



INFORME DE RENDICIÓN DE  
**CUENTAS**  
2014 - 2015

MINISTERIO DE TURISMO  
GOBIERNO DE  
**EL SALVADOR**  
UNÁMONOS PARA CRECER











Coordinación: Arq. Rhina Reyes  
Edición y contenido: Marina de Hernandez, Ingrid Zuniga, Ronal Rivas,  
Jorge Castro, Leslie Reyes, Julio Flores, Juan Miranda  
Diagramación: Roberto Aguiluz  
Distribución digital.



# CONTENIDO

PRESENTACIÓN	
RESUMEN EJECUTIVO	
CAPÍTULO I: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	10
CAPÍTULO II: ACCIONES RELEVANTES	14
CAPÍTULO III: EVENTOS	38
CAPÍTULO IV: CAPACITACIONES Y ASISTENCIA TÉCNICA	52
CAPÍTULO V: CARPETAS TÉCNICAS Y PROYECTOS EN PROCESO	56
CAPÍTULO VI: PRODUCTOS TURÍSTICOS	62
CAPÍTULO VII: DOCUMENTOS PRODUCIDOS	68
CAPÍTULO VIII: ACCIONES ADMINISTRATIVAS	72
CAPÍTULO IX: CONTRATACIONES Y ADQUISICIONES	78
CAPÍTULO X: GESTIÓN FINANCIERA Y EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA	82
ANEXOS	90







**MENSAJE DEL  
PRESIDENTE DE  
CORSATUR**



# PRESENTACIÓN RENDICIÓN DE CUENTAS

Actualmente el turismo en nuestro país se encuentra en una etapa de crecimiento tanto a nivel internacional como nacional (interno), según datos confirmados por las estadísticas contenidas en el presente informe.

El Informe de Rendición de Cuentas, que presentamos sintetiza la ejecución de planes de trabajo realizados durante el período junio 2014 a mayo 2015, con el propósito de darlo a conocer al Gobierno Central, al sector turístico nacional y la población salvadoreña en general.

Dicho documento ha sido elaborado siguiendo la recomendación de la Secretaría de Participación Ciudadana de la Presidencia de la República de El Salvador, donde se registran los principales resultados de la gestión institucional, incluyendo los alcanzados en la ejecución de los planes de trabajo, avances en la ejecución de proyectos, esfuerzos realizados en materia de coordinación interinstitucional, logros iniciales en materia de participación ciudadana, contrataciones y adquisiciones, resultados de la gestión financiera, ejecución presupuestaria y las principales proyecciones del período junio 2014 a mayo 2015.

Las autoridades y el personal de CORSATUR hacen de este informe una nueva oportunidad para abrir las puertas de la institución, en cumplimiento a la Ley de Acceso a la Información Pública, junto a la transparencia de las acciones realizadas dando certeza a la participación y la construcción de las bases de una nueva cultura de gestión pública, capaz de admitir el escrutinio de la población en general, en su desempeño como servidores públicos.

Doy un agradecimiento especial a todos los que en este año de gestión han participado y hecho posible los resultados que a continuación se detallan.

**Lic. José Napoleón Duarte Durán**  
**Ministro de Turismo y**  
**Presidente CORSATUR**



# RESUMEN EJECUTIVO

Volcán de Izalco, Izalco.



El presente informe de Rendición de Cuentas, resume las acciones desarrolladas por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en relación al cumplimiento del plan institucional y su coherencia con el Plan de Gobierno y las expectativas ciudadanas, durante el primer año de gestión que comprende de 1 de junio 2014 al 31 de mayo 2015.

El presupuesto asignado para CORSATUR en el presente año de gestión fue de 14.2 millones de dólares, de los cuales el 15.3 % corresponde al Fondo General, el 80.1% al Fondo de Contribución Especial y el 4.6% de recursos propios. La remuneración representa los 13% del presupuesto total, financiados del Fondo General, mismo que se ha mantenido durante los últimos tres años, dando cumplimiento al 5% de la Política de Ahorro y Austeridad.

La Ley de Turismo establece en el artículo 16, una contribución especial para la promoción del turismo, que tiene dos hechos generadores diferenciados, el pago de alojamiento que es del 5% y la salida vía aérea de personas del territorio nacional de \$7.00

De acuerdo a ingresos certificados por el Ministerio de Hacienda, proveniente de los impuestos antes mencionados, han incrementado en los últimos años, en el 2014 el incremento fue del 4% con respecto al año anterior, recaudándose \$10.1 millones; y de enero a mayo de 2015, se recaudó \$2.4 millones, traducidos en un aumento del 21.2%, respecto al mismo período del año anterior.

Estos ingresos denotan que el sector ha crecido tanto en la llegada de turistas como en la ocupación hotelera, la conectividad aérea ha jugado un papel importante atrayendo nuevas líneas aéreas y llegando a más destinos.

La ejecución presupuestaria ha alcanzado en el presente año de gestión el 77 %, equivalente a \$10.9 millones, de los cuales \$8.2 millones en Adquisición de Bienes y Servicios, que comprende la promoción turística, tanto nacional como internacional, así como la creación de nuevos productos turísticos y otras acciones, cumpliendo la ley de turismo. Se invirtió \$ 0.1 millones en obras de infraestructura turística, en sectores como La Costa del Sol; Parque de la Familia, en La Unión y Cerro de las Pavas, en Cojutepeque.

El resto de la ejecución presupuestaria está concentrado en la remuneración salarial (\$1.7 millones) y operatividad institucional (\$0.9 millones).

La Adquisición de Bienes y Servicios se ha efectuado el 73.31% mediante licitaciones abiertas, en 12.03% en Procesos de Libre Gestión, Licitaciones Públicas 9.54% y Modificaciones a Contratos en 5.02%.

CORSATUR tiene seis activos que son: Bola de Monte, Hotel de Montaña Cerro Verde, Icacal, Complejo Turístico del Puerto de La Libertad y el Mirador de Los Planes de Renderos; siendo anclas turísticas importantes, invirtiéndose en mantenimiento la cantidad de \$ 0.7 millones.

Actualmente CORSATUR posee una flota vehicular de 16 vehículos, entre pick up, microbuses y Busetas, las cuales son utilizadas con el objetivo de brindar transporte para misiones oficiales al interior del país, a todas las áreas administrativas, especialmente para darle sostenibilidad al éxito alcanzado al programa Pueblos Vivos, como estrategia transversal orientada a lograr un posicionamiento para el país a nivel nacional e internacional.

Para dar una mejor atención y asistencia al turista se cuenta con seis oficinas descentralizadas ubicadas en zonas estratégicas a nivel nacional denominadas Centro de Amigos del Turista, donde anualmente cientos de visitantes nacionales y extranjeros los utilizan para obtener información turística.



