

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

**Enero y Febrero
2016**

CONTENIDO

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Enero y Febrero 2016**
- 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 Enero – Febrero 2016.

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 Enero 2016



El Salvador destacó entre los 10 mejores destinos a visitar en 2016

El Salvador destacó entre los 10 mejores destinos para hacer Turismo durante el 2016, según la revista virtual The Rough Guide, especializada en contenidos e información de viajes, y destinos turísticos del Reino Unido.

En su reciente publicación, del 5 de enero, el portal ubica a El Salvador en la séptima posición del top 10 de países para conocer en 2016, le siguen naciones como Gales, Kenia y Sri Lanka, Nepal, Colombia y Cuba, se ubican en los tres primeros lugares.

El Salvador es el único país de Centroamérica que figura en la lista de destinos recomendados por el portal inglés.

The Rough Guide describe, a través de un video, algunos lugares turísticos que El Salvador posee destacando sus playas y olas, las tradiciones de nuestro país, el Turismo Religioso, Turismo Nocturno, Turismo Rural, el encanto de pueblos como Suchitoto.

El Salvador ha logrado posicionarse a nivel internacional, gracias a la participación en ferias de turismo junto con empresarios privados, quienes promueven su oferta hotelera, servicios de touroperación, entre otros. En el siguiente enlace se describe el Top 10 de los países a visitar en 2016:
<http://m.roughguides.com/best-places/2016/top-10-countries/>

El Salvador recibió premio por la Ruta del Café en España en el marco de FITUR 2016

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, recibió el premio: "Excelencias Gourmet" por el proyecto: "Ruta del Café", entregado por el Grupo Excelencias en Madrid España, en el marco de la inauguración de la 36 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la cual culminó el 24 de enero.

La Ruta del Café es el nuevo producto turístico de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

Con esta nueva iniciativa, El Salvador busca atraer a turistas europeos motivados por la experiencia que se ofrece a través de actividades ligadas al proceso de café mezclando la naturaleza y destinos con historia cultural.

El funcionario recibió el reconocimiento en la apertura de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la cual convoca al sector turístico mundial para debatir los retos del mundo de los viajes y donde se comercializa la oferta que marcará las próximas temporadas.

"Es valioso para El Salvador recibir un reconocimiento de esta magnitud porque se convierte en una expresión favorable del trabajo que estamos articulando con el sector privado, en este caso con aquellos empresarios que trabajamos la Ruta del Café, para potenciar el país con sellos diferenciadores en producto y servicio", afirmó el Ministro de Turismo.

Grupo Excelencias entrega desde 2010, el Premio Excelencias Gourmet como una forma de galardonar a países, ciudades, estados, pueblos, empresas o personas del sector gastronómico que han desarrollado ideas, establecimientos, eventos o cualquier proyecto con un sello de calidad y excelencia.

El Salvador recibió al primer crucero de 2016 procedente del reino unido

El pasado 7 de enero, El Salvador recibió por segunda ocasión, al Crucero "Secret World Of Two Oceans - Serenissima", convirtiéndose en el segundo barco con turistas a bordo que recibe nuestro país en el 2016 en el Puerto Acajutla, en Sonsonate. El primer atracó se registró el 5 de enero.

Esta es la cuarta ocasión que el crucero boutique atraca a nuestro país. En 2015 llegó

en dos oportunidades (6 y 8 de enero) con cerca de 200 cruceristas a bordo. El pasado 5 de enero de este año atracó con 85 visitantes. El pasado 7 de enero, Serenissima navegó con 95 cruceristas de origen inglés.

El Salvador inició promoción turística a nivel internacional en Nueva York

El Ministerio de Turismo de El Salvador inició el 9 de enero pasado oficialmente el trabajo de promoción de la oferta turística a nivel internacional del 2016 en la 13ª edición de la feria New York Times Travel Trade Show, el cónclave de mayor importancia en el segmento de viajes de Norteamérica.

La delegación de empresarios dedicados a la atención de turistas, estuvo conformada por Hoteles Decameron y La Tortuga Verde, así como de la Corporación Salvadoreña de Turismo.

Durante su participación en esta feria, la delegación tenía la misión de posicionar el destino entre los consumidores finales y mayoristas en uno de los mercados prioritarios para El Salvador, del 8 al 10 de enero en Nueva York, Estados Unidos.

La delegación que participó en dicha feria buscaba fortalecer la imagen de El Salvador como destino en el mercado estadounidense, promocionándolo como un destino turístico de calidad, haciendo énfasis en la excelente conectividad aérea con más de 100 vuelos diarios entre Norteamérica y El Salvador.

Los empresarios pretendían atraer mayoristas y consumidores finales a El Salvador, ya que durante el 2015 New York Times Travel Trade Show celebró su décimo segundo aniversario, en esa ocasión recibió a más de 500 expositores, incluyendo 160 destinos turísticos de todo el mundo, más de 700 periodistas y representantes de medios de comunicación de la industria, más de 23,000 asistentes.

El formato de la feria consiste en tres días de exhibición, de los cuales el primer día está dedicado exclusivamente para profesionales de la industria. A partir del segundo día de feria se mantienen las reuniones de negocios y se abre al público.

Esta feria es una excelente oportunidad para aprovechar la conexión directa con Estados Unidos, que facilita el trayecto entre ambos países, destacando nuestro país además como un HUB.

El 91.2% de visitantes a El Salvador en temporada navideña fueron extranjeros.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, informó que durante la temporada navideña y fin de año, comprendida del 22 de diciembre al 2 de enero, El Salvador recibió 93,971 visitantes internacionales, de los cuales el 91.2% fueron turistas extranjeros, mientras que el resto 8.8% eran salvadoreños no residentes en el país, en su mayoría procedentes de Estados Unidos, reiteró en conferencia de prensa el 8 de enero pasado,

Guatemala y Estados Unidos siguen siendo los países con mayor emisión de turistas con 45,597 y 20,442 visitantes, respectivamente.

El funcionario destacó un crecimiento del 3.3% en el ingreso de visitantes vía aérea, motivados por los buenos precios del mercado de aerolíneas. En total 25,947 visitantes ingresaron por esta vía; mientras que 68,024 lo hicieron vía terrestre a través de los puntos fronterizos.

La derrama económica generada al sector turístico durante la temporada fue de \$48.15 millones, un incremento del 4.5% respecto al 2014, cuando se registraron ingresos de \$46.06 millones.

La ocupación hotelera de la temporada en hoteles de playa fue del 75%; en hoteles de montaña rondó el 65%, mientras que en la ciudad fue del 35%.



La cantidad de salvadoreños que salieron del país durante la temporada navideña y fin de año fue de 74, 159.

Las autoridades proyectan un incremento del 3.9% en el ingreso de visitantes para el 2016. Es decir que El Salvador podría recibir a 2 millones 49 mil turistas; al cierre del 2015 la cifra ascendió a 1 millón 972 mil visitas, generando \$1,159.9 millones (dato preliminar).

El Salvador presentó innovadora oferta turística para los europeos en FITUR 2016.

El Salvador participó en la edición número 36 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) desarrollada en Madrid, España del 20 al 24 de enero, con una innovadora y atractiva oferta turística, que mezcló la oferta de naturaleza y cultural con el característico olor y sabor de La Ruta del Café.

La delegación fue encabezada por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, quien lleva seis años al frente de la institución logrando duplicar los ingresos por turismo entre 2009-2015.

El stand de El Salvador albergó a 16 empresarios de la industria turística dedicados al rubro de hotelería, restaurante y servicios guiados especializados, quienes tuvieron como objetivo cautivar a visitantes aventureros a través de impresionantes destinos que combinan la naturaleza, la historia y la cultura mezclado con la experiencia directa con las comunidades.

En el marco de FITUR, El Salvador realizó el lanzamiento de su nuevo producto turístico denominado: Ruta del Café (zona occidental), la cual contempla la promoción de los principales destinos ligados al proceso del café e involucra a prestadores de servicios (hoteles, restaurantes) y vendedores de productos de origen cafetero del entorno de la Cordillera Apaneca - Ilamatepec.

La ruta combina actividades ligadas proceso del cultivo y manejo del grano, al mismo tiempo junto con otras alternativas de ocio y deportes extremos, así como senderismo para la observación de vida silvestre, bici montaña, cabalgatas y otros deportes al aire libre.

El stand de El Salvador, de 120 metros cuadrados, destacó por contar con una estación de café, a cargo del barista salvadoreño, Alejandro Méndez, quien atendió a los profesionales europeos con la degustación del exclusivo café salvadoreño.

El lanzamiento se llevó a cabo en un salón especial del recinto ferial IFEMA, en la que participaron más de 30 tour operadores turísticos de España, quienes se encuentran en la feria en busca de nuevos destinos.

El Salvador se promueve como destino para surfistas en Estados Unidos

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo continúa su estrategia de promocionar a El Salvador como destino turístico a nivel internacional, con el objetivo principal de posicionar la oferta de sol y playa bajo el segmento de ocio, esta vez, en la feria Surf Expo en Estados Unidos, la cual tuvo lugar del 14 al 16 de enero.

La delegación conformada por dos empresarios privados de los hoteles de playa La Tortuga Verde y Papaya junto a funcionarios de la CORSATUR buscaron hacer contactos y negocios con consumidores finales y mayoristas.

En dicha feria, nuestro país tenía como una ventaja para atraer a surfistas las playas con excelentes olas como aquellas que se forman en la Playa Punta Roca, en La Libertad, clasificada entre las diez mejores del mundo para la práctica.

