



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

**Mayo y Junio  
2016**

## CONTENIDO

---

1. Objetivo
2. Alcance
3. Documentos Relacionados
4. Responsabilidades
5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Mayo y Junio 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 Mayo – Junio 2016.

## 3. Documentos Relacionados:

---

Reglamento de Normas Técnicas de Control Internas Específicas 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 2016

---





## El Salvador acogerá máxima reunión de la OMT en las Américas en 2017

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció la mañana del pasado 4 de mayo que El Salvador será sede de las plenarios de la "61 Reunión de la Comisión Regional para las Américas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 2017", uno de los eventos más importantes del regidor de la industria turística mundial.

La próxima reunión se desarrollará bajo el esquema de organización compartida, siendo El Salvador la sede de la plenaria principal.

El anuncio se realizó en el marco de la 60 Reunión de la Comisión Regional de la OMT, que se desarrolló en la Habana, Cuba.

El funcionario destacó además la experiencia de El Salvador en la organización de eventos internacionales de gran envergadura, entre ellos: el XXII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA), en 2011.

De igual forma en 2014, el país organizó el evento de aerolíneas más grande de las Américas, denominado Routes Américas.

## San Esteban Catarina celebró su XIX Festival del Globo

Autoridades del Ministerio de Turismo (MITUR) en coordinación con la alcaldía municipal de San Esteban Catarina (San Vicente), dieron a conocer en conferencia de prensa los detalles de la XIX celebración del Festival del Globo.

Esta nueva edición fue tuvo lugar el pasado 8 de mayo bajo el lema "A casi dos décadas de pintar el cielo de colores".

El evento fue apoyado por el MITUR y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), como parte del impulso de los eventos culturales y recreativos que realizan los municipios inscritos a la estrategia de Pueblos Vivos, que permiten un mayor flujo de visitantes, convirtiéndolos en lugares atractivos para turistas nacionales e internacionales.

El Comité organizador del Festival del Globo 2016 de San Esteban Catarina, conformado por la Alcaldía Municipal, Casa de la Cultura y el Comité de Desarrollo Turístico preparó una fiesta multicolor en la que buscó resaltar el patrimonio de un Pueblo Vivo lleno de muchos artesanos, que con la materia prima (papel de china) elaboran coloridos y originales globos de papel.

En el marco de festival, se desarrolló el tradicional concurso de globos, espacio en el que participaron tanto artesanos locales como grupos de diferentes partes del país para competir de una manera sana, dando realce a la creatividad, colorido y diseños impresionantes que le dan mayor atractivo a esta fiesta.

La novedad del evento radicó en la participación de delegaciones de Brasil y México, naciones con gran trayectoria en este tipo de eventos, esta última delegación celebra uno de los festivales más importantes a nivel del continente americano, denominado El Festival Nacional de Globos de Cantoya Paracho, Michoacan.

El año pasado se contó con una presencia de 1,700 turistas de diferentes puntos del país, y para este año, se espera contar con al menos unos 2,500 turistas.

## El Salvador promovió su oferta turística durante feria de turismo en Costa Rica

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo continúa su apuesta por promover el país en los mercados internacionales, esta vez, en la edición número 32 de la feria Expotur, que se desarrolló en la ciudad de San José, Costa Rica del 11 al 13 de mayo.

Esta fue la décima ocasión en la que El Salvador participó en la Feria Expotur, como estrategia de país, promovió los destinos de Aventura, Arqueología y Sol y Playa.



Fueron ocho empresas salvadoreñas las que promovieron y ofertaron sus productos y servicios apostándole a concretar el cierre de negocios, entre ellas destacan: Epic Tours, El Salvador Xpedition, Hotel Decameron, Salvadorean Tours, Hostal de Asturias, Mayan Escapes, Inter Tours y Green Blue Red.

Los visitantes costarricenses representan una cifra importante para El Salvador; en el año 2016 un total de 28,737 costarricenses hicieron turismo en nuestro país, si se compara con el año anterior representa un crecimiento del 2.70%. Un total de 805, 634 turistas centroamericanos visitaron El Salvador.

Expotur se ha consolidado como el evento de mayor trayectoria y posicionamiento en la región, es una plataforma 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 oportunidad para la negociación.

### Ministro Duarte entre los funcionarios mejor evaluados por encuesta CID Gallup

El ministro de turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán figura entre los funcionarios del gobierno del Presidente Prof. Salvador Sánchez Cerén, mejor evaluados, según reveló un estudio publicado el pasado 19 de mayo por el Centro de Estudios Latinoamericano CID Gallup.

Duarte se posiciona en el segundo lugar en la evaluación del trabajo de funcionarios del actual gobierno, con el 23% de aceptación.

El primer lugar lo ocupa, Vanda Pignato, secretaria de Inclusión Social, y el tercer puesto Gerson Martínez, en el Ministerio de Obras Públicas, con el 26% y 16%, respectivamente.

"Sus calificaciones son positivas incluso entre aquellos que se oponen al gobierno", describe el documento.

El jefe de la cartera de Turismo es uno de los funcionarios que destaca desde la

administración del primer gobierno de izquierda en El Salvador, ha logrado posicionar el país como un destino turístico a nivel mundial, reflejado en las estadísticas y premios internacionales logrados por el país.

En 2009 El Salvador percibía en concepto de divisas, \$516.6 millones, al cierre del 2015 las estadísticas revelan que los turistas (1 millón 972, 854 visitantes) dejaron a nuestro país \$1,169.5 millones, duplicando así los ingresos.

La encuesta, que se realizó, entre el 5 y 9 de mayo del corriente, se entrevistó un total de 1.115 ciudadanos de 18 años y más de edad, quienes fueron seleccionados mediante una muestra demográficamente representativa de esa población residente en el país.

### MITUR realizó primera rueda de negocios en el mercado chileno

El Ministerio de Turismo a través de CORSATUR propició la primera rueda de negocios entre mayoristas chilenos y 10 empresarios salvadoreños en Santiago de Chile.

Esta actividad se enmarca en la apuesta estratégica por fortalecer el mercado de turistas suramericanos hacia nuestra nación. El Hotel Double Tree, fue el escenario del encuentro de negocios, que además incluyó una presentación oficial del destino en la cual se destacaron los avances de El Salvador en materia de turismo, infraestructura vial, indicadores de competitividad, entre otros.

La delegación estuvo encabezado por el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte y el embajador de El Salvador en Chile, Lic. Víctor Valle.

Las empresas salvadoreñas que participaron en el encuentro fueron: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Hotel Royal Decameron, Nanch Tours, Tour Bus, La Ruta del Guerrillero, Avitours DMC, Epic Tours, Morazán Tours, Inter Tours El Salvador y Tours Universal.