# CAPÍTULO I

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

---







# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Corporación Salvadoreña de Turismo es la institución gestora del desarrollo turístico del país, sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales, que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población en forma sostenible. En tal sentido la institución cuenta con una estructura organizativa orientada al cumplimiento de tales propósitos, autorizada por su Junta Directiva como máxima autoridad. El organigrama actual de la institución es el siguiente:



# ORGANIGRAMA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO





The background of the page is a tropical beach scene. On the left, there is a vertical blue textured band. The main background shows palm trees, a stone wall, and a body of water reflecting the sky and trees. A white rectangular box is centered over the image, containing the chapter title.

# CAPÍTULO II

## ACCIONES RELEVANTES

---







# ACCIONES RELEVANTES



## PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN NACIONAL

Las acciones en publicidad y promoción buscan posicionar a El Salvador como un destino turístico atractivo y competitivo. La campaña nacional logra motivar a la población Salvadoreña a conocer los maravillosos destinos de nuestros Pueblos Vivos, así como riqueza cultural y gastronómica; en la internacional se destaca nuestra calidez, tradiciones y diferentes productos turísticos que nos hacen un país impresionante.



## Campaña Nacional agosto 2014

La Campaña Nacional de Agosto 2014 "Vive tu país... El Salvador tu mejor destino" forma parte de la segunda etapa de la campaña "Vive tu país", cuyo objetivo fue invitar a la población salvadoreña a salir y conocer su país y la variedad de destinos y actividades que se pueden realizar.

Esta campaña tuvo exposición en TV, Radio, prensa, medios exteriores y BTL. Los resultados obtenidos, comparado con la misma temporada del año 2013 son los siguientes: a) Llegada de visitantes internacionales de 45,292, un 6.5% de crecimiento b) llegada de turistas vía terrestre de 34,724 aumento del 18.96% c) Ingreso turístico de \$ 21.7 Millones crecimiento del 7.9 %





### Campaña Caravana Ruta de Las flores

En octubre de 2014, CORSATUR impulsó una campaña especial para promover la Ruta de Las Flores, en el marco de la declaratoria oficial del "Día Nacional de la Ruta de Las Flores" por la Asamblea Legislativa.

La campaña denominada "La primera caravana Ruta de Las Flores", desarrollándose posteriormente una actividad para conmemorar dicho día, en destinos como Juayua, Ataco, Nahuizalco, Salcoatitan, Ahuachapán, y Apaneca. Dicha actividad de promoción tuvo difusión en diferentes medios como TV, Radio, prensa, medios digitales.



### Campaña Feria Pueblos Vivos 2014: Tu punto de encuentro

El 15 y 16 de Noviembre 2014 se llevó a cabo la feria Pueblos Vivos, la cual contó con la participación de 235 municipios, quienes se destacaron en 2 categorías: encanto natural y encanto cultural y sus 11 segmentos.

Se puso en marcha una campaña de promoción en medios masivos denominada "Tu punto de encuentro" los medios de exposición fueron: TV, Radio, Prensa, medios exteriores, medios digitales y redes sociales.

## **Campaña Nacional diciembre 2014**

La campaña nacional de diciembre 2014 "Punto de encuentro" cumple con el objetivo de destacar los destinos turísticos, incentivando a los salvadoreños a buscar cada pueblo o lugar turístico como su punto de encuentro para disfrutar con su familia y amigos. La campaña tuvo exposición en los siguientes medios: TV, Radio, Prensa, Internet, Medios exteriores: moopies, vallas y acciones BTL y redes sociales (Facebook). El Logro obtenido se destaca en el crecimiento del 1.6% de ingreso turístico interno, en las empresas turísticas.

## **Campaña de mantenimiento a nivel nacional 2015**

La campaña de publicidad "Turismo avanza, crece el turismo, crece el país" se realizó del 16 al 29 de enero con el objetivo de mostrar acciones en los cuales el rubro turístico ha destacado, exponiendo el potencial de la industria en el país. La campaña tuvo un despliegue en los medios, prensa y radio.

## **Semana Santa 2015**

La campaña de Publicidad a nivel nacional Semana Santa 2015 "Aquí el verano es colorido, intenso, vivo, ardiente" cumple con el objetivo de invitar a los salvadoreños a vivir el verano en la temporada, a disfrutar con su familia y amigos. Cada elemento de la campaña englobó una serie de actividades dinámicas para realizar en diferentes destinos en nuestro país. Los Medios de exposición utilizados son: TV, Radio, Internet, medios digitales, acciones BTL, suplemento de parques ISTU, inserto en el periódico y redes sociales (Facebook).

## **Promoción proyecto Stop Over**

Como parte del proyecto Stop Over, iniciativa transversal que busca captar a turistas en tránsito en el aeropuerto, se han ejecutado acciones de promoción desde octubre 2014 en la cual se colocó publicidad en cuatro gates (puertas) dentro de las salas de espera G-11, G-13, G-15, G-17 del Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez

Asimismo, a partir de diciembre 2014 se pone en marcha "El team Stop Over" integrado por cuatro guías turísticos carnetizados quienes brindan información del proyecto Stop Over en el Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez.

También se hizo la renovación gráfica del kiosco informativo, el cual es el punto de información sobre El Salvador en turismo, ubicado en el Aeropuerto Internacional Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, y además se ha instalado una pantalla táctil que cuenta con una aplicación donde el turista puede acceder a la oferta de paquetes turísticos del Stop Over y al sitio [www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel).

## **Campaña de promoción ganadores Feria Pueblos Vivos 2014**

La campaña de promoción para los 11 municipios ganadores de la feria Pueblos Vivos 2014 se detalla a continuación:

- Categoría Danzas y Tradiciones: Apastepeque
- Categoría Comunidades Originarias: Ízalo
- Categoría Gastronomía Autóctona: Cojutepeque
- Categoría Historia y Arquitectura: Santa Ana
- Categoría Urbanismo y compras: Antiguo Cuscatlán
- Categoría Arqueología: Chalchuapa
- Categoría Sol y Playa: La Unión
- Categoría Deportes y Aventura: Apaneca
- Categoría Paisajismo: Estanzuelas
- Categoría Agroturismo: Osicala
- Categoría Artesanía: San Bartolomé Perulapía

Siguiendo nuestra línea de campaña "Tu punto de encuentro" donde se invita a disfrutar estas vacaciones en estos destinos y se destaca la categoría ganadora. La campaña tuvo exposición en medios exteriores como vallas, muppies y cajas de luz





## PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL

### Cooperación con Corte Inglés México y Colombia 2014

Como parte de la estrategia de país en la promoción y publicidad, se ha desarrollado convenio de cooperación con tour operadores de los mercados prioritarios con la finalidad de incorporar la oferta de El Salvador como producto turístico dentro del catálogo de destinos que se comercializan, así como también realizar acciones de capacitación, formación y promoción en el canal de distribución y con el canal final a través de sus agencias de viajes.