Acciones desarrolladas durante Febrero 2016





El Salvador logró acuerdos para potenciar turismo en FITUR 2016

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, valoró de forma positiva la participación de la delegación salvadoreña en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR), donde se lograron concretar acuerdos importantes para potenciar el turismo hacia el país.

Entre los logros se destaca el acuerdo para albergar el Congreso Internacional de la Federación Iberoamericana de Asociaciones de Personas Adultas Mayores (FIAPAM-FIAPA), la que reunirá a un centenar de participantes en la capital salvadoreña en 2016.

De la presencia de El Salvador en FITUR, el Ministro de Turismo también destacó que les ha permitido fortalecer lazos de colaboración con cooperantes, touroperadores y empresas de referencia internacional, como, por ejemplo, Iberia.

Una vez más, FITUR se ha convertido para El Salvador en un entorno profesional óptimo para establecer acuerdos de colaboración que han dado resultados en la generación de negocios para el país.

Por otra parte, el jefe de la Cartera de Turismo destacó el Premio Excelencias Gourmet logrado en el marco de FITUR por el proyecto 'La Ruta del Café', el nuevo producto turístico de la Corporación Salvadoreña de Turismo.

Ministerio de Turismo embellece imagen turística de La Palma, Chalatenango

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, entregó el pasado 5 de febrero el mirador "Loma de la Cruz", ubicado en el municipio de La Palma, Chalatenango como parte de las obras de

infraestructura pública para fortalecer los destinos a nivel nacional.

Este mirador tendrá la capacidad para recibir hasta 50 visitantes y es el más amplio de la zona.

De acuerdo a la autoridad, la nueva obra de infraestructura turística contribuirá a la mejora de los servicios que se ofrecen a los usuarios y turistas, quienes podrán disfrutar del paisajismo único que ofrece dicho municipio.

Además se busca potenciar la oferta turística, cultural a través de un enfoque sostenible y atractivo, convirtiéndola en un ancla de desarrollo turístico a nivel nacional e internacional en el marco de la apuesta estratégica para el desarrollo económico de las comunidades locales y aledañas.

CORSATUR invirtió \$59, 408.82 en el proyecto. De igual forma desarrolla otros proyectos de mejoramiento de infraestructura en municipios como Conchagüita, en el oriente del país, fortaleciendo los atractivos turísticos y la infraestructura del lugar. Actualmente se encuentran en proceso la elaboración de carpetas técnicas para la construcción de plazas turísticas en la zona occidental.

Sonsonate ratifica apuesta decisiva para el desarrollo turístico

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán juramentaron a la junta directiva del Comité Departamental de Desarrollo Turístico de Sonsonate, quien se encargará de promover acciones para potenciar el turismo en 16 municipios.

Este se convierte en el segundo Comité Departamental que se juramenta a nivel nacional.

La primera experiencia exitosa fue San Vicente, quienes ya trabajan en la

comercialización turística del departamento a través de la marca "Valle de Jiboa".

Entre los primeros proyectos impulsados por este comité, está la creación de la Red de empresarios y asociaciones turísticas del occidente de El Salvador (RED TOURS), el cual busca impulsar el turismo sostenible de la zona occidental.

MITUR aumenta personal capacitado para atender turistas en destinos claves

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), concluyó el pasado 11 de febrero, el curso de capacitación y asistencia técnica 2015, con la graduación de 60 actores turísticos en los Programas de Inglés Técnico básico en atención de cruceros, Portugués Técnico Básico en Turismo y Capacitación de Inocuidad Alimentaria.

Con dicha graduación, la institución culmina su programa de capacitación 2015, beneficiando a 390 agentes turísticos a nivel nacional.

A través de este programa, las autoridades buscan mejorar la calidad de atención a los turistas internacionales y locales a través de la formación académica de los agentes turísticos.

MITUR puso en marcha plan de acción para proteger a turistas contra el Zika

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) anunció el 15 de febrero pasado en conferencia de prensa, la implementación de un plan de acción para combatir el zancudo transmisor del Zika.

Dicho plan surgió tras la necesidad de garantizar la protección de los turistas que visitan los diferentes destinos del país.

El titular de la Cartera de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, señaló que la idea del

plan es certificar que las instalaciones turísticas estén cumpliendo las normas de prevención y combate del virus, difundidas por el Gobierno Central y el Ministerio de Salud.

Afirmó que desde hace unas semanas, el Ministerio de Turismo inició una campaña de difusión de las medidas preventivas giradas por MINSAL a través de sus canales oficiales, oficinas de Atención al Turista-CAT- (La Unión, Morazán, Ruta de Las Flores en Apaneca, La Libertad, Suchitoto en Cuscatlán y La Palma en Chalatenango) y en los más de 220 Comités de Desarrollo Turísticos distribuidos en los 14 departamentos del país y principales corredores turísticos.

Duarte explicó que el Plan de Acción contempla, en primera instancia, la difusión de las recomendaciones giradas por MINSAL, posteriormente, en una programación de inspecciones a Hoteles, restaurantes y complejos recreativos.

Asimismo, se impartirán una serie de capacitaciones a actores vinculados con el turismo para replicar las medidas de protección que se deben implementar antes de visitar un destino turístico con climas húmedos.

El Salvador participó en Routes Americas para mejorar la conectividad y atraer rutas aéreas

Los titulares del Ministerio de Turismo junto a la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma y la autoridad de Aviación Civil, participaron en la novena edición de Routes Americas 2016 la cual tuvo lugar en Puerto Rico el 19 de febrero, evento en el que buscan atraer servicios aéreos al país.

Participar en Routes Américas significa la oportunidad de colocar la marca país frente a los ejecutivos encargados de las decisiones claves y los principales profesionales de la aviación de toda la región de las Américas.



Routes Americas es la reunión anual más importante donde coinciden los responsables de la toma de decisiones sobre servicios aéreos para la región de las Américas.

El Salvador se fortalece como destino de cruceros con la llegada del Azamara Journey

La línea de cruceros Azamara Club, atracó el pasado 19 de febrero en el Puerto de Acajutla con 750 cruceristas a bordo de su barco Journey, el cual llegó por primera vez a nuestro país, ratificando la confianza en el destino y la calidad de los servicios turísticos de la empresa privada por parte de la compañía de navíos deluxe.

Los cruceristas visitaron el Sitio Arqueológico San Andrés; Joya de Cerén, Parque Nacional Cerro Verde, Ruta de las Flores, Nahuizalco, Concepción de Ataco, Parque Nacional El Imposible y Playas de La Libertad.

La llegada del barco Azamara ratificó la inclusión de El Salvador en la ruta de esta importante línea de cruceros, siendo de trascendencia ya que representa su posicionamiento como un destino propicio para el desarrollo de la actividad turística en el sector de cruceros, generando una gran oportunidad en ingresos económicos.

El Salvador presentó su oferta turística en la feria más importante de Suramérica

Este año El Salvador destacó una vez más con su potencial turístico en la edición número 35 de la Vitrina Turística, ANATO 2016, que se desarrolló en Bogotá Colombia del 24 al 26 de febrero.

Una comitiva encabezada por el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera y nueve empresas salvadoreñas promovieron el destino y su oferta de servicios turísticos, respectivamente, destacando las ventajas que ofrece nuestro país sobre el resto de Latinoamérica que participaron en dicha feria.

El Ministerio de Turismo a través de CORSATUR promovió el destino como: la Ruta de Las Flores, Sol y Playa, Volcanes y Arqueología.

Colombia se ha convertido en el principal emisor de turistas suramericanos al país. El flujo de turistas tuvo un incremento significativo desde 2012, cuando ambos países firmaron un acuerdo para exonerar la visa a los colombianos que ingresen a El Salvador.

La feria representó una herramienta comercial para los agentes de Viajes y también para los expositores quienes presentaron sus servicios o productos turísticos o bien como compradores conocer, promover y comercializar la oferta que cada año se presenta en la Vitrina.

La Vitrina Turística ANATO 2016, es la feria más importante de Suramérica y significó una oportunidad importante para que El Salvador mostrara su potencial turístico en dicho mercado.

El Salvador proyecta superar histórico de ingresos por turismo en Semana Santa

El Ministerio de Turismo proyecta el ingreso de 101,040 turistas durante el período de Semana Santa, superando en 2.4% su máximo histórico reportado en 2015, afirmó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, en la conferencia de prensa el pasado 24 de febrero.

El titular de la Cartera de Turismo añadió que de cumplir las metas, El Salvador estaría duplicando el ingreso de turistas registrado en 2009, año en el que se recibieron 48,440 visitantes.

De acuerdo a las proyecciones de la temporada 2016, se espera que de los 101,040 visitantes proyectados, 81,731 de ellos ingresaran vía terrestre por las diferentes fronteras del país.

Se vaticina que unos 57,998 guatemaltecos harán turismo en El Salvador; 19,246 sean

hondureños; 3,305 nicaragüenses y 152 visitantes del resto de Centroamérica.

El ingreso de turistas durante el período vacacional generaría un importante ingreso económico de \$66.3 millones, reportando un incremento del 7.3% si se compara con el año anterior, cuando la derrama económica fue de \$61.8 millones.

En el marco de la actividad, el titular de Turismo presentó también la campaña nacional e internacional, con la cual buscan motivar el flujo de turistas a nuestro país.

“Vení a pasear”, es el lema de la campaña publicitaria nacional, que tendrá como objetivo invitar a los salvadoreños a hacer turismo interno y pernoctar, promoviendo los circuitos turísticos Pueblos Vivos Multidestinos.

Mientras que la campaña internacional y regional se denomina “Close to you”- (cerca de ti), la cual da conocer las características más importantes que hacen a El Salvador un destino diferente, memorable y competitivo.