El encuentro privado de negocios se realizó el pasado 26 de mayo y reunió a más de 100 profesionales del sector turístico de ambos países.

Las estadísticas revelan que al cierre del 2015 El Salvador recibió a 44,991 visitantes de Suramérica, un mercado que creció un 3.2% más si se compara con el año anterior, ratificando la apuesta por estimular la promoción de El Salvador como destino turístico.

### **MITUR estableció conexiones directas con representantes de aerolíneas en Chile**

En el marco de la rueda de negocios entre empresarios salvadoreños y chilenos, el ministro de turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán se reunió con representantes de la aerolínea Copa Airlines.

Dicha reunión fue organizada con el objetivo de consolidar estrategias y paquetes a precios bajos que permitan atraer más turistas chilenos a El Salvador.

Además el funcionario estableció puentes para valorar la posibilidad de establecer conexiones directas a El Salvador.

Se tuvieron al menos ocho reuniones estratégicas con empresarios, funcionarios y representantes de aerolíneas durante la misión oficial a Chile las cuales serán de mucho beneficio para el desarrollo de la industria turística de El Salvador, ya que por primera vez se tiene un acercamiento directo y exitoso con mayoristas del país suramericano.

El jefe de la cartera de Turismo de El Salvador y empresarios también se reunieron con representantes de la agencia de viajes LATAM, para abordar futuros esfuerzos de promoción y desarrollo de destinos con los tour operadores, lo que permitirá sentar las bases para estimular la demanda.

Actualmente LATAM posee 300 oficinas de viajes en Chile. De llegar a un acuerdo sería un paso importante para la promoción de los destinos salvadoreños en dicho mercado.

El 26 de mayo, una rueda de negocios con mayoristas chilenos llevó a una comitiva encabezada por el ministro de turismo y 10 empresarios salvadoreños al país suramericano, como parte del primer acercamiento en donde promocionan la oferta turística con el fin de cautivarlos e incluir en sus catálogos el destino de El Salvador.

## Acciones desarrolladas durante Junio 2016

---





### MITUR apoyó el lanzamiento de Panchimalco como destino turístico

El pasado 2 de junio, la alcaldía de Panchimalco, en cooperación con el Ministerio de Turismo y otras instituciones de gobierno, lanzaron oficialmente la iniciativa "Panchimalco Florece", una apuesta para convertir al municipio en un destino turístico para los salvadoreños fomentando el desarrollo social de los jóvenes a través de la música, el arte y la cultura.

Esta nueva propuesta turística ofrece alternativas a los habitantes de Panchimalco para que empleen su tiempo libre en actividades positivas.

"Panchimalco Florece" pretende beneficiar a 13 lugares del municipio, alcanzando una población beneficiada de 1,420 personas, en áreas de danza folklórica, música andina, pintura, dibujo, guitarra clásica y escultura.

En total fueron 100 diplomáticos que recorrieron el Jardín Escultórico y la Casa del Artista, observando los talleres de danza folklórica, música andina, guitarra clásica, dibujo y pintura, escultura en piedra y danza moderna.

Panchimalco destaca por sus calles empedradas, su imponente iglesia con más de 200 años de antigüedad, costumbres y tradiciones, en la que sobresale la tradicional Feria cultural de las Flores y Palmas que se celebra entre abril y mayo de cada año.

### Empresarios salvadoreños participaron por primera vez en la feria turística ELA de Londres

El Salvador se promocionó como destino turístico de clase mundial por primera vez en la feria turística Experience Latin America (ELA), evento que reunió a los principales proveedores de América Latina con los

compradores claves del Reino Unido y Europa, en Londres del 6 al 8 de junio.

La participación de la empresa privada, como co-expositor, complementó la labor de promoción de El Salvador, realizada por la Corporación Salvadoreña de Turismo.

Experience Latin America es una feria en modalidad de rueda de negocios. Los empresarios turísticos salvadoreños especializados en turismo de aventura buscaron concretar alrededor de 100 citas de negocio, durante los tres días que promocionaron a El Salvador en el mercado europeo.

El evento es organizado por LATA (Latin America Travel Association), con el principal objetivo de promover el turismo hacia Latinoamérica en Europa, reuniendo a agencias de viajes y mayoristas que ofrecen destinos en Latinoamérica, así como medios de comunicación especializados, interesados en estos destinos.

Desde hace 7 años el Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, ha propiciado encuentros empresariales en Londres en la participación de la feria World Travel Market que se realiza en el mes de noviembre de cada año.

Al cierre del 2015 se contabilizó la llegada de 30, 223 europeos que hicieron turismo en El Salvador y 2,531 provenientes del Reino Unido

### MITUR lanzó Plan Maestro para promover el desarrollo turístico del Valle del Jiboa

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, lanzó el pasado 15 de junio el Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa, el cual busca orientar los esfuerzos de los agentes turísticos locales tanto del sector



público y privado para el posicionamiento del destino.

La iniciativa beneficiará a 15 municipios (13 de San Vicente y 2 del departamento de la Paz), entre ellos: Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Ildefonso, Santo Domingo, Tecoluca, Jerusalén y Mercedes La Ceiba.

El Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa destaca la importancia del papel de los Gobiernos Locales y los Comités de Desarrollo Turístico como agentes dinamizadores de los territorios.

Dentro de los atractivos turísticos con los que cuenta el Valle del Jiboa se identifican más de 25 festivales, entre los que destacan: Festival del Marañón, Festival del Camote, La Feria de la Panela, Festival del Globo, Festival de la Hamaca, Festival de la Quesadilla, Festival de la Melcocha.

Asimismo, la zona es reconocida por su diversidad natural y paisajística, festivales gastronómicos, demostraciones artesanales y fiestas patronales. Cuenta con 97 molineras, más de 50 recursos naturales entre lagunas, cerros, cuevas, plazas e iglesias; alrededor de 18 procesos artesanales como: elaboración de globos de papel, melcochas, dulces, bambú, pintura, telares y la elaboración de más de 30 platillos típicos.

El Valle del Jiboa está organizado a través de 18 Comités de Desarrollo Turístico (CDT), siendo los pioneros a nivel nacional en la conformación del primer CDT departamental de San Vicente.

**MITUR potenció turismo deportivo con campeonato de surf Copa El Salvador Impresionante QS 6000**

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo inauguró el pasado 16 de junio el campeonato de Surf femenino "Copa El Salvador Impresionante QS 6000".

Según las autoridades de turismo, el evento permitió promocionar a nivel internacional las playas de nuestro país y posicionarnos en el segmento de surf como un destino con las mejores olas para la práctica de este deporte.