Viajes El Corte Inglés, S.A es una agencia minorista de origen español, que cuenta con una amplia red de agencias de viajes en diferentes países del mundo. El objetivo de la cooperación es generar condiciones para incrementar los flujos turísticos desde México y Colombia hacia El Salvador, uniendo esfuerzos desde sus respectivos ámbitos de competencia para promocionar los productos turísticos de El Salvador. Uniendo esfuerzos desde sus respectivos ámbitos de competencia para promocionar los productos turísticos de El Salvador. Los medios utilizados: publicación en periódicos, insertos en revistas y periódicos, entrega de volantes, mailing y promoción en medios digitales.

### Campaña internacional diciembre 2014

#### Norteamérica

La campaña internacional del mes de diciembre – Fin de año denominada “You need a vacation” (Necesitas una vacación) exclusiva para el mercado norteamericano cuyo objetivo es dar a conocer a El Salvador como una opción de destinos cálidos, invitando a realizar turismo en El Salvador para salir del ambiente frío que se instala en esta época del año en esa región. En esta invitación se destaca nuestro clima tropical, que es propicio para tener unas vacaciones en fin de año. Los medios de exposición fueron: Televisión y medios digitales.





### Campaña regional

La campaña publicitaria “En estas vacaciones Los cheros te esperan” destinada para el turismo regional del Triángulo Norte de Centroamérica destaca los atributos más importantes de nuestro territorio: la inmediatez y cercanía.

De esta manera los turistas guatemaltecos y hondureños encuentran en El Salvador la ventaja de encontrar en corta distancia diferentes climas y ambientes, propiciando de esta manera la experiencia de variedad de gastronomía y cultura. Durante la campaña se destacan los binomios que se pueden encontrar en El Salvador: Frío-calor, playa-montaña, cultura-fiesta.

Medio de exposición:

- Guatemala: Prensa, vallas, pantallas digitales, muppies, redes sociales, periódicos digitales, Tigo media, radio, revista Nat Geo.
- Honduras: Televisión cable, prensa, vallas, radio, redes sociales y medios digitales.



### Campaña Sur américa

La campaña publicitaria para el mercado suramericano denominada “Ten diez vacaciones en una sola”, destaca la ventaja de la cercanía en nuestro territorio para una población acostumbrada a recorrer grandes distancias para disfrutar diversos climas o ambientes, El Salvador se presenta como una opción atractiva.  
Medio de exposición: Televisión y medios digitales.

### Acciones de promoción con Aerolíneas 2014

De junio 2014 a enero 2015, se han llevado a cabo pautas con las principales plataformas de comunicación de aerolíneas de Centroamérica y Norteamérica.

Con presencia en más de 70 destinos internacionales, tienen un impacto a más de 17 millones 200 mil pasajeros al año. A través de las medios in-flight de Avianca Centro América y Copa Airlines, que representa el 93% del mercado regional logramos promocionar El Salvador.

Los diferentes tipos de pautas realizados en el año 2014: Sistemas Audiovisuales In-flight, Publicidad Fija en el interior o exterior de las aeronaves, Avisos en Revistas de Entretenimiento, Activaciones de Marca en vuelo y presencia de marca en los Suministros de las aerolíneas.



### El Salvador se promociona en Francia



### Promoción en Manhattan

Se han realizado acciones de exposición de marca destino El Salvador Impresionante en la pantalla digital en Times Square, New York, de octubre a diciembre 2014, como parte de las acciones para posicionar al país como destino turístico.

### Promoción de marca destino en fronteras

Con el objetivo de incentivar a los guatemaltecos a visitar nuestro país se han realizado activaciones en la Ciudad de Guatemala y Antigua Guatemala, en el cual se visitaron discotecas y lugares y alta afluencia de personas. También se realizan activaciones a través de un team de 5 personas que entregaron mapas de El Salvador y promocionales.



### Publicación y Lanzamiento Guía Petit Fute country El Salvador

El Salvador ha logrado trascender en su iniciativa de promoción turística en mercados europeos, publicando la Guía Exclusiva Le Petit Futé, que es actualmente la editorial independiente de guías de viajes líder en el mercado de habla francesa en todo el mundo (Francia, Canadá, Bélgica, Suiza).

La guía expone en 192 páginas los principales atractivos de El Salvador, logrando así por primera vez en la historia una edición de este tipo. La revista ha sido lanzada en el marco de la feria Top Resa en Francia en septiembre 2014.





### Campaña Semana Santa Regional 2015

La campaña publicitaria destinada para el turismo regional del Triángulo Norte de Centroamérica denominada "Aquí el verano es... colorido, intenso, vivo, ardiente" destaca la variedad de destinos y experiencias de nuestro territorio: playa, lagos, aventura, diversión. De esta manera los turistas guatemaltecos, hondureños y nicaragüenses, encuentran en El Salvador una experiencia llena de vida, color, sonrisas; motivándolos a que conozcan otros destinos de nuestro país.

Durante la campaña se destaca la oferta turística de El Salvador, como son los restaurantes, hoteles, tours, etc. Los medios de exposición: Radio, Medios digitales, redes sociales y activaciones en Ciudad de Guatemala y fronteras. El período de la campaña es del 9 de Marzo - Abril 2015.

El Salvador recibió para esta temporada 98,672 turistas, obteniéndose un crecimiento en esa temporada de un 5.0% en relación al 2014 y se obtuvo un ingreso promedio de \$54.5 millones, 7.3% arriba del gasto del 2013 para esta temporada

### Campaña de verano internacional 2015 (Sur América y Estados Unidos)

La campaña publicitaria internacional para el mercado suramericano y norteamericano destacó el proyecto Stop Over que exonera de impuestos de viajes a pasajeros en

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

El objetivo de la campaña es presentar de manera atractiva la oferta turística de El Salvador, con la idea de hacerlo todo por medio del proyecto Stop Over.

Período de campaña: mayo a junio 2015; Los medios de exposición de la campaña fueron publicidad en aviones, revistas y redes sociales.

### Campaña 2015 "Descubre Centroamérica" impulsada con AVIANCA

Participación en el desarrollo de un programa conjunto entre el sector público y privado de los países de Centroamérica para contribuir a incrementar el turismo intrarregional por medio de la campaña entre países de Centroamérica e instituciones de turismo de los países involucrados, así como empresas privadas de turismo. La campaña Descubriendo Centro América fue difundida en Costa Rica del 16 al 30 de abril.