Crucero Amadea atracó por primera vez en El Salvador

Con 600 cruceristas a bordo atracó el pasado 25 de febrero Amadea, una embarcación turística que llegó por primera vez a costas salvadoreñas, y que pertenece a la empresa alemana Amadea Shipping Company.

Amadea se convirtió en el cuarto crucero en llegar a El Salvador en lo que va del 2016 y el segundo en el mes de febrero. En enero atracó en dos ocasiones el crucero Serenissima y el pasado 19 de febrero Azamara, de la prestigiosa cadena de Royal Caribbean.

El crucero permaneció aproximadamente 10 horas en el Puerto Acajutla, tiempo en el que los turistas visitaron diferentes destinos de nuestro país, atracando a las 8:00 a.m.; zarpó nuevamente a las 6:00 p.m.

Ruta de Las Flores, Cerro Verde, Santa Ana, El Congo y San Salvador, fueron algunos de los lugares turísticos que los cruceristas visitaron en el transcurso del día. Se estima que cada uno gastó en \$150 y \$200, generando un gasto aproximado de \$120,000.

Los cruceristas fueron recibidos con música y ballet folklórico, un mercado de artesanías, donde pequeños empresarios comercializaron sus productos entre los visitantes.

Los turistas alemanes iniciaron su recorrido a bordo del crucero Amadea en Acapulco, siguiendo su paso por El Salvador, Nicaragua, Panamá Colombia, Honduras, y Belice.

Francia redujo la categoría de alerta de viajes a El Salvador

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció que Francia redujo la categoría de alerta de viajes a El Salvador, lo que abre una nueva ventana al país en el mercado turístico en Europa.

Durante una visita privada entre el Sr. Ministro, el Senador de Francia, Olivier Cadic y el Embajador de Francia en El Salvador, David Izzo, informaron sobre la decisión del Gobierno francés de reducir la categoría roja de viajes, quedando en efecto la alerta naranja y amarilla, según las diferentes zonas del país.

El funcionario explicó que toda la zona costera del país, principal corredor turístico del país que recibe más de un millón de turistas por año, “está liberada de la advertencia roja” y ahora son zonas con categoría amarilla catalogada como una “advertencia más débil”.

“Esta noticia abre las puertas al mercado francés nuevamente y a eso le vamos a poner atención, ya que en las próximas reuniones y ferias vamos a implementar nuevas estrategias de campañas”, señaló el funcionario.

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.

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, se presenta en forma gráfica y por macroactividad, el respectivo seguimiento a continuación:

➤ A1 - Reuniones de Junta Directiva y Presidencia:

El objetivo es: **“Realizar reuniones mensuales para definir lineamientos estratégicos y toma de decisiones de la Corporación”** definiendo como indicador: **“Realización de Reuniones”** y como meta: **“1 reunión mensual”**, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión

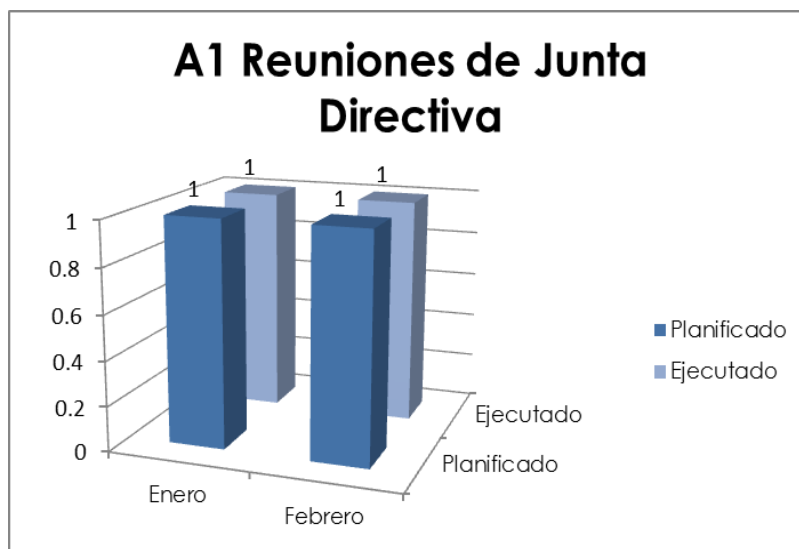


Tabla de Datos	2016	
Número de Reuniones	Enero	Febrero
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma bimensual

➤ **A2 - Misiones Oficiales:**

El objetivo es: **“Representar al país internacionalmente en eventos y actividades relacionadas al turismo”** definiendo como indicador: **“Asistencia a Misiones Oficiales”** y como meta: **“6 Misiones Oficiales al año”**, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No hubo delegados de Junta Directiva para misión oficial en el bimestre analizado, la meta es anual.

➤ **A3 - Asesoría Jurídica**

El objetivo es: **“Alcanzar las finalidades institucionales en base a la Constitución de la República de El Salvador y el Marco Normativo Vigente”** a través del indicador: **“Asesorías Jurídicas”**, cuya meta es: **“1 asesoría jurídica mensual”**, a continuación se presenta un gráfico comparativo de los resultados en cuanto a operatividad.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha contratado el servicio de asesoría jurídica.

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 organizativa, 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.

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:

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

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

➤ A1 – Seguimiento a los Programas Estratégicos de CORSATUR:

En seguimiento y medición al objetivo: “**Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional**” a través del indicador: “**Informes Recibidos**”, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos en el período: Enero - Febrero 2016 con su respectivo análisis de resultados.

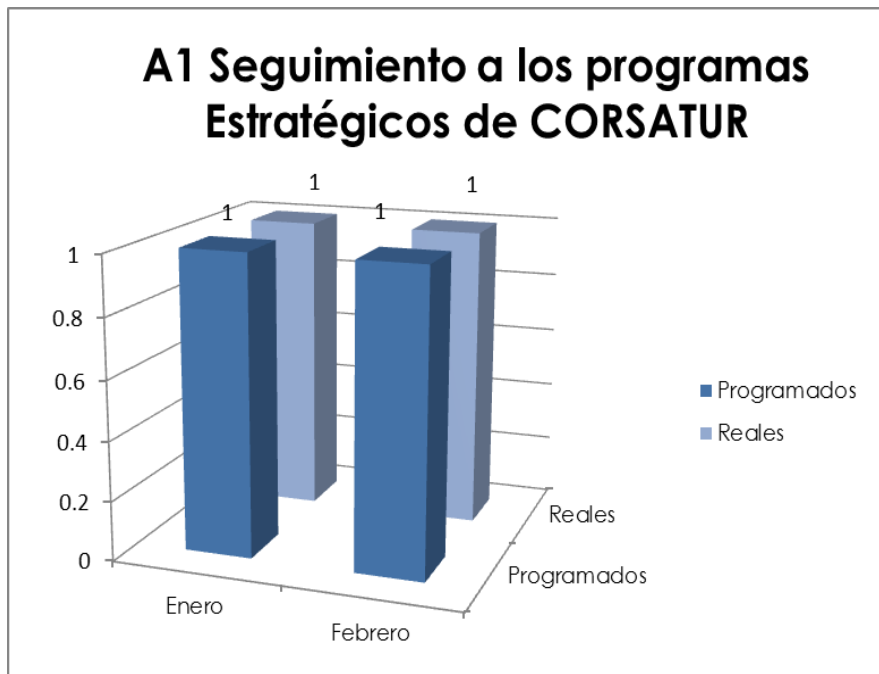


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Enero	Febrero
Programados	1	1
Reales	1	1
% de ejecución	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Enero	Febrero	Bimestre
Planificados	1	1	2
Recibidos	1	1	2
Porcentaje de Cumplimiento	100.0%	100.0%	100%

➤ A2 – Misiones Oficiales

En seguimiento y medición al objetivo: **“Dar cumplimiento a las misiones oficiales delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR”** a través del indicador: **“Misiones Oficiales ejecutadas”**, se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar el período: Enero-Febrero 2016, se verificó que no fue delegada ninguna misión oficial.

➤ A3 – Adquisición de Papelería y Equipo

En seguimiento y medición a la meta: **“Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso de compra estaba programado para el mes de febrero pero se ha reprogramado para el mes de mayo

➤ A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial

En seguimiento y medición a la meta: **“Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa anualmente y a la fecha no se ha desarrollado ninguna capacitación especializada. La capacitación está programada para realizarse en el mes de agosto



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 – Digitalizar registro de adquisiciones y contrataciones**

El seguimiento del objetivo: **“Asegurar registro de adquisiciones y contrataciones”** a través del indicador: **“Desarrollar el escaneado durante el período planificado de los procesos de Licitación Abierta y Licitación Pública”** y la meta: **“Digitalizar al menos el 80% de expedientes de los procesos de Licitación Abierta y Licitación Pública (Año 2014)”** se presenta a continuación para el período Enero – Febrero 2016:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso de compra planificado en adjudicarse en el mes de Octubre/2016.



UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Asociada al Objetivo Estratégico: 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:

El seguimiento al objetivo: **“Atender mensualmente el 100% de las solicitudes recibidas en la oficina de acceso a la información pública”** es ponderado a través del indicador: **“Garantizar el cumplimiento de la ley LAIP en base a art. 66”** y la meta: **“Obtener el 100%”**, es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para los meses de Enero y Febrero/ 2016 se hicieron 5 solicitudes y 38 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% de cumplimiento del indicador evaluado.