De acuerdo a las estadísticas del MITUR, el evento que se desarrolló del 16 al 19 de junio en Playa Punta Roca, contó con la asistencia de unas 10 mil personas. El campeonato fue de categoría 6 estrellas, y ofreció una bolsa de premios valorada en \$50,000.

Este año participaron 106 atletas de Estados Unidos, Australia, Brasil, Perú y Ecuador.

El evento fue transmitido en programas deportivos de cadenas internacionales como FOX SPORT y SPACE (que tienen una audiencia de alrededor de 30 millones de personas en Latinoamérica, así como de revistas especializadas en el surf). El evento fue visto alrededor del mundo ya que fue transmitido en vivo por WEB CAST, posicionando nuestro país como un paraíso para la práctica del deporte.

Actualmente el surf es considerado uno de los 20 deportes más importantes en todo el mundo. El Salvador está catalogado por uno de los 10 mejores destinos a nivel mundial para la práctica de surf, por poseer impresionantes playas.

**MITUR busca potenciar a Suchitoto como destino turístico**

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo lanzó el pasado 22 de junio el Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Municipio de

Suchitoto, que busca orientar esfuerzos de actores turísticos públicos y privados para potenciar el destino.

El Plan Maestro para el Desarrollo Turístico Municipal es el resultado de un proceso de la consulta y asistencia técnica con los principales agentes turísticos de Suchitoto.

El documento plasma una visión compartida para el desarrollo turístico del Pueblo Vivo de Suchitoto, cada capítulo pretende seguir una línea conductora que permita la realización de iniciativas de este municipio, a fin de convertirlo en un referente de turismo sostenible a nivel nacional.

El Plan Maestro contiene 5 directrices principales y 56 líneas de acción que contribuirán a un mejor desarrollo turístico de la ciudad. En su conjunto han sido planteadas bajo el enfoque de "Suchitoto Turístico Cultural" como eje transversal del desarrollo del sector.

Las directrices se ha dimensionado para un plazo de uno a cinco años, en ellas se recomiendan aspectos como capacitaciones, compromisos y posicionamiento del destino.

Es importante destacar que en cada etapa de la elaboración del documento, ha sido determinante el conocimiento y experiencia de los suchitotences, la revisión de la documentación existente en materia de turismo, para lo cual el acompañamiento de universidades fue clave en el proceso de consulta e investigación.

Según estadísticas del Centro de Amigos del Turista (que orienta y guía a todo excursionista en tradiciones, costumbres, oferta turística y gastronómica que visita determinado sitio), ubicado en Suchitoto, revelan que durante el año 2015 un total de 5, 902 turistas visitaron dicho centro, de éstos 2,156 eran extranjeros y 3,746 nacionales. Y desde el año 2009 al 2015 suman 32, 510 visitas

## 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:

- 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
- 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	Mayo	Junio
Planificado	1	1
Ejecutado	3	2



### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Mayo, se realizaron 2 reuniones de Junta Directiva y 1 reunión con empresarios del Sector Turismo, y el mes de Junio se llevaron a cabo 2 reuniones de Junta Directiva, haciendo un total de 5 reuniones en el período analizado.

#### ➤ **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 análisis de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión:

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

No hubo delegación de Junta Directiva para misiones oficiales en el período en cuestión, a la fecha se ha contabilizado un porcentaje de seguimiento a la ejecución del 16.67%.

#### ➤ **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 el análisis 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: Mayo - Junio 2016 con su respectivo análisis de resultados.

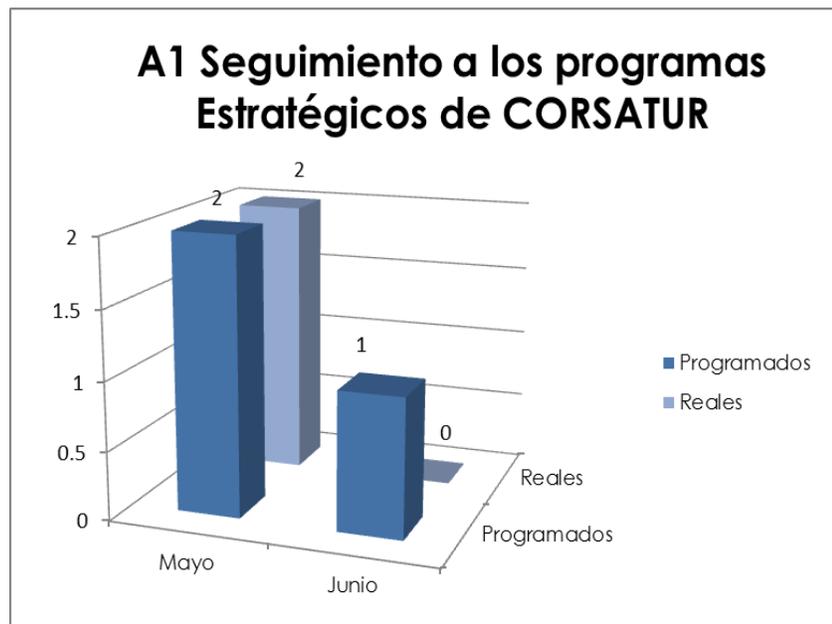


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Mayo	Junio
Programados	2	1
Reales	2	0
% de ejecución	100.00%	0.00%

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Mayo	Junio	Bimestre
Planificados	2	1	3
Recibidos	2	0	2
Porcentaje de Cumplimiento	100.0%	0.0%	66.66%

En seguimiento el informe faltante.

#### ➤ 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 Mayo – Junio 2016.

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar el período: Mayo-Junio 2016, se verificó que no fue delegada a 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 Mayo – Junio 2016.

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso de compra ya fue ejecutado para papelería, en proceso los accesorios de oficina

#### ➤ 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 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 Mayo – Junio 2016:

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El Proceso de compra estaba planificado adjudicarse en el mes de Octubre, sin embargo, en función de no atrasar la actividad de digitalización, se tomó a bien adelantar el proceso de contratación y ya está comprometida la orden de compra para dicho proceso. La actividad de digitalización se tiene planificada realizarla en el mes de Julio.



## 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 Mayo y Junio / 2016 se hicieron 1 solicitud y 21 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):**

Se ha iniciado la etapa de diagramación del documento de Rendición de Cuentas, el evento está programado realizarse en agosto 2016 y en esa fecha se entregarán los ejemplares.



### 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):

- Esta acción ha sido iniciada el 29 de junio de 2016 solicitando la información de los 25 ítems solicitados en el Art 10. correspondiente a junio 2016 para garantizar la actualización de la información.
- 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**.