## Estrategia Digital

Durante el período junio 2014 a mayo 2015 se ha invertido \$100,000.00 en concepto de contratación de la agencia digital que maneja nuestras redes sociales oficiales, creando y ejecutando estrategias, así como impulsando campañas de promoción de la imagen país y oferta turística. Además se han realizado coberturas de video y fotografía a eventos y lanzamientos, las cuales se detallan a continuación:

### Consolidado de las cuatro campañas



				28 fecha
#Día de la Ruta de las Flores	4,351	406	310	05-10-2014
#Día de la Ruta de las Flores	12,497	515	441	16-26-10-2014
#PueblosVivos	14,567	1,274	1,015	02-17-11-2014
#LatinPro2014	4,729	259	267	18-24-10-2014



## Actualización del diseño en página web [www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel)

- En diciembre de 2014 se relanza el sitio web [elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel) que ha sido refrescado con un diseño llamativo, que destaca los colores y los bellos contrastes de nuestro país.

- Este es un diseño inteligente, llamativo y útil, ya que utiliza geo localización para calcular las distancias y tiempos que existen desde el aeropuerto hasta diferentes destinos turísticos.

- En el sitio se han utilizado las nuevas tecnologías como HTML5, CSS3, Jquery entre otras diagramadas con el Framework Foundation y lo fortalecimos con las API's de Google Maps, Google Search Engine y Google Translate para hacer del sitio web un sitio de vanguardia a nivel internacional con el que se busca llevar nuestro bello país y sus riquezas a todo el mundo.

## Posicionamiento en Alexa

En el mes de marzo de 2015 se ha logrado un posicionamiento en el "Ranking de Alexa", subiendo 240,510 posiciones con respecto al mes pasado, ubicándonos en la posición: 1,100,658.

\* Alexa Internet, Inc. es una subsidiaria de la compañía Amazon.com con base en California. Es conocida por operar el sitio web [alexainc.com](http://www.alexainc.com) que provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web a nivel mundial y los clasifica en un ranking.



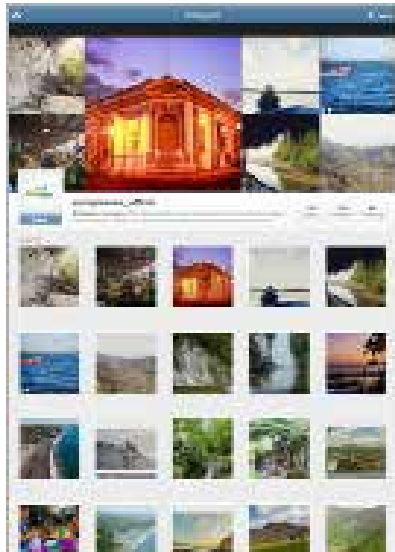
Tiempo de permanencia:  
Hemos mantenido nuestro tiempo promedio de permanencia en nuestro sitio web superior a los 3:00 minutos.



**Alexa**

An  
**amazon.com**  
company





### Creación de nuevo perfil de Instagram

A inicios del 2015 se creó el perfil en Instagram @esimpresive donde se planteó la estrategia digital para esta plataforma digital.

Esterón, Intipucá, La Unión.



# FERIAS INTERNACIONALES, VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA



En el periodo de junio 2014 a mayo 2015, se ha participado en 18 ferias internacionales, teniendo presencia en 12 países. Los segmentos de estas incluyen ferias turísticas, de surf, ocio/aventura, incentivos, congresos y seminarios, cruceros y aviación, entre otras.

El objetivo de la participación en ferias es posicionar a El Salvador como destino turístico a nivel mundial en donde los actores de la industria turística puedan encontrar una amplia oferta turística; así como también brindarle apoyo al sector privado para fortalecer y/o nuevas relaciones comerciales con tour operadores internacionales y que brinden el debido seguimiento a sus contactos/socios actuales.

## **EUROAL (Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura)**

El Salvador participa en el Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura EUROAL, celebrado en Torremolinos, Andalucía, España del 3 al 5 de junio 2014. Esta ha sido una participación especial ya que El Salvador figuró como el destino estrella del evento, por lo que todas las atenciones giraron en torno a la oferta salvadoreña.

Las empresas participantes: Almendros San Lorenzo y Estancia Rural Las Golondrinas.

Tras ocho ediciones de organización consecutiva, Euroal es una de las plataformas con mayor ratio de eficacia para el negocio turístico nacional e internacional.



## TravelMart Latin America

Es el evento más importante para el desarrollo de turismo de ocio y de negocios en Latinoamérica, los participantes incluyen compradores de los más importantes mercados emisores a nivel mundial globales y una gran diversidad de proveedores de servicios turísticos provenientes de Centro y Sur América.

Llevada a cabo en Salta, Argentina del 17 al 19 de septiembre 2014. Con la participación de: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Green Blue Red, Epic Surf, ColorisSalvadoriens y Salvadorean Tours.



## TOP RESA

International French TravelMarket (IFTM) Top Resa en su 36ª edición. Es la feria internacional de turismo de Francia celebrada en París, del 23 al 26 de septiembre 2014.

El Salvador ha participado con seis empresas turísticas, tales como: Salvadorean Tours, Eco Mayan Tours, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Coloris de El Salvador, Green Blue Red y Hoteles Decamerón.

Durante la participación, El Salvador ha realizado el lanzamiento de la nueva guía de viajes Le PetitFuté El Salvador (primera guía especializada de viajes de El Salvador en francés) tomando ventaja de la exposición internacional y el alcance de esta feria en la industria turística.







### **Centroamérica TravelMarket (CATM)**

Es una Feria de turismo de las más importantes de la región, que convoca a más de 200 empresas turísticas de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, y la asistencia de más de 150 compradores mayoristas de los principales mercados emisores de Europa, además de la participación por primera vez de mayoristas provenientes de Asia.

Llevada a cabo en San José, Costa Rica 9 y 10 de octubre de 2014, con la participación de las siguientes empresas: Salvadorean Tours, Intertours, Green Blue Red, Epic Tours, Eco Mayan DMC, Tours Universales, Network Tours, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Avitours y Mayan Escapes.

Tras la participación, se ha logrado una marcada exposición de la marca País El Salvador Impresionante, el stand utilizado causó impacto en los asistentes, se establecieron relaciones con entidades de Turismo Médico y Desarrollo de Productos.



### **TTG (TravelTrade Italia) INCONTRI**

TTG Incontri es la más importante feria B2B de comercio internacional en el sector turístico en Italia. En esta feria se presentan novedades de los operadores turísticos en el mercado con una asistencia de más de 42,000 visitantes y 2,400 empresas que representan a 100 países.