➤ A2 – Rendición de Cuentas

El objetivo: **“Rendir cuentas de una manera efectiva al pueblo salvadoreño de las actividades realizadas en el período requerido a la Corporación”** es medida a través del indicador: **“Cumplimiento del objeto de LAIP art. 1”** y la meta: **“Obtener el 100%”**, debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, los resultados no se muestran en forma gráfica, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El evento está planificado para el mes de agosto / 2016, dentro del cual la Gerencia General y la UAIP ya trabajan en función de la elaboración del documento.



A3 – Salvaguardar la documentación de Información Pública

El objetivo: “**Semestralmente dar cumplimiento al Art. 10 y mensualmente Art. 42 LAIP y Semestralmente aprobar los estándares de transparencia**” es medido a través del indicador: “**Garantizar el cumplimiento de la ley LAIP en base a art. 10 y Obtener una nota aprobatoria de 8.0 como mínimo en los estándares de transparencia publicados en la web de CORSATUR**” con la meta: “**Obtener el 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):

- La actualización de la información del período de julio a diciembre 2015 (Semestre II-2015) se realizó a inicios del año 2016, actualizando los 25 ítems solicitados en el Art 10.
- La nota obtenida y vigente en el portal es de 9.3, obteniendo una nota mayor a la mínima programada (8.0).



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 cualitativa el seguimiento y medición de la operatividad de la Unidad Ambiental.

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

El seguimiento al objetivo: **“Sensibilizar a actores de la actividad turística hacia la gestión medio ambiental anualmente”** a través del indicador: **“No. de personas sensibilizadas del sector público y privado relacionadas con turismo”** con la meta definida de: **100 personas**.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Total de sensibilizados entre enero y febrero / 2016: personas que corresponden al 34% de la meta que es 100 personas sensibilizadas al año, a continuación el detalle:

PROCESO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Enero-Febrero			
✓ En el marco del trabajo con el Sistema Nacional de Gestión Ambiental (SINAM) se realizó el 29/01/2016 la primera reunión para la Planificación estratégica del 2016 en las Instalaciones CORSATUR.	16	18	34

GERENCIA FINANCIERA

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

A continuación se presenta en forma cualitativa 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 al objetivo: **"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."**, a través del indicador: **"Tiempo de entrega de Informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria a la máxima autoridad"** de manera gráfica del período en análisis:

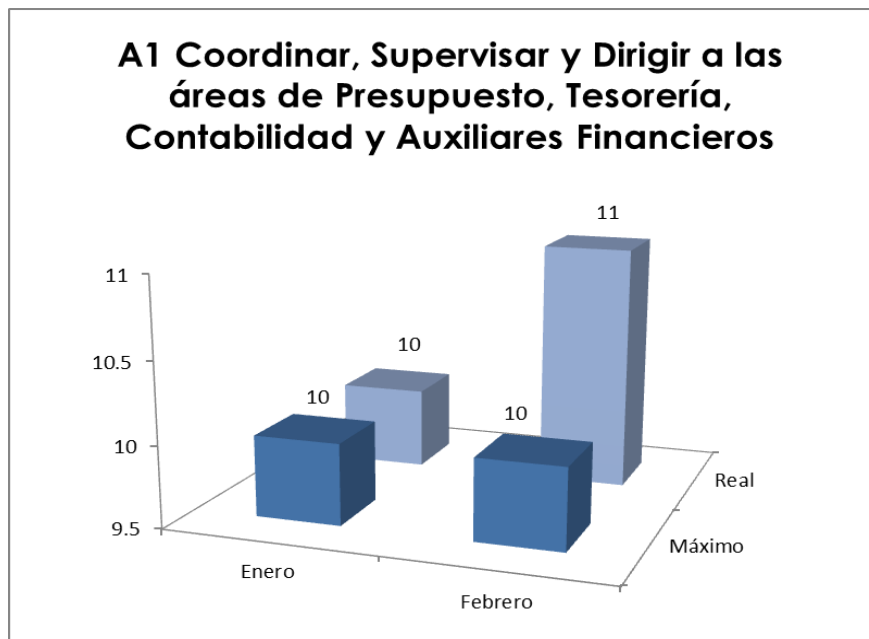


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Enero	Febrero
Máximo	10	10
Real	10	11

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Enero

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

Febrero

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 11 días hábiles

➤ **A2 – Ejecución del presupuesto institucional**

Los resultados del objetivo: **“Elaborar y remitir mensualmente 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”** a través del indicador: **“Tiempo de entrega de Informe Presupuestario a la Gerencia Financiera y DGP”** se presentan a continuación de manera cualitativa y gráfica para el período Enero - Febrero 2016:



Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Enero	Febrero
Máximo	10	10
Real	9	9

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Enero

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 9 días hábiles.

Febrero

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 9 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 del objetivo: **“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”** a través del indicador: **“Tiempo de entrega de informe Presupuestario a la Gerencia Financiera y DGP”** para el período: Enero – Febrero 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Enero

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

Tiempo real de entrega: 6 días hábiles antes de terminar el mes.

Febrero

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

Tiempo real de 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”** a través del indicador: **“Tiempo de entrega de informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la DGT”** para el período: Enero – Febrero 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

➤ **Cierres Contables Mensuales**

Enero:

Tiempo máximo para entrega: el día 10

Tiempo real de entrega: el día 28 de enero de 2016

Febrero:

Tiempo máximo para entrega: el día 10.

Tiempo real de entrega: el día 7 de marzo.

En los meses de enero y febrero los cierres mensuales de diciembre y enero se presentaron en fechas extemporáneas, debido a que se han estado atendiendo requerimientos hechos por: la Fiscalía General, Corte de Cuentas, Impuestos Internos - MH, Unidad de Acceso a la Información, entre otros.

➤ **Cierre Contable Anual**

Enero

Tiempo máximo de entrega: el día 13.

Tiempo real de entrega: el día 2 de febrero.

Los cierres anuales y definitivos se presentaron en fechas extemporánea , debido a que se han estado atendiendo requerimientos hechos por la Fiscalía General, Corte de Cuentas, Impuestos Internos - MH, Unidad de Acceso a la Información entre otros.



GERENCIA ADMINISTRATIVA

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

A continuación se presentan los resultados obtenidos correspondientes a las macroactividades de la Gerencia Administrativa:

➤ A1- Suministrar oportunamente bienes para el funcionamiento de Oficina Central

El seguimiento al objetivo: "**Contar con disponibilidad de bienes de consumo, para atender los requerimientos de las unidades organizativas**" que es medido a través del indicador: "**% de Requerimientos atendidos del total de Requerimientos solicitados**" y de la meta: "**Cumplir el 100 % de los requerimientos de bienes de consumo**", a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados para el período: Enero – Febrero 2016

Indicador:

(No. de Requerimientos atendidos / No. de Requerimientos solicitados) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se recibieron y atendieron 132 solicitudes de bienes de consumo, logrando un porcentaje de cumplimiento en lo programado del 100%.

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

El seguimiento al objetivo: "**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**" es medible a través del indicador: "**% de Meses con cobertura de póliza de seguro y % de Meses con servicio recibido de vigilancia**" y de la meta: "**Contar con 12 meses de cobertura de póliza de seguro y 12 meses de servicio de vigilancia durante el año**", se presenta a través del análisis de resultados correspondiente a cada indicador:

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha recibido el servicio correspondiente a 2 meses del año (enero y febrero), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 16.67%.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha recibido el servicio correspondiente a 2 meses del año (enero y febrero), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 16.67%.



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

El objetivo: **“Contar con servicios de limpieza, servicios de agua y energía, servicios de telecomunicación para el funcionamiento de CORSATUR”**, se evalúa a través del indicador: **“% de servicios ejecutados mensualmente”** y de la meta: **“Cumplir al menos el 90% de los servicios mensuales para funcionamiento por lo que el seguimiento se presenta con su correspondiente análisis de resultados a continuación:**

Indicador:

(No. de servicios ejecutados / No. de servicios requeridos) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumplieron los 6 mantenimientos programados para enero y febrero, logrando un porcentaje de seguimiento en la ejecución del 100% en el bimestre en cuestión.

➤ **A4 – Brindar Transporte para el desarrollo de Actividades Institucionales**

El seguimiento al objetivo: **“Cumplir con las necesidades de transporte mensual requeridos por las unidades de CORSATUR”** que se mide a través del indicador: **“% de Solicitudes atendidas del total de solicitudes recibidas”** y la meta: **“Cumplir al menos el 95% de solicitudes de transporte mensual”**, se presenta a continuación:

Indicador:

(No. de Solicitudes atendidas / No. de solicitudes recibidas) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibieron y atendieron 293 solicitudes de transporte, cumpliendo el 100% de seguimiento en la ejecución en el período evaluado.

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

El objetivo: **“Resolver las solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos recibidas por parte de los usuarios internos de CORSATUR”** cuantificable a través del indicador: **“% de Solicitudes atendidas del total de solicitudes recibidas”** y la meta: **“Resolver al menos el 95% de solicitudes de requerimientos tecnológicos”**, se presenta de forma gráfica y su correspondiente análisis de resultados para el bimestre Enero – Febrero 2016.

Indicador:

(No. de Solicitudes atendidas / No. de solicitudes recibidas) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se atendieron 65 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Enero – Febrero / 2016.



➤ A6 – Gestión Administrativa de Recursos Humanos

El seguimiento al objetivo: “**Cumplir con los procedimientos o actividades en materia de Recursos Humanos para el personal de CORSATUR**” es medido a través del indicador: “**% de procedimientos o actividades cumplidas mensualmente**” y la meta: “**Cumplir al menos el 90% de los procedimientos o actividades**”, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumplieron las 6 actividades programadas de acuerdo a POA por RRHH.