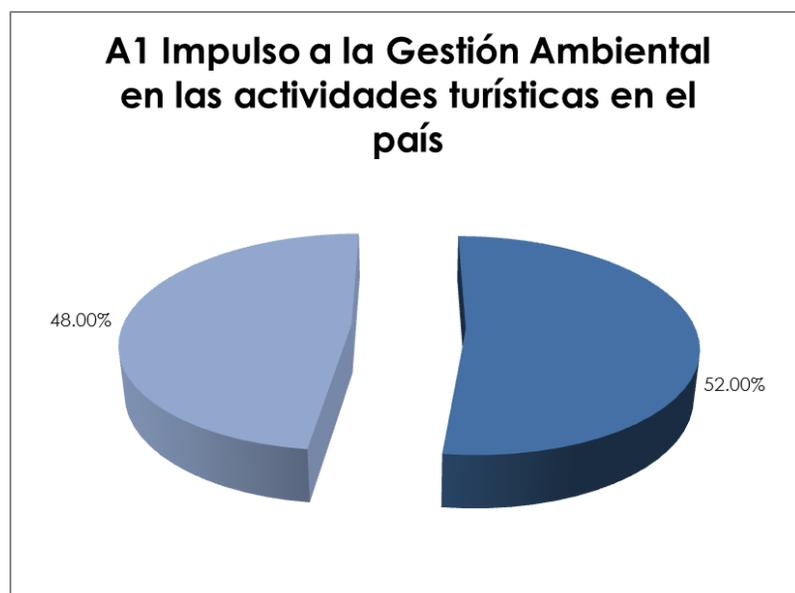


Tabla de Datos		
Numero de Personas Sensibilizadas hacia la gestión medioambiental	Porcentual	Numérico
Por sensibilizar	52.00%	52
Sensibilizadas al Segundo Bimestre	48.00%	48
Total	100.00%	100

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Total de sensibilizados a la fecha: 48 personas, que corresponden al 48% de la meta, que es 100 personas sensibilizadas al año la meta correspondiente.

El detalle de eventos cuantificados con las personas sensibilizadas se presenta a continuación:

PROCESO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
✓ 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
✓ En el marco del proceso de Formación de Guías de Sitio Histórico: La Montañona, Chalatenango, desarrollado con Gerencia de Planificación a través de Asistencia Técnica, se capacitó en temas como: como: Patrimonio Natural de El Salvador. En las siguientes fechas: (25-05-2016, 30/05/2016, 13/06/2016, 20/06/2016).	8	6	14
<b>Total de sensibilizados desde enero hasta el 30 de junio 2016</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>48</b>



## 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"** :

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

##### Mayo

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

##### Junio

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: No ha sido remitido.

**Se ha cumplido el tiempos de entrega del informe del mes de Mayo, mas no el tiempo de entrega del informe del mes de Junio, ya que no ha remitido a la Gerencia General.**

### ➤ 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 Mayo - Junio 2016:



Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Mayo	Junio
Máximo	10	10
Real	9	7

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

##### Mayo

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 9 días hábiles.

##### Junio

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 7 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: Mayo – Junio 2016 se presenta a continuación:

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

##### Mayo

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

Tiempo real de entrega: 7 días hábiles antes de terminar el mes.

##### Junio

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: Mayo – Junio 2016 se presenta a continuación:

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

##### ✓ Cierres Contables Mensuales

###### Mayo:

Tiempo máximo para entrega: el día 10

Tiempo real de entrega: El 1 de Junio se entregó el cierre contable del mes de Abril

###### Junio:

Tiempo máximo para entrega: el día 10.

Tiempo real de entrega: no se ha presentado

El 1 de Junio se entregó el cierre contable del mes de Abril, y el correspondiente al mes de mayo, se presentara a la brevedad.

##### ✓ Cierre Contable Anual

Los cierres anuales de este ejercicio se presentarán en enero del siguiente ejercicio.



## 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: Mayo – Junio 2016

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):**

Se recibieron y atendieron 171 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 6 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 50.0%.

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se ha recibido el servicio correspondiente a 6 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 50.0%.



### ➤ 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):**

De los 8 mantenimientos programados para el período: Mayo – Junio, se cumplieron solamente 7 mantenimientos, logrando un porcentaje de ejecución del 87.50% 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 323 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”**, con su respectivo análisis de resultados, se presenta a continuación:

#### **Indicador:**

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

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

No hubo solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Mayo – Junio / 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):**

De las 5 actividades programadas para el período: mayo – junio 2016, se cumplieron 4, logrando un porcentaje de ejecución de 80.0%.

## UNIDAD AUDITORÍA 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 periodo: Mayo – Junio 2016.



Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Numérico
Por realizar	76.92%	10
Realizados al Tercer Bimestre	23.08%	3
Total	100.00%	13

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad 1er. Trimestre 2016; en el desarrollo de los procedimientos de auditoría al área examinada, no se encontraron deficiencias u observaciones; y están en proceso el Examen Especial a las Disponibilidades 1er.semestre del 2016, Examen Especial a Gerencia de Mercadeo - Inteligencia de Mercado y Examen Especial - Arqueo al Fondo Circulante de Monto Fijo.

A la fecha se han realizado 3 exámenes especiales de 13 programados en el Plan de Trabajo Anual 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 23.08 %.



## ➤ 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: Mayo - Junio 2016.

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El Plan de Trabajo Anual 2017 de Auditoría Interna fue presentado a Junta Directiva en el mes de marzo, según consta en acuerdo No. 2298-288/2016.

## UNIDAD JURÍDICA

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:

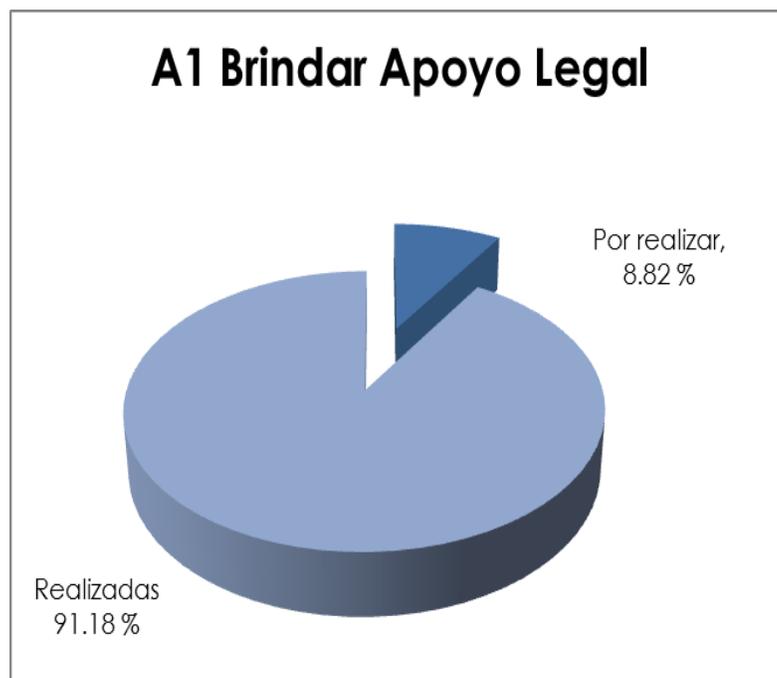


Tabla de Datos	2016	
Opiniones	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	8.82%	36
Realizadas al Tercer Bimestre	91.18%	372
Total	100.00%	408