Llevada a cabo en Rimini, Italia del 9 al 11 de octubre de 2014. El Salvador participa junto a cuatro empresarios, tales como: Dolphins Tour, Nanch Tours, Cadisi Tours, Hoteles Decameron, logrando posicionar la marca País El Salvador Impresionante, al brindar más información sobre el destino y alcanzando concretar una presentación país con agencias italianas, a través de una empresa mayorista con quien se tiene una relación comercial.



## IMEX AMERICAS

Es el trade show más importante de turismo MICE de Estados Unidos, presenta una oportunidad de negocios para miembros de la industria. Se llevó a cabo en Las Vegas, Nevada, Estados Unidos de América, del 14 al 16 de octubre de 2014 con la participación de las siguientes empresas: Salvadorean Tours, La Tortuga Verde, Hoteles Decameron, Hotel Mariscal, CARDEDEU.

El objetivo principal es posicionar y promocionar a El Salvador como destino en el segmento de convenciones, incentivos y eventos.



## TOURISM AND TRAVEL (ITT)

Es una feria que se desarrolla tanto para profesionales como para público en general. Esta feria es uno de los encuentros profesionales de turismo más importantes de Norteamérica, está diseñada para exhibir productos y servicios antes miles de visitantes calificados y que buscan constantemente nuevos destinos y experiencias únicas para sus viajes.

Realizada en Montreal, Canadá, del 24 al 26 de octubre de 2014, con la participación de las empresas: Hoteles Decameron, Papaya Loudge, se logró establecer contactos para la posible realización de PressTrips, mostrando la diversa oferta turística de El Salvador.



## FERIA WTM (World Travel Market)

Esta feria de ocio es considerada un referente mundial y muestra las últimas novedades e innovaciones relacionadas con el sector turístico, ofrece la oportunidad única a toda la industria del turismo mundial de reunirse, establecer contactos, negociar y llevar a cabo actividades comerciales. Llevada a cabo en Londres, Inglaterra, del 3 al 6 de noviembre de 2014. El Salvador presente con las empresas turísticas: Mayan Escapes, Salvadorean Tours y Dolphins Tours.

Logrando promocionar a El Salvador en el mercado británico, se incrementó el conocimiento del país en este mercado. La empresa Salvadorean Tours reportó que gracias a la participación en esta feria logró que cinco agencias de viajes comenzaran a vender el país en el año 2015 y dos nuevas campañas de promoción de país para la venta de Day tours.







## ICOMEX (Incentivos, Congresos y Convenciones en Latino América)

Esta feria es la plataforma que une a los expertos en Turismo de Reuniones con los principales compradores del sector MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events) para generar networking y el cierre de nuevos negocios, en esta feria se dan cita profesionales de turismo, dependencias gubernamentales, federaciones deportivas, cámaras y asociaciones nacionales e internacionales.

Realizada en Ciudad de México, México, del 5 al 7 de noviembre de 2014. Con la participación de Hotel Mirador Plaza, La Tortuga Verde y Hoteles Decamerón.



## SURF EXPO

Es una feria especializada en el segmento del Surf. El Salvador ha logrado reconocimiento como destino de surf a nivel mundial. Es importante tener una participación constante en esta feria ya que Surf Expo es el lugar de encuentro de empresas relacionadas al rubro y surfers internacionales, y es un lugar de promoción para realizar contactos y posibles negocios con diferentes personalidades como patrocinadores para eventos, organizadores de campeonatos de surf, surfistas mundiales y más.

Desarrollada en Orlando, Florida, Estados Unidos de América del 8 al 10 de enero 2014, con la participación de Epic Tours, La Tortuga Verde y Hotel Boca Olas.

Se ha logrado darle continuidad a la promoción turística de El Salvador, empresarios sostuvieron reuniones con empresas que realizan surf camp y empresas fabricantes de tablas y accesorios de surf.



## NEW YORK TIMES TRAVEL TRADE SHOW

Es considerado el evento de mayor importancia en el segmento de viaje de Norte América. Con el formato de tres días de exhibición de los cuales el primer día está dedicado exclusivamente para la Industria de Turismo, empresarios y profesionales del área (B2B). Los próximos dos días, la feria se abre al público en general. Realizada en New York, Estados Unidos de América del 23 al 25 de enero 2015, con la participación de Nanch Tours, Hotel Crowne Plaza, La Tortuga Verde, Salvadorean Tours e Intertours.

Se logró participar en el evento FocusOn Latin America teniendo la oportunidad de realizar una presentación país con generalidades y mostrando los atractivos turísticos de nuestro destino ante 50 operadores turísticos interesados en nuevos destinos de América Latina. Se brindó información a pobladores de ascendencia salvadoreña los cuales no conocen el país y se mostraron interesados en viajar así como también a consumidor final norteamericano que muestra interés por El Salvador.



## FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR)

Es una feria especializada en ocio. Siendo una de las más grandes del continente europeo se convierte en el centro y puente de unión de toda la oferta turística internacional convirtiéndose en un punto de encuentro global para los profesionales del turismo y siendo la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica.

Llevada a cabo en Madrid, España del 28 de enero al 1 de febrero de 2015, con la participación de Eco Mayan DMC, Hotel Crowne Plaza, Epic Tours, Puerto Barillas, Mayan Escapes, Tour Bus El Salvador, Dolphins Tour, Nanch Tours, El Salvador Bike Tours, Hotel Las Tunas, Network Tours, LosAlmendros de San Lorenzo, Salvadorean Tours, Hotel Pacific Paradise, Grupo Incal.

Entre los logros de la participación en la Feria FITUR, se encuentra el lanzamiento de dos productos turísticos: Ruta Azul Aventura Sin Límites y Experiencia Subterránea Maya, con la presencia de 68 personas entre ellas periodistas, medios de comunicación, mayoristas y agentes de viajes. La empresa TUI Ambassador Tours de TUI Spain que es líder en el sector turístico en España, está interesada en ofrecer a El Salvador en sus catálogos.







## ROUTES AMERICAS

Es la congregación de las aerolíneas, aeropuertos, ministerios de turismo, direcciones de aeronáutica civil y stakeholders de toda América, Asia, África y Europa que se reúnen con el fin de planear juntos el futuro de los servicios aéreos de todo el continente americano. Las empresas más importantes de aviación buscan realizar negocios hacia, desde y dentro de la región. Participar en Routes Américas es una oportunidad de colocar la marca país frente a los ejecutivos que toman las decisiones claves y los principales profesionales de la aviación de toda la región de las Américas.