UNIDAD AUDITORIA INTERNA

Asociada al Objetivo Estratégico: “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 del objetivo: “**Evaluar las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades para verificar el cumplimiento de Leyes y Reglamentos**” son medibles a un año, a través del indicador: “**Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas**” y la meta: “**13 Informes al año**”, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Enero - Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Está en proceso el Examen Especial a las Disponibilidades del período del cuarto trimestre del 2015 y el Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de julio al 31 de diciembre de 2015.

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

El objetivo: “**Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2016**” es medido por el indicador: “**Presentar el Plan de Trabajo Anual de Auditoría Interna de acuerdo a lo establecido en el art. 36 de la Ley de la Corte de Cuentas**” y la meta: “**1 Documento al año**”, debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos no se presentan en forma gráfica, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Enero - Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2017 de Auditoría Interna, está en proceso de aprobación por parte de la Presidencia de CORSATUR; el cual se presentará en Junta Directiva de marzo de 2016; para su conocimiento.

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 del objetivo: **“Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad.”**, a través del indicador: **“Al menos 408 opiniones en sus diferentes modalidades”** cuyo periodicidad es anual:

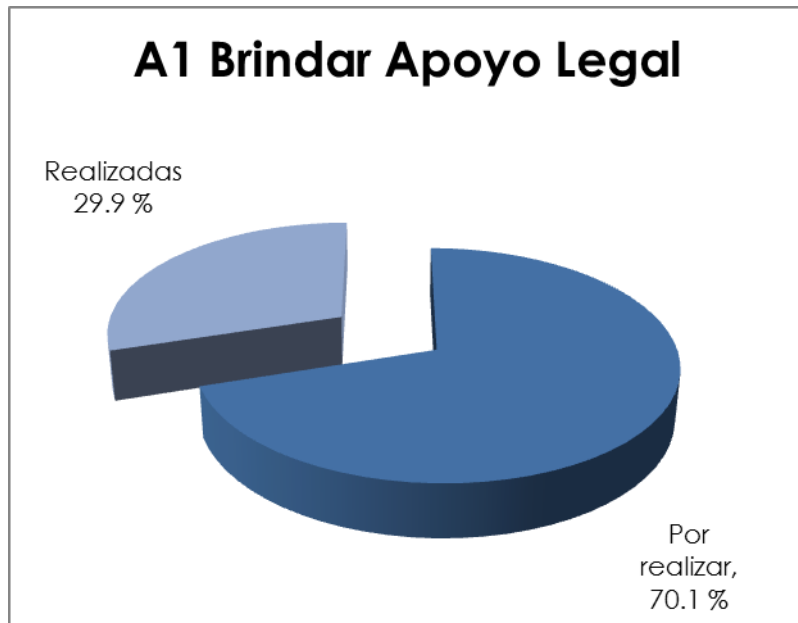


Tabla de Datos	2016	
Opiniones	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	70.10%	286
Realizadas al Primer Bimestre	29.90%	122
Total	100.00%	408

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Enero y Febrero / 2016 se realizaron 59 y 63 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que a febrero se ha alcanzado un cumplimiento de 29.9 %.(122 opiniones)

➤ **A2 – Brindar servicios notariales**

El seguimiento al objetivo: **“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:

A2 Brindar Servicios Notariales

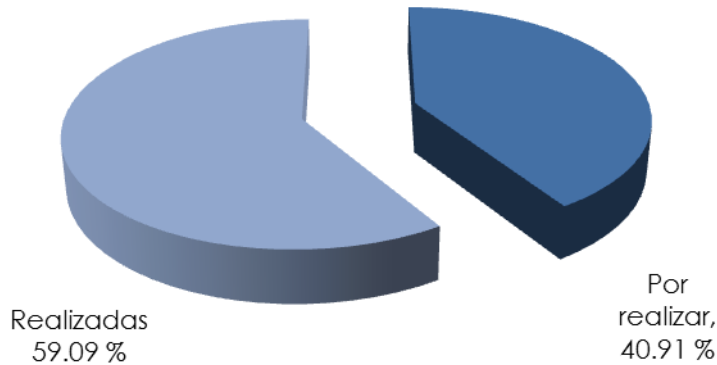


Tabla de Datos	2016	
Servicios Notariales (Actos, Contratos y Decalaciones de Voluntad)	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	40.91%	9
Realizadas al Primer Bimestre	59.09%	13
Total	100.00%	22

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Enero y Febrero / 2016 se realizaron 4 y 9 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que a febrero se ha alcanzado un cumplimiento de 59.09 % (13 servicios notariales).

➤ A3 – Procurar en Sede Judicial / Administrativa

Para el caso en particular de este seguimiento, se cuantifica 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 del objetivo **“Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando así se requiera”** a través del indicador: **“Procesos judiciales y administrativos”**

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.



UNIDAD DE GÉNERO

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

El seguimiento al desempeño de la Unidad Organizativa se mide a través de las macroactividades del Plan Operativo Anual, el cual se muestra a continuación:

➤ **A1 - Fomento la Participación Activa Igualitaria de la Mujer y el Hombre en Actividades del Sector Turístico.**

El objetivo: **“Dar seguimiento a las acciones, eventos, reuniones de la Institución que impulsan la participación de las mujeres”** es medido por el indicador: **“Estadísticas de eventos, reuniones, capacitaciones”** y la meta: **“Lograr el 60%”**, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Enero - Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los eventos realizados por la institución que impulsan la participación de las mujeres para el período: Enero – Febrero 2016, se detallan a continuación:

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
Enero-Febrero		
✓ Clausura de Capacitaciones 2015 (Portugües e Inglés) el 11 de Febrero	60 %	40 %
✓ Juramentación del Comité Departamental de Sonsonate el 12 de Febrero	58 %	42 %
Promedio de participación para el período Enero - Febrero	59 %	41 %

Se obtuvo un cumplimiento de la meta en un 68.33 %, cabe mencionar que el indicador es anual, por lo que se seguirá monitoreando los resultados de las estadísticas para todo el año 2016.

➤ **A2 – Impulso a la Unidad de Género.**

El objetivo: **“Sensibilizar al personal de CORSATUR sobre Igualdad de Género”** es medido por el indicador: **“Empleados Sensibilizados”** y la meta: **“Lograr el 85%”**, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Enero - Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se realizaron acciones de sensibilización para el personal de CORSATUR en este bimestre ya que no se tenía programada ninguna, la primera acción de la Unidad de Género se tiene programada a realizar en el mes de marzo.

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 del objetivo: **“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”** se miden a través del indicador: **“Desarrollar al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional y 2 a nivel internacional anualmente, Desarrollo de al menos 21 ferias internacionales en el año y desarrollar al menos 2 productos turísticos anual, Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos”**, y estos se presentan a continuación:

Indicador:

(# de Campañas publicitarias a nivel nacional / # de Campañas publicitarias a nivel nacional planificadas) x 100

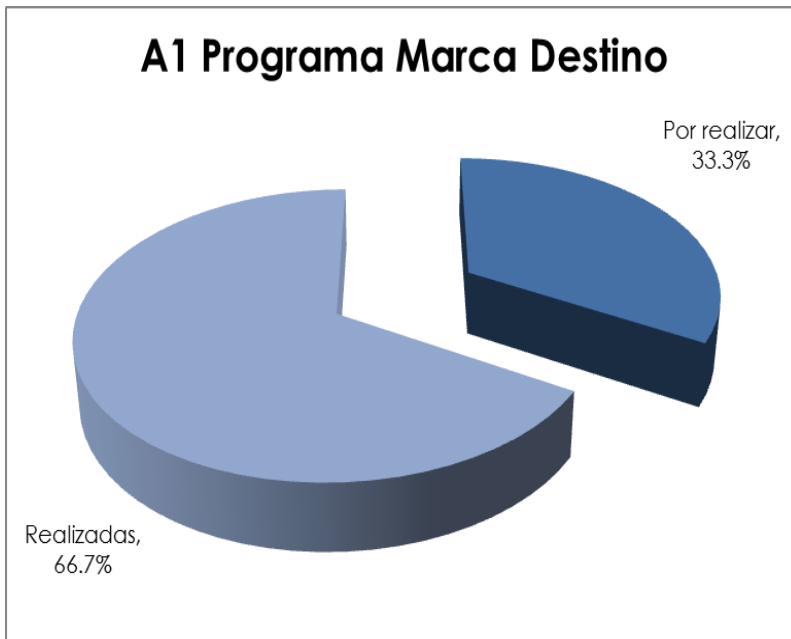


Tabla de Datos	2016	
No. de campañas nacionales	Porcentual	Númérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	33.3%	1
Realizadas al Primer Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Enero 2016, se realizó la campaña de promoción institucional, denominada “Despunte turístico”, la cual dio a conocer el acontecer turístico en cuanto a avances y logros en el rubro, dicha campaña tuvo una exposición en los medios: radio, prensa y medios digitales.

Con el objeto de promover el turismo interno en la temporada vacacional de Semana Santa se realizó en el período de Febrero - Mayo la campaña denominada "Vení a pasear", la cual fue difundida en medios como TV, Radio, Medios digitales, exteriores y redes sociales.

A la fecha se tienen un porcentaje de cumplimiento del 66.7%, ya que de 3 campañas planificadas en el año 2016 se han realizado 2.

Indicador:

(# de Campañas publicitarias a nivel internacional / # de Campañas publicitarias a nivel internacional planificadas) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante Enero – Febrero 2016 no se realizó campaña de publicidad internacional.