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Mayo y Junio / 2016 se realizaron 62 y 59 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Junio se ha alcanzado un cumplimiento de 91.18 %. (372 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:

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el período de Mayo y Junio / 2016 se realizaron 5 y 11 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Junio se han cuantificado: 71 servicios notariales en total.

## ➤ 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: Mayo - Junio 2016.

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los eventos realizados por la institución en el transcurso del año 2016, en los cuales se cuantifica el impulso de la participación de las mujeres, se detallan a continuación:

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
<b>Enero-Febrero</b>		
✓ Clausura de Capacitaciones 2015 (Portugués e Inglés) / 11 de Febrero	60 %	40 %
✓ Juramentación del Comité Departamental de Sonsonate / 12 de Febrero	58 %	42 %
<b>Marzo-Abril</b>		
✓ Clausura del Programa de Guías Turísticos Locales 2015 / 31 de marzo	46.59%	53.41%
<b>Mayo-Junio</b>		
✓ Campeonato de Surf WSL / Del 15 al 19 de junio	0%	100%
<b>Promedio de participación</b>	41.15%	58.85%

A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 58.85% de 60% que es la meta a lograr para el año 2016, con esta cuantificación se obtiene el 98.08% de seguimiento al cumplimiento de la meta para esta macroactividad, cabe mencionar que el indicador es anual, por lo que se seguirá monitoreando los resultados de las estadísticas de los porcentajes de participación de los eventos realizados por CORSATUR 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 periodo: Mayo - Junio 2016.

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Mayo no se tenía programada ninguna acción y la acción programada para el mes de Junio ha sido reprogramada para el mes de Julio.

Cabe mencionar que el indicador es anual, por lo que se seguirá monitoreando los resultados de las estadísticas para todo el año 2016, a la fecha el seguimiento al cumplimiento de la meta es de 15.83%,

## GERENCIA DE MERCADEO

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

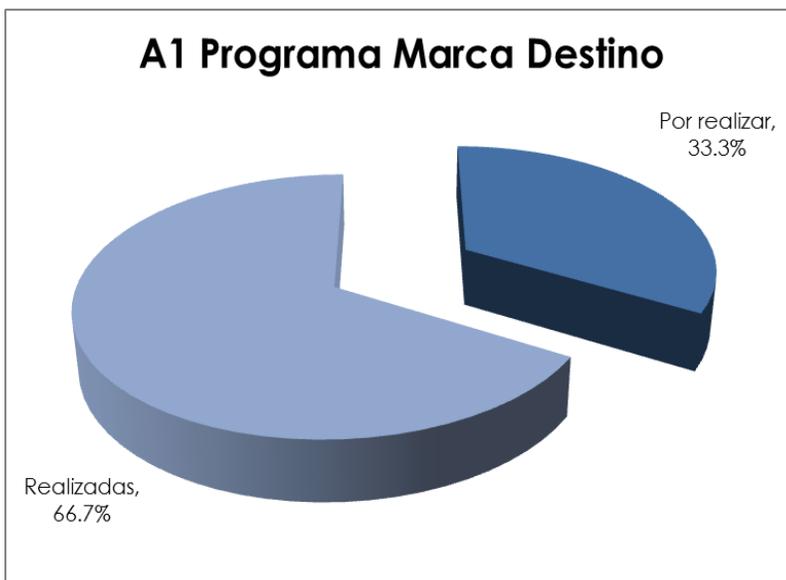


Tabla de Datos	2016	
No. de campañas nacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	33.3%	1
Realizadas al Tercer Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

#### **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

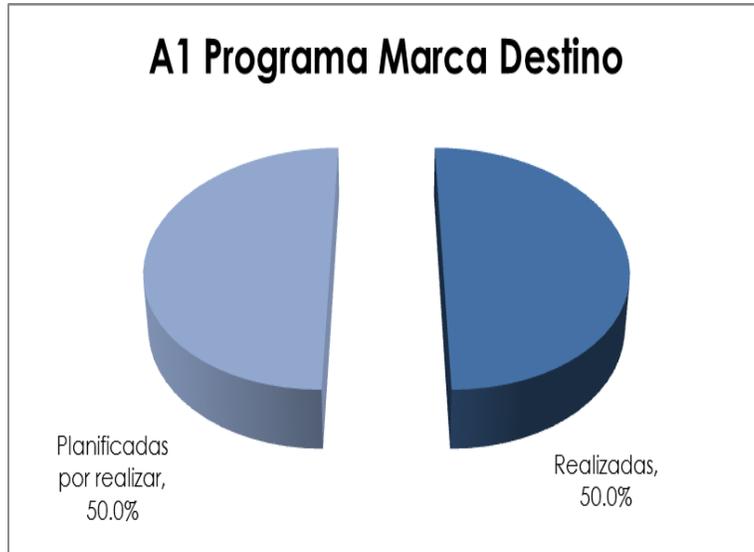


Tabla de Datos	2016	
No. de campañas internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realizadas al tercer bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Para la promoción de El Salvador a nivel internacional se realizó en el marco de la Semana Santa la campaña "Cerca de ti" dirigida a los países de Guatemala la cual tuvo exposición en buses, medios, exteriores y medios digitales, Honduras en medios digitales y exteriores, Costa Rica en publicidad en aeropuerto y Alemania en publicidad en buses, dicha campaña se realizó en el período de Marzo – Mayo 2016.

A la fecha se tiene un porcentaje de cumplimiento del 50.0%, ya que de 2 campañas planificadas en el año 2016 se ha realizado 1.