Llevada a cabo en Denver, Estados Unidos de América del 1 al 3 de febrero de 2015. En esta feria se participa con la delegación de CORSATUR, CEPA y AVIACION CIVIL.

Entre los logros está el reposicionamiento de El Salvador en este tipo de ferias, el seguimiento de los contactos de aerolíneas para poder crear alianzas con El Salvador para que pueda existir más oferta de aerolíneas y mayor facilidad de vuelos.



## HOLIDAY WORLD

Feria especializada en ocio. Entre los países que están representados en la feria están: Austria, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Japón, Kenya, Macedonia, Polonia, Rumania, Ucrania, Vietnam, Malta, Montenegro, España, Suiza, Suecia. Entre los únicos países latinoamericanos que participan están: Cuba, República Dominicana, Venezuela, El Salvador y Jamaica. Esto permite una gran oportunidad para El Salvador de ser el único país Centroamericano que está presente en esta feria turística.

Realizada en Praga, República Checa del 19 al 22 de enero de 2015, con la participación de Epic Tours y Prosurf.

Entre los logros está el posicionar a El Salvador en el mercado turístico checo, así como también se motivó a los operadores de turismo a realizar visitas técnicas para conocer El Salvador y agregar el destino a sus catálogos.



## VITRINA TURISTICA (ANATO)

Es el lugar donde vendedores y compradores de los productos y servicios turísticos de Colombia y el mundo se reúnen para conocer la oferta de más de 30 países y de todas las regiones de Colombia. La feria busca propiciar un escenario donde los expositores y visitantes nacionales y extranjeros puedan realizar sus contactos y conocer la diversidad de productos y servicios turísticos.

Llevada a cabo en Bogotá, Colombia del 25 al 27 de febrero de 2015, con la participación de Tour Bus El Salvador, Transportes Jap, Mayan Escapes, Hotel Mirador Plaza, Hotel Roca Sunzal, Akwaterra, Eco Mayan DMC, Green Blue Red, Hoteles Decameron y Línea Ejecutiva.

Entre los logros está el Lanzamiento del Producto Turístico Stop Over que contó con la presencia de 70 personas entre ellas tour operadores, mayoristas y periodistas colombianos. Se promovió El Salvador como destino turístico brindando información de los atractivos turísticos y resaltando la conectividad directa que la aerolínea AVIANCA ofrece y sus constantes vuelos.



## ITB

Una de las ferias más grandes de Europa mayormente frecuentada por el sector profesional que busca destinos de promoción para compra final de paquetes por medio de tour operadores y que además enlaza comercialización directa con empresa privada.

La participación de El Salvador se vuelve importante para que se genere un posicionamiento del destino como HUB natural de Centro América y destacar su importancia como destino turístico con oferta del producto sol y playa, entre otros atractivos. Realizada en Berlín, Alemania del 4 al 8 de marzo de 2015, con la participación de Epic Tours, El Salvador Bike Tours, Hotel Las Tunas, Salvadorean Tours, Casa de Mar y Green Blue Red.

La empresa privada ha fortalecido sus relaciones comerciales con mayoristas del mercado alemán, algunos de los cuales comenzarán a programar a El Salvador en sus catálogos. Se logró promover el producto Stop Over entre los medios de comunicación y los mayoristas y agencias.





## CRUISE SHIPPING MIAMI

Es una de las ferias más importantes en el segmento cruceros. Este encuentro permite incentivar el turismo entre aquellas personas que frecuentan destinos con cruceros y eligen paquetes seleccionando arribos en nuevos destinos.

Llevada a cabo en Miami, Florida, Estados Unidos del 16 al 19 de marzo de 2015, con la participación de Salvadorean Tours, Avitours, Línea Ejecutiva, La Tortuga Verde, Presidente de CEPA.

El objetivo principal de la participación es posicionar a El Salvador como un país con capacidad de albergar turismo de cruceros, así como naves de gran envergadura en los puertos.

Se ha promocionado a El Salvador como destino turístico que puede albergar cruceros, la empresa privada ha reforzado sus lazos comerciales y además se ha promovido la III CUMBRE CENTROAMERICANA DE CRUCEROS, realizada en EL SALVADOR del 13 al 15 de mayo de 2015.





## CEPA

El objetivo principal de la participación es posicionar a El Salvador como un país con capacidad de albergar turismo de cruceros, así como naves de gran envergadura en los puertos. Se ha promocionado a El Salvador como destino turístico que puede albergar cruceros, la empresa privada ha reforzado sus lazos comerciales y además se ha promovido la III CUMBRE CENTROAMERICANA DE CRUCEROS, realizada en EL SALVADOR del 13 al 15 de mayo de 2015.

## FERIA EXPOTUR

Feria de turismo de Costa Rica en la que participan como expositores países del continente y compradores principalmente de Estados Unidos, Canadá y Europa. Realizada en San José, Costa Rica 7 y 8 de mayo de 2015, con la participación de Hoteles Decameron, El Salvador Bike Tours, Green Blue Red, Avitours, Hotel boca Olas, Akwaterra, Green Blue Red y Salvadorean Tours.





**Tabla : Ferias internacionales junio 2014 – mayo 2015, lugar y fecha de participación.**

No.	Nombre	Lugar	Fecha	Empresarios
1	Feria EUROAL	Torremolinos, España	3-5 Junio 2014	2
2	Feria Travel Mart Latina America	Salta, Argentina	15-17 Septiembre 2014	4
3	Feria Internacional French Travel Market (TOP RESA)	París, Francia	23-26 Septiembre 2014	6
4	CATM	San José, Costa Rica	9-10 Octubre 2015	10
5	FERIA Travel Trade Italia (TTG)	Rimini, Italia	9-11 Octubre 2014	4
6	Feria IMEX AMERICAS	Las Vegas, Estados Unidos	14-16 Octubre 2014	5
7	Feria International Tourism and Travel (ITT)	Montreal, Canadá	24-26 Octubre 2014	1
8	Feria World Travel Market (WTM)	Londres, Inglaterra	3-6 Noviembre 2014	3
9	Feria ICOMEX	México	5-7 Noviembre 2014	3
10	Feria Surf Expo	Orlando, Florida, Estados Unidos	8-10 Enero 2015	3
11	Feria The New York Times Travel Trade Show	New York Estados Unidos	23-25 Enero 2015	5
12	Feria FITUR	Madrid, España	28 Enero -1 Febrero 2015	13
13	Feria Routes Americas	Denver, Estados Unidos	1-3 Febrero 2015	—
14	Feria Holiday World	Praga, República Checa	19-22 Febrero 2015	2
15	Feria ANATO	Bogotá, Colombia	25-27 Febrero 2015	10
16	Feria ITB	Berlin, Alemania	4-8 Marzo 2015	7
17	Feria Cruise Shipping Miami	Miami, Florida, Estados Unidos	16-19 Marzo 2015	4
18	Feria EXPOTUR	San José, Costa Rica	7-8 Mayo 2015	8

## VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y VIAJES DE PRENSA

Como parte de la labor realizada de la Unidad de Comercialización y Ferias Internacionales de CORSATUR, se encuentra la realización de viajes de familiarización y viajes de prensa.