Indicador:

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

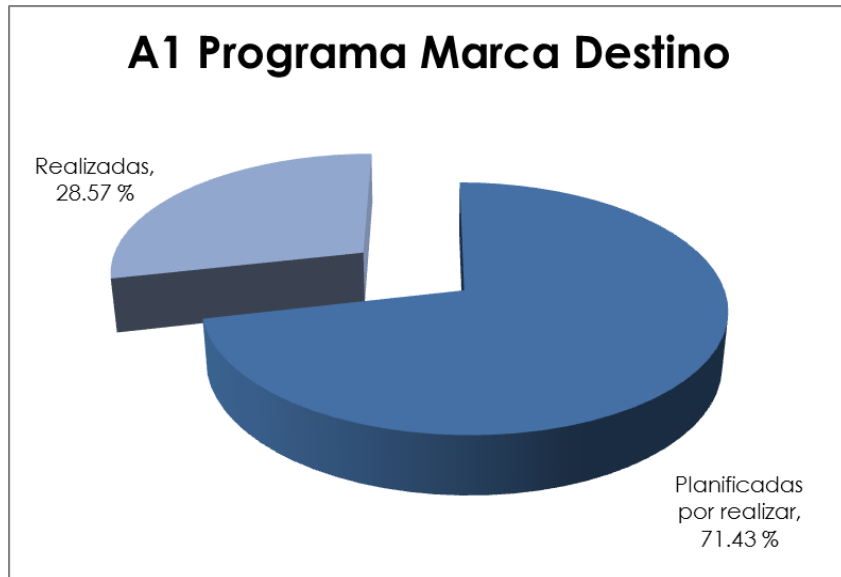


Tabla de Datos	2016	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al finalizar el año	71.43%	15
Realizadas en el primer bimestre	28.57%	6
Total	100.00%	21

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En Enero se tuvo participación en las Ferias:

- ✓ New York Times Travel Trade Show, New York /USA
- ✓ Surf Expo, Orlando – Florida / USA y
- ✓ FITUR, Madrid / España.

La participación en ferias del mes de Febrero, se detalla a continuación:

- ✓ Holiday World, Praga / República Checa
- ✓ Routes Americas, San Juan / Puerto Rico y
- ✓ 35a. Vitrina Turística (ANATO), Bogotá / Colombia

Se ha participado en 6 ferias internacionales de 21, según lo detallado en el plan de eventos y ferias internacionales, año 2016, obteniendo un porcentaje de seguimiento en el cumplimiento de 28.57 %, ya que la cuantificación de la meta es anual.

Indicador:

(No. de productos realizados / No. De productos planificados) x100

Los resultados del seguimiento del indicador anterior es a través de la ejecución de actividades puntuales por lo que se presenta el correspondiente análisis.

Análisis de Resultados:

- No se ha realizado ningún lanzamiento de productos, están programados para el segundo semestre del año.
- Se están realizando visitas de campo para identificación de atractivos para el lanzamiento del producto Sol y Playa.
- Para los productos Centro Histórico, Volcanes y Sol y Playa (playas solo el oriente del país) ya está en fase de elaboración de TDR y solicitud para la contratación de consultoría que proveerá diagnóstico de recursos para el desarrollo y posterior lanzamiento del producto, así como la alimentación para reuniones y logística para viajes de familiarización y prensa y evento de lanzamiento.
- Se lleva paralelamente el proceso de refrescamiento de 6 productos más para culminarse en el segundo semestre del año.

Indicador:

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

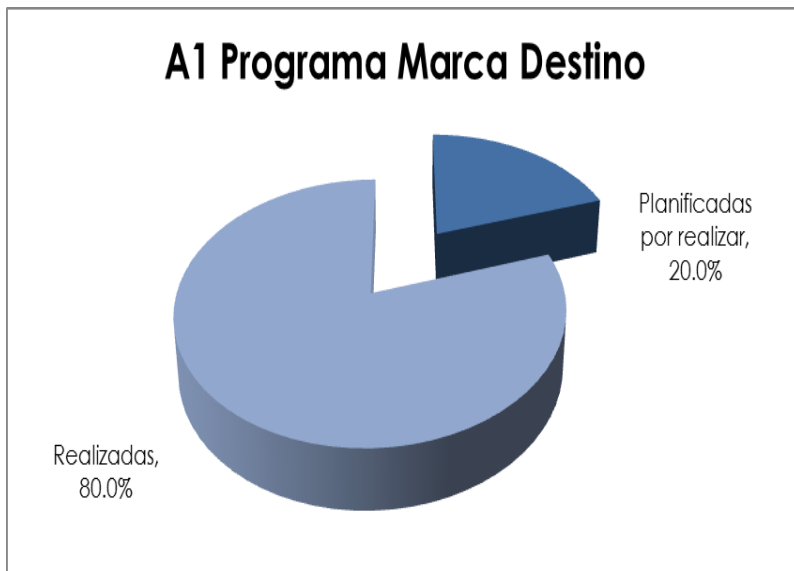


Tabla de Datos	2016	
No. de Investigaciones de Mercado	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	20.0%	1
Realizadas al primer bimestre	80.0%	4
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al mes de febrero /2016, se lleva un cumplimiento del 80%, pues se han realizado 4 investigaciones, quedando pendiente una, la cual se encuentra en proceso evaluación de ofertas.

➤ A2 – Vive tu País

El seguimiento del objetivo: “**Sensibilizar a los salvadoreños en el exterior para promover El Salvador en forma positiva**” a través del indicador: “**Atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual y realizar al menos 4 caravanas y 5 ruedas de negocios**”, se presentan a continuación:

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	2016	
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	Porcentual	Númérico
Planificadas por atender en el transcurso del año	94.29%	132
Atendidas en el primer bimestre	5.71%	8
Total	100.00%	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se atendieron 6 personas en Enero y 2 personas en Febrero. Todas las personas que se han atendido corresponden a viajes de familiarización, alcanzando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 5.71%, ya que es un indicador evaluado anualmente.

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, a continuación el respectivo análisis.

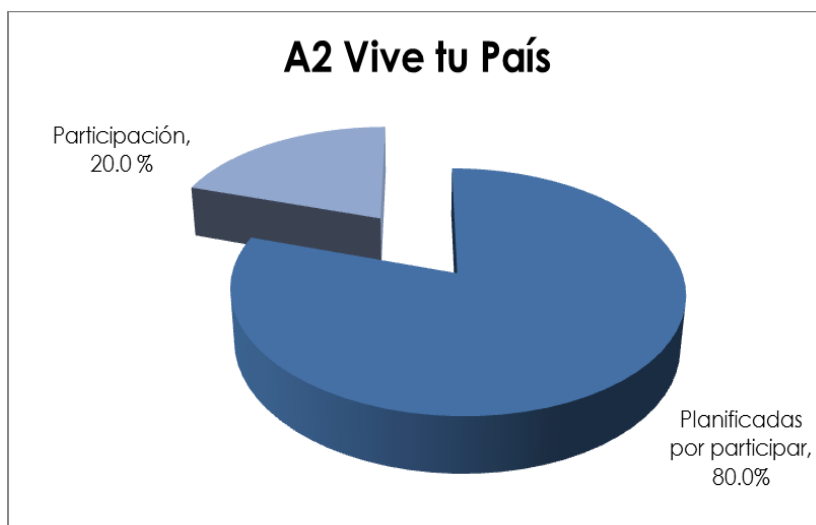


Tabla de Datos	2016	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Númérico
Planificadas por participar al finalizar el presente año	80.0%	4
Participación en el primer bimestre	20.0%	1
Total	100.00%	5



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se realizó de acuerdo al Plan Anual de eventos y ferias internacionales, año 2016, una rueda de negocios en Madrid, el 25 de enero, contando con la participación de 11 empresarios.

A la fecha con la realización de la rueda de negocios descrita anteriormente de 5 planificadas, se alcanzó un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 20%.

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 el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Caravana Turística de Colombia a realizarse en el mes de febrero se suspendió por motivos de presupuesto.

➤ A3 – Pueblos Vivos

Los resultados del objetivo: “**Desarrollar y ejecutar un evento de lanzamiento y una feria pueblos vivos y promocionar los destinos y festividades de los diferentes municipios del país anualmente**” que es cuantificado a través del indicador: “**Desarrollar los Eventos**”, el seguimiento del período: Enero – Febrero 2016, se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha no se ha realizado ningún evento. El evento de lanzamiento del programa Pueblos Vivos se tiene programado para el mes de abril.

➤ A4 – Cielos Abiertos

El objetivo: “**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**” es cuantificado por medio del indicador: “**Atender turistas internacionales a través de Stop Over**”, el análisis se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La comparación de datos es en base a los meses de enero a febrero de los años 2015 y 2016.



Año	Mes		Total
	Enero	Febrero	
2015	N/A	28	28
2016	203	96	299

En el mes de Enero del año 2015 el programa Stop Over no estaba funcionando por lo que no se tiene un parámetro de comparación mes a mes, más sin embargo en el mes de Febrero se observó un incremento considerable de 68 personas más que el año anterior en el mismo mes.

A la fecha se tiene un cierre de 299 personas, logrando un número aproximado de 10.5 veces mayor que el año anterior.