**Indicador:**

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

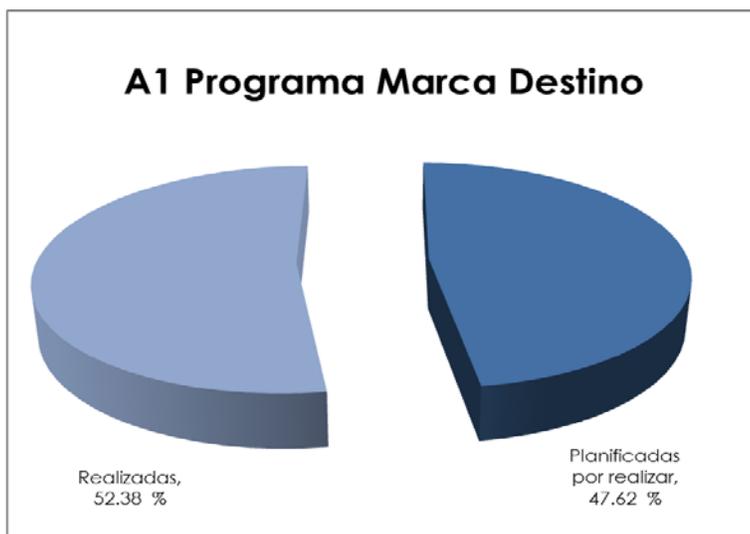


Tabla de Datos	2016	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al finalizar el año	47.62%	10
Realizadas al tercer bimestre	52.38%	11
Total	100.00%	21



### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En Mayo se tuvo participación en la Feria Expotour, realizada en San José, Costa Rica y en el Mes de Junio se participó en la feria Experience Latin América, llevada a cabo en Londres, Reino Unido.

A la fecha se ha participado en 11 ferias de 21, según lo detallado en el plan de eventos y ferias internacionales, año 2016, obteniendo un porcentaje de seguimiento en el cumplimiento de 52.38 %, 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 para el período: Mayo-Junio 2016.

### **Análisis de Resultados:**

- No se ha realizado ningún lanzamiento de productos, están programados para el segundo semestre del año.
- Se tienen identificado atractivos para incluirse en el lanzamiento del producto Sol y Playa.
- Para: Centro Histórico, Volcanes y Sol y Playa (playas solo el oriente del país) ya está en fase de adjudicación, la contratación de la consultoría que proveerá diagnóstico de recursos para el desarrollo y posterior lanzamiento del producto,
- El servicio de alimentación para reuniones y logística para viajes de familiarización y prensa y evento de lanzamiento ya ha sido adjudicado.
- 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)**

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Al mes de junio 2016 se han realizado las 5 investigaciones que se tenían programadas , cumpliendo con el 100% de lo planificado.

### **➤ 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

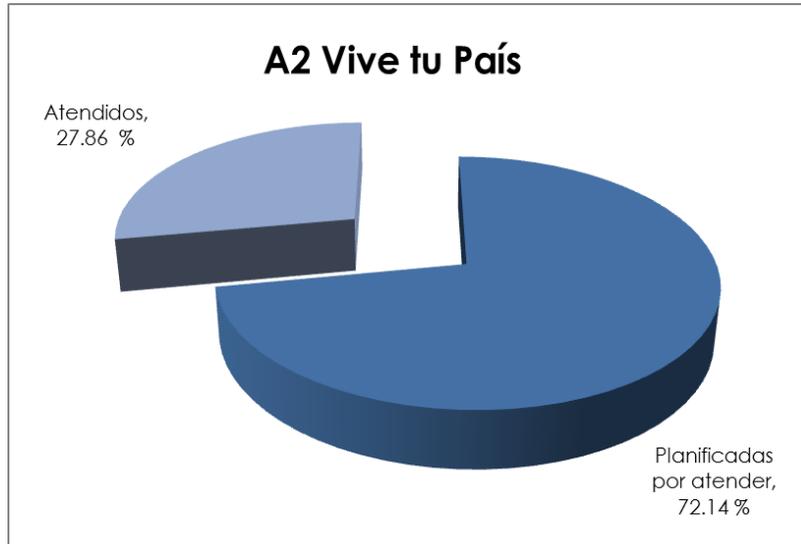


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Númérico
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa		
Planificados por atender en el transcurso del año	72.14%	101
Atendidas al tercer bimestre	27.86%	39
Total	100.00%	140

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Mayo y Junio se atendieron 3 y 13 personas respectivamente, al término del mes de Junio se contabilizaron 39 personas atendidas en total de 140 planificadas a atender, en el transcurso del presente año, alcanzando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 27.86 %, ya que es un indicador evaluado anualmente. Todas las personas que se han atendido corresponden a viajes de familiarización.

**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.

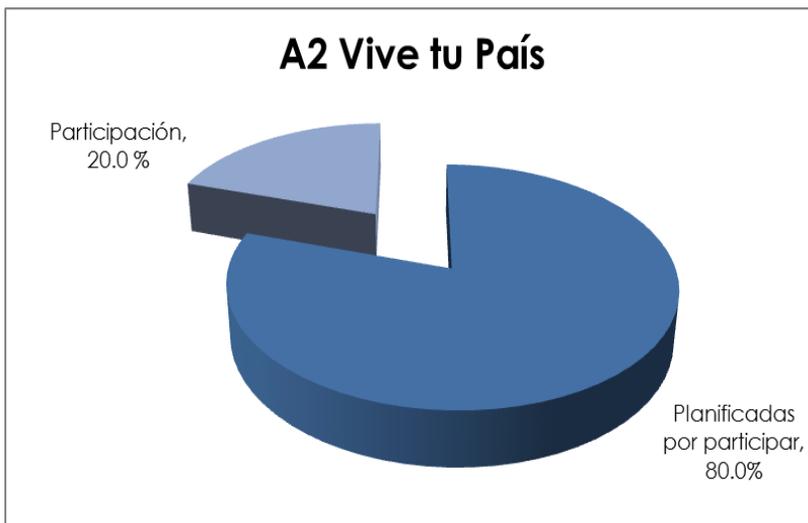


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Númérico
No. de Ruedas de Negocios		
Planificados por participar al finalizar el presente año	80.0%	4
Participación al segundo bimestre	20.0%	1
Total	100.00%	5

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se realizó una rueda de negocios en el mes de Mayo en Chile, con la participación de 10 empresarios. La Rueda de Negocios en Berlín se suspendió por motivos de presupuesto.

A la fecha se han realizado 2 ruedas de negocios de 5 planificadas, se alcanzó un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 40%.

**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):**

A la fecha no se ha realizado ninguna caravana turística.