El objetivo de los viajes de familiarización es dar a conocer el atractivo turístico de El Salvador, tanto a agentes de viajes como a mayoristas a nivel internacional, a través de una experiencia de primera mano en el destino, para motivarlos a que incluyan a El Salvador dentro de sus catálogos de ventas o paquetes vacacionales.

El objetivo de los viajes de prensa es propiciar la promoción de El Salvador como destino turístico en diferentes medios de comunicación especializados en turismo a nivel internacional y dentro de las diferentes ediciones especializadas en viajes (revistas, periódicos, radio, televisión, etc.), a través de una experiencia de viaje en el destino, con el fin de lograr una mayor difusión de El Salvador como destino turístico a nivel internacional.

En el período de junio 2014 a mayo 2015 se realizaron 10 viajes de familiarización y 10 viajes de prensa. de acuerdo al siguiente detalle (Tabla 2):

No.	Fecha	Tipo	Procedencia	Nombre
1	16 al 24 de junio, 2014	VF	Reino Unido	Mercator Travel
2	19 de junio, 2014	VF	América Latina y El Caribe	AVIANCA
3	26 al 30 de junio, 2014	VF	Francia	Ushuaia
4	25 al 26 de julio, 2014	VP	Polonia	Familia Lopacinskichswiat
5	30 de agosto al 02 septiembre, 2014	VP	Centroamérica	Periodistas cobertura Festival Internacional de la Guitarra
6	28 de septiembre al 4 de octubre, 2014	VF	Alemania	Het Andere Reizen
7	29 de septiembre al 5 de octubre, 2014	VP	China Taiwán	Formosa FTV
8	11 al 14 de octubre, 2014	VF	Varios	Mayoristas - Post tour CATM
9	11 al 14 de octubre, 2014	VP	Varios	Prensa - Post tour CATM
10	18 de octubre, 2014	VF	Estados Unidos y Brasil	Arthur Pozzo - Welcome Surf Trips
				Steven Drescher - Juanted
				Keli Rodrigues - Viajar Pelo Mundo
				Leslie Long - Limité Magazine
				Katalina Mayorga - El Camino Travel
				Dana Johnson - Open Leaf Excursions
				Angie Villafuerte - Costamar Travel
11	21 de octubre, 2014	VF	México	Jordi Llorens y Pablo Galvez - Mundo Joven
12	Del 23 al 24 de octubre, 2014	VP	Estados Unidos Y Brasil	Steven Drescher - Juanted
				Keli Rodrigues - Viajar Pelo Mundo
				Leslie Long - Limité Magazine
				Nila do Simon - Travel Age West
				Jennifer Olson - Women Adventure Magazine
				Katrina Richter - Travel Hoppers.com
13	11 al 19 de noviembre, 2014	VP	Alemania	Media Crew Mitte
14	15 al 19 de noviembre, 2014	VF	Alemania	Varios Mayoristas
15	17 al 21 de noviembre, 2014	VF	Alemania	Varios Mayoristas
16	5 al 12 de diciembre, 2014	VP	Costa Rica	Destinos TV
17	28 de febrero, 2015	VF	Centroamérica	Empresarios turísticos centroamericanos
18	12 de marzo, 2015	VP	Alemania	Locos por el mar (TV)
19	12 al 15 marzo, 2015	VP	Costa Rica	Filmación de video promocional con SITCA
20	16 al 20 de abril, 2015	VP	Italia	Marco Fiata – Programa Kilimangiarío (Canal Rai Tres)

VF: Viaje de familiarización

VP: Viaje de prensa



The background of the page is a composite image. On the left, there is a vertical blue textured fabric-like pattern. On the right, there is an aerial photograph of a town with numerous buildings featuring red-tiled roofs. A river or lake is visible in the upper right portion of the image, with green vegetation on the banks. A white rectangular box is centered over the image, containing the chapter title.

# CAPÍTULO III

## EVENTOS

---







# EVENTOS

CORSATUR como parte de la visión de posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo realiza actividades para el apoyo del desarrollo del sector turístico en el país, los cuales se detallan a continuación:

## Feria Expo Vacaciones 2014

El objetivo principal es brindar espacios para que los empresarios inscritos en el RNT puedan promocionar su oferta turística a los visitantes de dicha feria, así como también de promocionar y fortalecer el turismo interno; beneficiando directamente a diez empresas inscritas en el RNT, para que ofrezcan su oferta a los visitantes de dicha feria y puedan planificar sus vacaciones agostinas. En esta feria también participan ofreciendo sus productos empresarios de Guatemala, Nicaragua y Honduras.



## Copa Alas 2014

Con el objetivo de promocionar el turismo de sol y playa y surf a nivel internacional por medio de las competencias que se realizan en las playas salvadoreñas, ya que se cuenta con una de las mejores olas a nivel mundial para la práctica del surf.

Con la participación de 100 atletas y asistentes de los diferentes países de Latinoamérica, se ha obtenido una proyección a nivel internacional tanto en la transmisión en vivo por internet en [www.alaslatintour.com/](http://www.alaslatintour.com/) como en el reportaje de Gravedad Cero publicado en los canales Fox Sport y Space, y la cobertura de revistas internacionales y medios nacionales.

## Lanzamiento de Puesta en Marcha del Stop Over

Cumpliendo con el objetivo de posicionar a El Salvador como destino turístico en el mercado internacional, se busca incentivar a los viajeros que arriban al país por motivos de transbordo o tránsito, para que puedan realizar diferentes tours que les permita conocer El Salvador de forma oportuna y segura gozando del beneficio de exención de impuestos hasta por máximo de 48 horas, beneficiando directamente a los sectores de Hoteles, Restaurantes, pequeños y medianos empresarios que atenderán a los visitantes internacionales.

Luego de este lanzamiento se ha puesto en marcha el funcionamiento de la plataforma en internet elaborada especialmente para la venta de los paquetes, tours, renta de auto y hoteles que están ofreciendo sus servicio en el proyecto, en dicha plataforma, el turista puede realizar la compra en línea de su paquete o tour de su preferencia la cual es operada por CASATUR.