➤ A5 – Fortalecimiento de Imagen Nacional e Internacional

El seguimiento al objetivo: **“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”** es cuantificado por medio del indicador: **“Participar en eventos nacionales e internacionales”**, para lo cual se detalla el correspondiente análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los Eventos realizados del período Enero – Febrero 2016, se detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	Day One	01/01/2016	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
2	Recibimiento Crucero MS Serenissima 1er Atraco	05/01/2016	Puerto de Acajutla, Sonsonate
3	Recibimiento Crucero MS Serenissima 2o Atraco	07/01/2016	Puerto de Acajutla, Sonsonate
4	KO A LAS Drogas	15/01/2016	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
5	Inauguración Mirador La Palma	05/02/2016	Chalatenango
6	Recibimiento Crucero Azamara	19/02/2016	Puerto de Acajutla, Sonsonate
7	III Edición Festival de Títeres	21-23/02/16	Teatro Mañas, Ahuachapán
8	1a Cumbre Centroamericana de Enfermería y XXII Congreso Internacional Contribución de Enfermería en la Gobernanza en Salud, Nacional y Regional	12-23/02/16	Hotel Crown Plaza, San Salvador
9	Conferencia de Proyecciones Semana Santa	24/02/2016	Salón de Usos Múltiples (SUM) de CORSATUR
10	Recibimiento Crucero Amadea	25/02/2016	Puerto de Acajutla, Sonsonate

Se realizaron 10 eventos de 7 programados para el período: Enero – Febrero 2016, el porcentaje de ejecución es de 142.86 %, se realizaron 3 eventos fuera de programación.

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico 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

El seguimiento al objetivo de: **“Socializar la Memoria de Labores con 150 personas al año.”** a través del indicador: **“Entrega de ejemplares”**, cuya meta es: **“Lograr el 100% de entrega de ejemplares al año”**, se presentan a continuación por medio de los resultados de las acciones en cuanto a operatividad para el período: Enero – Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Es estos momentos se encuentra en la etapa de elaboración el documento.

➤ A2 –Eventos públicos institucionales

Al objetivo de: **“Informar a los medios de comunicación social sobre los proyectos y logros de CORSATUR a través de 125 comunicados de prensa anuales”** que tiene definido como indicador: **“Comunicados de Prensa”** se le da seguimiento a través de la presentación de los resultados de las acciones en cuanto a operatividad del período en cuestión, el cual se muestra a continuación:

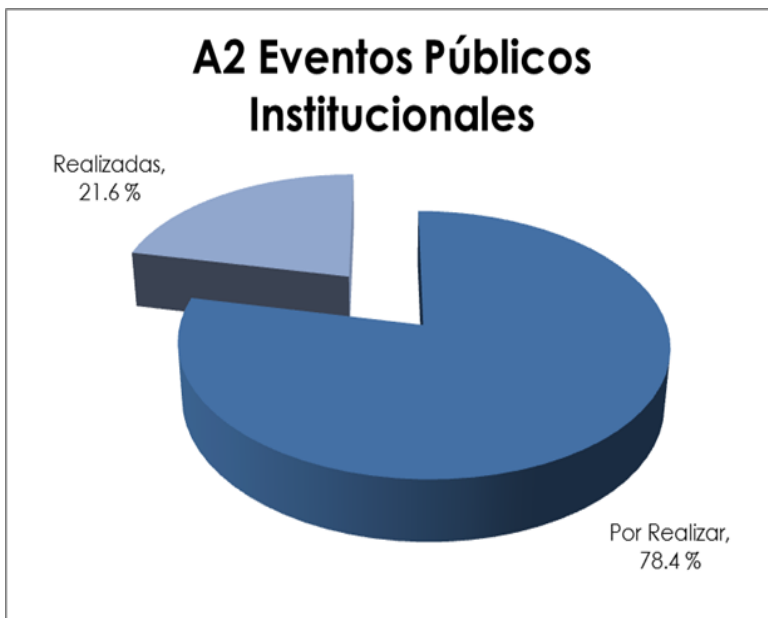


Tabla de Datos	2016	
No. de Comunicados de Prensa	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al cierre del año	78.40%	98
Realizadas al Primer Bimestre	21.60%	27
Total	100.00%	125

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Enero y Febrero / 2016, se publicaron 13 y 14 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total de 27 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 21.6 % al término del período Enero-Febrero.

En relación al posicionamiento del funcionario público y de la institución, a la fecha no se ha publicado ninguna encuesta de opinión pública, por lo que no se tiene un parámetro de medición hasta el momento.

➤ **A3 – Fortalecimiento de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas**

El seguimiento al objetivo: **“Mejorar la calidad del trabajo que realiza la Unidad de Comunicaciones (fotos, redes sociales, producción de boletines)”** a través del indicador: **“Un informe sobre fortalecimiento del trabajo institucional mensual”** y la meta: **“12 informes valorados”**, se presenta a continuación:

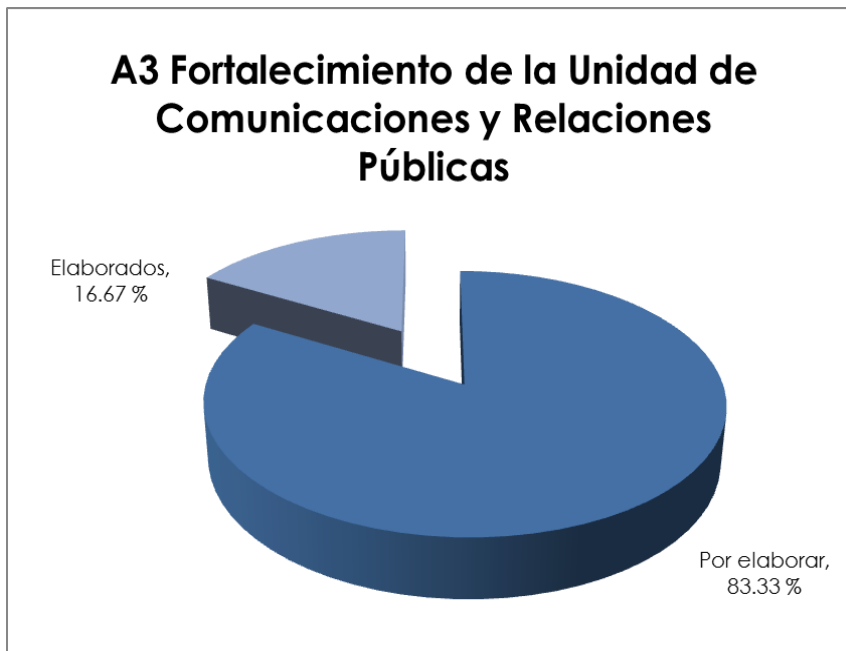


Tabla de Datos	2016	
No. de informes valorados	Porcentual	Numérico
Planificadas por elaborar al cierre del año	83.33%	10
Elaborados	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han realizado dos informes de valoraciones de publicity correspondiente a los meses de Enero y Febrero, obteniendo un porcentaje de ejecución de 16.67 % al término del período Enero-Febrero.

Asociada al objetivo estratégico: “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 del objetivo: “**Fortalecer a los circuitos turísticos**” son medidos de manera anual, por medio del indicador: “**Al menos 12 circuitos turísticos fortalecidos en el año**” y de la meta: “**Dinamizar el Turismo Interno, mediante el fortalecimiento de los circuitos turísticos del país**”, por el nivel de complejidad de los resultados, el seguimiento no es presentado de manera gráfica, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Por el momento se encuentra en proceso la elaboración de TDR y adjudicación de los procesos de Lanzamiento, Rentas de Local, Impresos y Acciones de Fortalecimiento de los Circuitos Turísticos

A2 – Divulgación y Fortalecimiento del RNT y Empresas Inscritas

El objetivo: “**Incrementar la cantidad de inscripciones de empresas turísticas y sus titulares en el Registro Nacional de Turismo**” son medidos de manera trimestral, a través del indicador: “**La inscripción de al menos 55 empresas nuevas y 50 renovadas, durante el año**” y de la meta: “**Fortalecer el Registro de Empresas Turísticas, mediante el incremento de inscripciones**”, los resultados del seguimiento se presentan de forma gráfica con el correspondiente análisis de resultados a continuación:

Inscripción de al menos 55 empresas nuevas al año

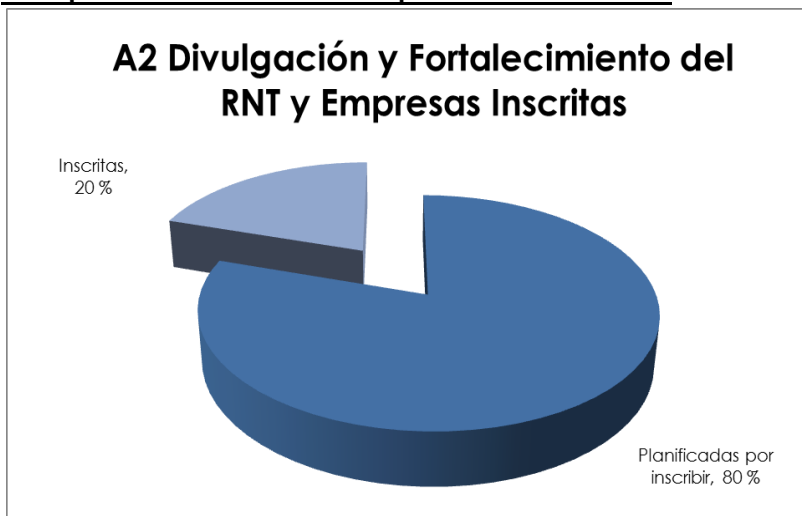


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Nuevas Inscritas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	80%	44
Inscritas al primer bimestre	20%	11
Total	100%	55

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El indicador es con medición anual por lo que se presenta el avance correspondiente a los meses de enero y febrero 2016, se inscribieron 5 y 6 empresas nuevas respectivamente, logrando un avance al término del período evaluado del 20 %.