➤ **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: Mayo – Junio 2016, se describe a continuación:

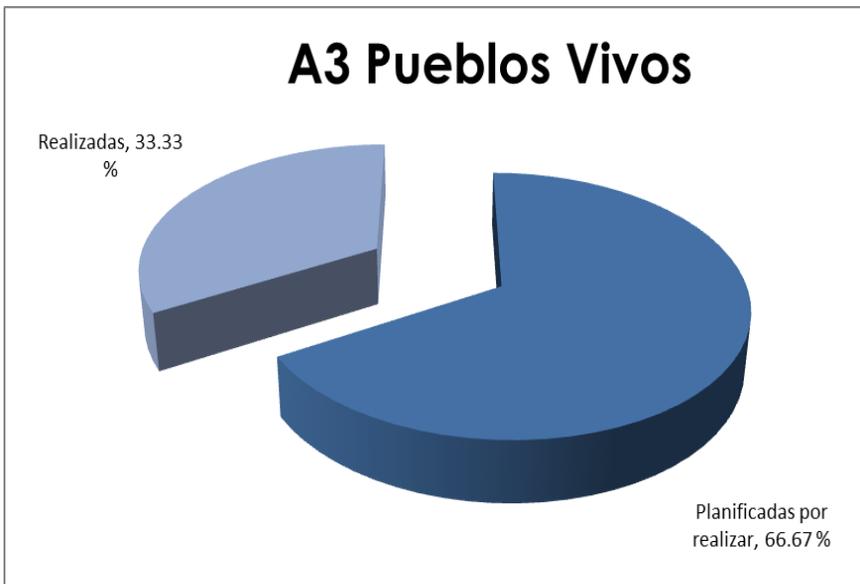


Tabla de Datos	2016	
No. de eventos	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al finalizar el presente año	66.67%	2
Realizados al segundo bimestre	33.33%	1
Total	100.00%	3

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El evento de la realización de la Feria Pueblos Vivos se tiene planificado a realizar en el mes de Septiembre y el evento de Premiación para el cuarto trimestre.

Con la realización del evento del lanzamiento de la Feria Pueblos Vivos, se alcanza ha alcanzado un nivel seguimiento al cumplimiento del 33.33 %.



#### ➤ 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 Mayo y Junio de los años 2015 y 2016.

Año	Mes		Total
	Mayo	Junio	
2015	36	31	67
2016	164	179	343
Diferencia	128	148	276

En el período Mayo – Junio se observa que se obtuvo un incremento de 276 personas con respecto al año anterior.

A la fecha se tiene un acumulado de 911 personas que han hecho uso del Programa Stop Over.

#### ➤ 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 en el período Mayo – Junio 2016 de detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	Día de la Cruz	3 de Mayo	Mercado de Artesanías, San Salvador
2	Cena de Bienvenida a la 43ª SKAL 2016	6 de Mayo	Playa El Tunco, La Libertad
3	COPA EL SALVADOR IMPRESIONANTE QS 6000	Del 15 al 19 de Junio	Playa Punta Roca, La Libertad
4	THE FOOD & DRINK TRADE SHOW 2016	Del 27 al 29 de junio	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador

Se realizaron 4 eventos de 5 programados para el período: Mayo – Junio 2016, el porcentaje de ejecución es de 80.0 %.

## 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 periodo: Mayo – Junio 2016.

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El 30 de junio de 2016 se presentó ante la Asamblea Legislativa el Informe de Labores, entregando 100 ejemplares.

El resto de los ejemplares será puesto a disposición a la bodega, para ser entregados a instancias o personas que así lo requieran.

### ➤ 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 periodo en cuestión, el cual se muestra a continuación:

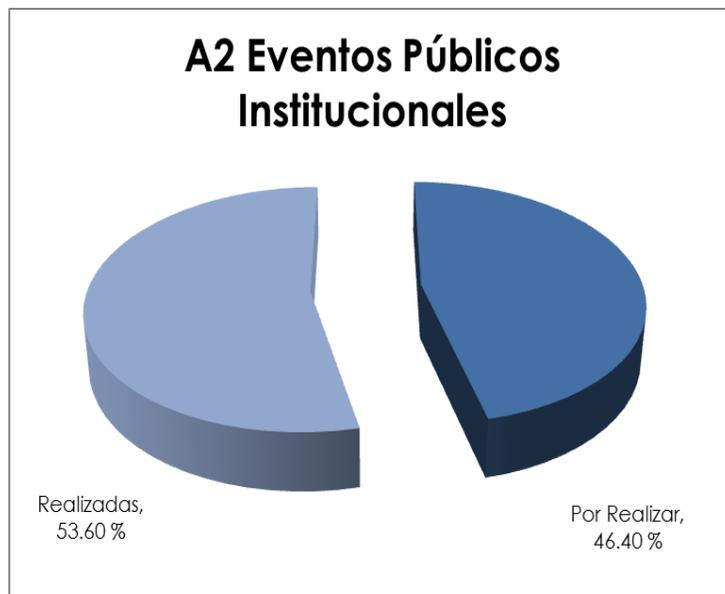


Tabla de Datos	2016	
No. de Comunicados de Prensa	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al cierre del año	46.40%	58
Realizadas al Tercer Bimestre	53.60%	67
Total	100.00%	125

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Mayo y Junio / 2016, se publicaron 11 y 7 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total acumulado a la fecha de 68 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 53.60 % al término del periodo Enero – Junio/ 2016.

➤ **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	66.67%	8
Elaborados al tercer bimestre	33.33%	4
Total	100.00%	12

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se han realizado cuatro informes de valoraciones de publicity correspondiente a los meses de Enero, Febrero, Marzo y Abril, obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 33.33 %, los informes de Mayo y Junio están en fase de revisión.

## GERENCIA DE TURISMO INTERNO

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):

El evento de Lanzamiento del Programa Pueblos Vivos se llevó a cabo el 6 de Abril y en el período: Mayo – Junio se han brindado 13 Citytours, la realización de estos proyectos son en función de dar continuidad al 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