Inscripción de al menos 50 empresas nuevas al año

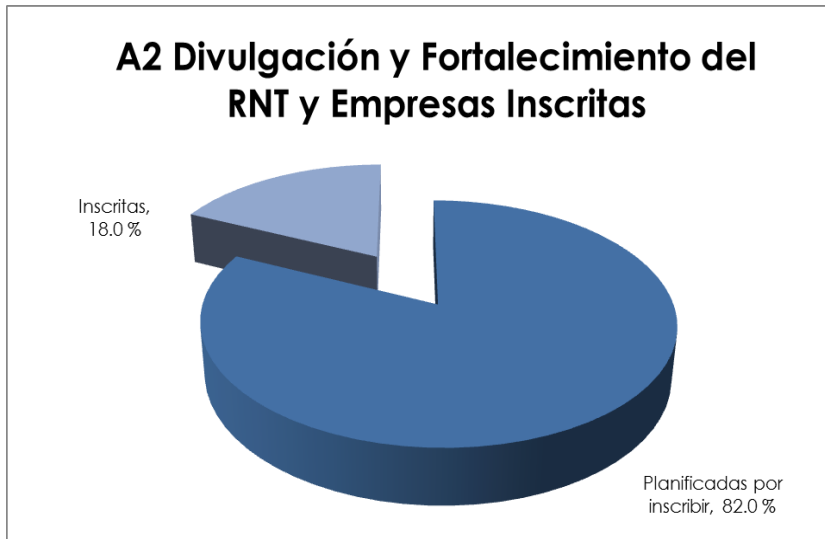


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Renovadas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	82%	41
Inscritas al primer bimestre	18%	9
Total	100%	50

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El indicador es con medición anual por lo que se presenta el avance correspondiente a los meses de enero y febrero 2016, se renovaron 2 y 7 empresas respectivamente, logrando un avance al término del período evaluado del 18 %.

A3 – Programa de Asistencia al Turista (PROASISTUR)

El seguimiento al objetivo: **“Satisfacer las necesidades de información, orientación y acompañamiento de los visitantes nacionales y extranjeros, así como lo asistencia técnica a Gobiernos Locales, empresario, CDT, entre otros”** se realiza de manera anual, a través del indicador: **“Incremento de al menos el 23% de la afluencia turística en área de acción de los CAT, con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”** y de la meta: **“Incremento de la afluencia turística en el área de acción de los Centros de Amigos del Turista (CAT) con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”**, los resultados no son comparables de manera mensual, por lo que no se presentan en forma gráfica, a continuación se presenta el análisis de resultados del período: Enero – Febrero 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La evaluación se realizará para el período de vacaciones de Semana Santa 2016.

➤ A4 – Fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico.

Los resultados del objetivo: **“Fortalecer el Recurso Humano CDT mediante jornadas de capacitación.”** son medidos de manera anual, por medio del indicador: **“Alcanzar al menos un promedio del 90% de satisfacción al cliente en los encuentros regionales de CDT realizados en el año”** y de la meta: **“Medir la satisfacción del cliente en los encuentros regionales de CDT”**., debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en períodos específicos, no se presentan en forma gráfica, el análisis de resultados se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los encuentros de CDT están planificados para el mes de mayo.



GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Asociada al objetivo estratégico: "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- Actualización del programa de Guías Turísticas de El Salvador.

Los resultados del objetivo: "**Actualización del pensum de formación para guías turísticos nacionales y locales de El Salvador al año**" son medidos de manera anual, a través del indicador: "**Revisión de los tres documentos que forman el Programa de Guías turísticos de El Salvador**" y de la metas:

- 1) 3 Manuales de Facilitador
- 2) 3 Manuales de Participante
- 3) Software en marcha.
- 4) Personal de CORSATUR (4) capacitado.
- 5) Facilitadores (20) carnetizados.
- 6) Facilitadores (15) en cultura turística carnetizados.

A continuación se presenta el respectivo análisis de resultados para el bimestre en análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso de elaboración y aprobación de TDR

➤ A2 – Apoyo en Programa de Calidad Turística

El objetivo: **“Sensibilizar a los diferentes actores del sector turismo de El Salvador en la importancia de mejorar sus servicios a través de la implementación de sistemas de calidad turística al año”** es medido de manera anual, por el indicador: **“Acciones de Sensibilización en temas de calidad ejecutadas en 2016”** y las metas:

- 1) 5 acciones de sensibilización en calidad turística
- 2) 150 actores turísticos sensibilizados.
- 3) 10 Mipymes certificadas

Debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos no se presentan en forma gráfica, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En gestiones para recibir consultoría en el mes de Abril del 11 al 15 de la empresa española CEGOS

➤ A3 – Capacitaciones en Guías Turísticos Locales y Nacionales y Cultura Turística

La cuantificación del objetivo: **“Mejorar las habilidades de los diferentes actores del sector turístico nacional al año”** se hace por medio del indicador: **“Capacitar Guías Turísticos en El Salvador”** y de la meta: **“Capacitar a 75 guías turísticos de diferentes zonas del país”**, el seguimiento de los resultados 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 a continuación se muestra el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso de elaboración y aprobación de términos de referencia.

➤ A4 - Fortalecimiento para actores especializados en la atención de cruceros turísticos

Los resultados del objetivo: **“Capacitar a actores del sector turismo con los programas de Certificación Internacional para Cruceros al año”** son medidos de manera anual, a través del indicador: **“Actores del Sector Cruceros Capacitados”** y de las metas:

- 1) 14 renovaciones de acreditación.
- 2) Capacitar a 25 actores clave de turismo de cruceros en El Salvador

Los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso para 2 semestre 2016



➤ **A5 - Gestionar estrategias de fortalecimiento organizacional, orientada a la calidad y a la mejora continua, dentro del Sistema de Gestión de Calidad**

El objetivo: **“Mejorar el desempeño institucional a través de un alto rendimiento en los diferentes procesos que conforman el SGC anualmente”** es medido de manera anual, por medio del indicador: **“Superación de No Conformidades de la Auditoría a Externa 2015 al Sistema de Gestión de Calidad Institucional”** y de las metas:

- 1) **1 Auditoría Externa.**
- 2) **Lograr el 100% de superación de No Conformidades de la Auditoría Externa 2015**

A continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- 1) La Auditoría Externa está programada realizarse en Nov. 2016
- 2) Se está trabajando en los Términos de Referencia para la contratación de un equipo de consultores que brindaran apoyo institucional para la superación de las No Conformidades de la Auditoría Externa 2015.

➤ **A6 - Fortalecer la Gerencia de Planificación mejorando la competitividad y calidad en la prestación de servicios**

Los resultados del objetivo: **“Optimizar el recurso informático de la Gerencia de Planificación en seguimiento a la mejora continua, en al menos 4 equipos al año”**, son medidos de manera anual, a través del indicador: **“% de cumplimiento en las reparaciones de los equipos informáticos de la Gerencia de Planificación”** y de la meta: **“Lograr el 100% de cumplimiento anual”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso.



GERENCIA DE PROYECTOS E INVERSIÓN

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

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

A1 - Programa de Inversión turística – INVERTURES

Los resultados del objetivo: **“Desarrollar herramientas de inversión turística para el sector”** que es cuantificado a través del indicador: **“Herramientas entregadas”** y la meta: **“2 herramientas desarrolladas”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para las herramientas se hará proceso global institucional.

A2 - Programa Pueblos Vivos

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Dinamizar el Turismo Interno con la intervención de al menos 15% del No. de municipios inscritos en el Programa Pueblos Vivos 2016 al año”** a través del indicador: **“Municipios intervenidos”** y la meta: **“15 % del total de Municipios inscritos”**, se describen a continuación en el siguiente análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se estima iniciar el proceso de licitación pública en el mes de mayo.

A3 - Fortalecimiento al funcionamiento de Anclas Turísticas (CTPLL, Parque Nacional El Boquerón, Hotel de Montaña Cerro Verde, El Icacal, Bola de Monte, Mirador Planes de Renderos)

Los resultados del objetivo: **“Mantener en funcionamiento los inmuebles de CORSATUR y observatorios turísticos a través de la contratación de servicios de mantenimiento, administración y seguridad”**, por medio del indicador: **“Servicios recibidos mensualmente”**, se presenta a continuación:

A3 Fortalecimiento al Funcionamiento de Anclas Turísticas

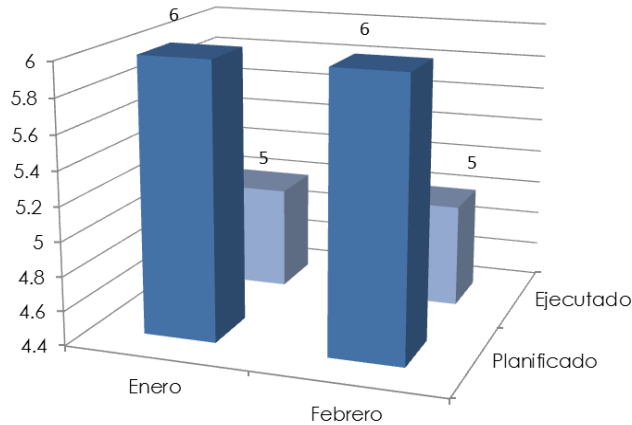


Tabla de Datos	2016	
No. de Actas de Satisfacción	Enero	Febrero
Servicios Contratados	6	6
Servicios Recibidos	5	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han recibido los servicios de seguridad del CTPLL y Parque Nacional El Boquerón en los meses de enero y febrero de 2016, encontrándonos a la espera de solventar las observaciones por parte del contratista a los informes presentados.