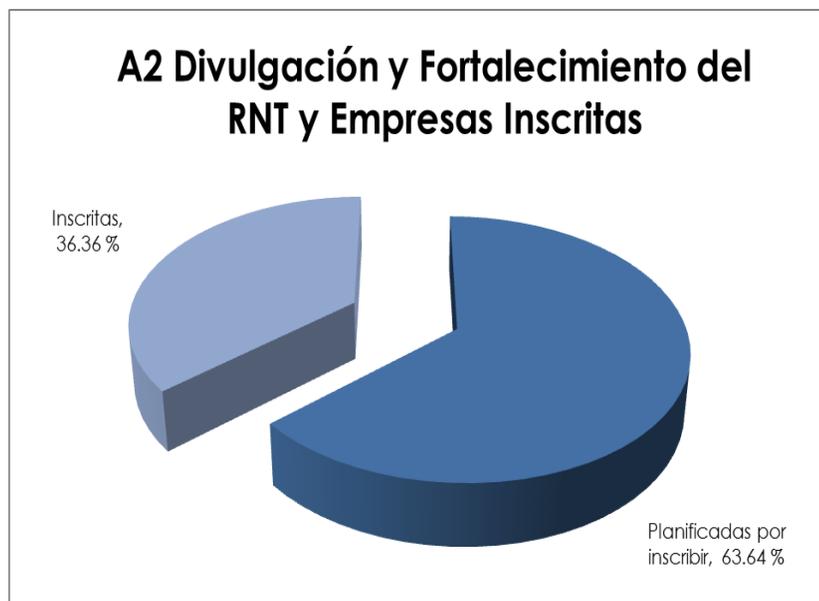


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Numérico
No. de Empresas Nuevas Inscritas		
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	63.64%	35
Inscritas al tercer bimestre	36.36%	20
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>55</b>

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Mayo y Junio se inscribieron 2 y 4 empresas nuevas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 36.36 % correspondiente a 20 empresas nuevas inscritas en el período de: Enero a Junio /2016.

### Inscripción de al menos 50 empresas nuevas al año

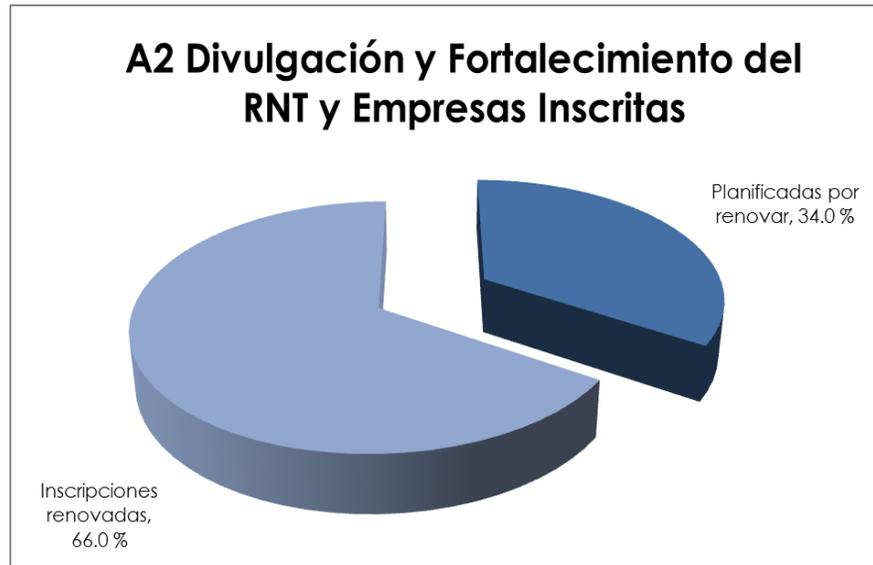


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Número
No. de Empresas Renovadas		
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	34.0%	17
Inscritas al tercer bimestre	66.0%	33
Total	100%	50

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Mayo y Junio renovaron su inscripción 6 y 3 empresas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 66.0 %, correspondiente a 33 empresas que renovaron su inscripción en el período: de Enero a Junio /2016.

### 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 la 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: Mayo – Junio 2016.

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En la temporada de Semana Santa se realizó la primer medición de la afluencia turística en las áreas de acción de los CAT, de 321,826 turistas estimados en 2015, para 2016 se reportan 473,795 turistas en área de acción de los CAT, esto representa un incremento en la afluencia turística de 47.22% con relación al año anterior. La próxima medición se realizara en las vacaciones de agosto del corriente año.



#### ➤ 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 que estaban reprogramados para el mes de Junio, se llevaron a cabo el mes de julio por motivos de agenda y disponibilidad del ponente; ya se encuentra adjudicado el transporte, la alimentación para el encuentro de CDT de Oriente y alimentación para la Juramentación de los CDT.



## 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 turísticas 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):**

Proceso de Contratación en trámite se recibirán ofertas en Julio 2016



## ➤ 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):**

- 1) 5 acciones de sensibilización en calidad turística: Trabajo conjunto con comisión país en temas relacionados con el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS), participación en Taller Regional del 14 al 17 de Junio.
- 2) 150 actores turísticos sensibilizados: Pendiente autorización de uso de fondos.
- 3) 10 Mipymes certificadas: Pendiente autorización de uso de fondos.

## ➤ 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):**

Licitación Pública en proceso, se espera recepción de ofertas en Julio 2016

## ➤ 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 periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

1) 14 renovaciones de acreditación: Contratación Directa programada para 2º semestre 2016.

2) Capacitar a 25 actores clave de turismo de cruceros en El Salvador: Contratación programada para 2º 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):**

La Auditoría Externa está programada realizarse en Nov. 2016

#### **➤ 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 periodo 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):**

Se ha iniciado el levantamiento de información para una herramienta de inversión y se tiene adjudicado el proveedor de imprenta y se ha iniciado proceso de contratación para levantamiento de información de la herramienta 2.

### 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:

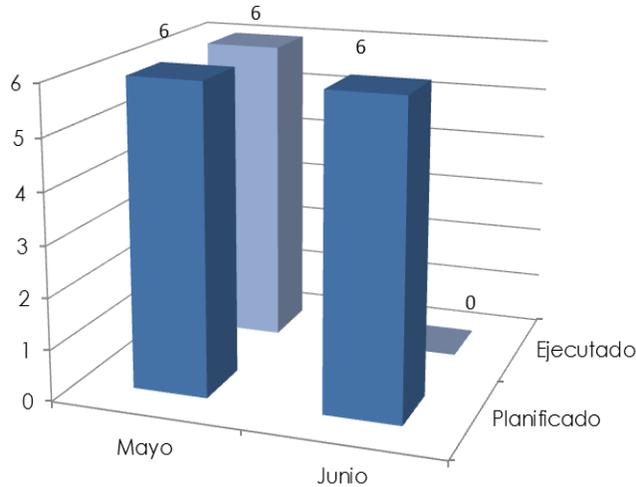
#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de junio se ha adjudicado el proceso de compra del servicio de instalación de la señalización turística.

### 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



	2016		
No. de Actas de Satisfacción	Mayo	Junio	Total
Servicios Contratados	6	6	12
Servicios Recibidos	6	0	6
Cumplimiento	100.00%	0.00%	50.00%

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los informes de los servicios de mantenimiento, seguridad privada y administración del mes de junio se han recibido, encontrándonos en la etapa de revisión para la emisión de la satisfacción del servicio.