### Lanzamiento del Stop Over en Feria ANATO, Bogotá, Colombia

Proyecto que incentiva a los viajeros que arriban a nuestro país por motivos de transbordo o tránsito para que puedan realizar diferentes tours que les permita conocer El Salvador de forma oportuna y segura gozando del beneficio de exención de impuestos hasta por máximo de 48 horas.

El lanzamiento internacional del Proyecto Stop Over, tuvo lugar en el marco de la Feria ANATO en Bogotá, Colombia, en el cual asistió un aproximado de 70 personas entre Tour Operadores y medios internacionales. Es un programa denominado: Cielos Abiertos.

### Pre Mundial de Futbol Playa

Con el objetivo de promocionar y posicionar a nivel nacional e internacional a El Salvador como un destino turístico encantador a través de nuestras playas en el pacífico como una de las mejores para la realización de eventos deportivos, así como la práctica de este deporte.

En el Pre Mundial se contó con participación de 16 países miembros de la CONCACAF y cada delegación era de 17 personas, también desarrollaron seminarios FIFA-CONCACAF de Beach Soccer en los que participaron delegados de 41 países. Se tuvo una presencia de un aproximado de 15,000 personas al estadio.





## Torneo de Voleibol de Playa

Fomentar en la población la realización de viajes relacionados con deportes especializados es uno de los objetivos principales para la creación de oportunidades turísticas; movilizándolo a las personas hacia lugares distintos al de su residencia con fines turísticos; visibilizar atractivos turísticos, en este caso Apulo, Ilopango; fortaleciendo las asociaciones deportivas nacionales.

El torneo es desarrollado en la cancha de Fútbol Playa del Parque Recreativo Apulo, beneficiando a empresarios de la zona del Lago de Ilopango durante los 2 días de actividad con la participación de 160 atletas y una presencia de 3000 personas al estadio.

## Premio Nacional de Turismo 2014

El Premio Nacional de Turismo reconoce el esfuerzo, labor y el aporte que los empresarios del sector turismo brindan al país, impulsando el desarrollo de la industria turística, generando oportunidades de empleos y contribuyendo de tal manera a mejorar su calidad de vida de las personas que trabajan en Turismo.

Año con año el Premio Nacional de Turismo reconoce y estimula a aquellas a los empresarios que impulsan el turismo, permitiendo posicionar a El Salvador como un destino atractivo.

En 2014, el Premio Nacional de Turismo fue entregado a Roberto Kriete, cofundador de AVIANCA HOLDINGS S.A.

Así mismo, se entregó el reconocimiento al mérito empresarial al Lic. Antonio Safie, propietario de Hotel Sheraton Presidente; Teresa Giammattei Batres y Marco Batres, Termas de Santa Teresa; José Ismael Villacorta y Luz Villacorta, Las Brumas Restaurante y Juan Manuel Alfaro, El Carmen State Hotel & Coffe Resort.

En la décima edición del Premio Nacional de Turismo, también se reconoció la labor periodística de tres profesionales de las comunicaciones, por su trabajo periodístico en la divulgación del desarrollo de la industria turística de El Salvador. Los periodistas reconocidos fueron: Armando Godoy, de Canal 33; Ana Martínez, Programa "Descubriendo El Salvador" y Vanessa Linares, Diario El Mundo.











### **Acciones para atraer empresas interesadas en proyectos de inversión propiedad de la institución.**

Se han realizado diversas Reuniones de trabajo con las empresas CITIC GROUP HERCOP L'alianXa Travel Network El Salvador, en las que se ha dado difusión y entrega de material como impulso a los proyectos de Cerro Verde e Icacal. En estas acciones se han contactado potenciales inversionistas de cadenas internacionales y se ha tenido la visita de inversionistas de extranjeros que han visitado los dos proyectos nacionales. Los dos inmuebles han sido impulsados en los Estados Unidos como destino para generar macro inversión turística (Hotel de Montaña Cerro Verde y Playa Icacal) que facilitará la creación de empleos directos e indirectos.

### **Tercer Foro Tecnológico de Turismo - FUTURISTA 2014, en alianza estratégica con sector privado e instituciones financieras gubernamentales que apoyan el sector.**

Esta es una acción ejecutada en estrecha coordinación con la Cámara Salvadoreña de Turismo y Ministerio de Economía, dentro del cual se abordaron temas relacionados con eficiencia energética, herramientas tecnológicas para las MIPYMES Turísticas, fomento y creación de rutas temáticas, Itinerarios culturales, entre otros. Se desarrollaron encuentros de negocios con la participación de una feria/exposición de los productos específicos para sector turismo: informáticos, eficiencia energética, insumos, utensilios, decoración etc. Se obtuvieron 175 beneficiarios directos del sector académico docentes y alumnos de educación básica y superior de carreras de turismo, emprendedores, micro, pequeños y medianos empresarios turísticos, del total participante 56% fueron mujeres, 44% hombres 16 empresas expositoras que junto a sus empleados tuvieron encuentros de negocios con empresarios turísticos de forma indirecta, se beneficia la gremial turística CASATUR, que fortalece a sus agremiados Emprendedores turísticos, micro, pequeños y medianos empresarios turísticos.





### **II Foro Nacional de Desarrollo Territorial e Impulso a la Inversión Turística en coordinación con instituciones nacionales e internacionales.**

En una estrecha relación interinstitucional para desarrollar en coordinación con el Comité Interinstitucional de Apoyo al Desarrollo Territorial Gubernamental y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, se han generado espacios e intercambio de experiencias exitosas para el desarrollo territorial e identificación de oportunidades de inversión turística en los territorios, beneficiando a 70 personas que son pequeños y medianos empresarios turísticos, cooperativas y asociaciones turísticas, así como el personal que trabaja dentro de las empresas participantes, y personal técnico de las instituciones que acompañaron la ejecución.

### **Impulsar la participación del país en la CRUISE SHIPPING – MIAMI.**

Con el objetivo de sostener acercamiento con ejecutivos de la Florida Caribbean Cruise Association –FCCA- con quienes se ha presentado a El Salvador como destino de cruceros se hizo lanzamiento internacional del país para ser la sede de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros en el mes de Mayo de 2015 y realizar reuniones con las líneas navieras presentes en el evento para invitar país.

### **Encuentro de inversionistas denominado Escenarios de éxito para la atracción de Inversiones turísticas: El caso de Panamá.**

Esta acción fue ejecutada con la cooperación internacional de la república de Panamá, específicamente la Autoridad Turística de Panamá ATP, quien por medio de sus delegados de la Dirección de Inversiones e Incentivos fiscales, se llevó a cabo este encuentro de intercambio con inversionistas y personal de MITUR Y CORSATUR, para conocer mecanismos gubernamentales de atracción de inversiones.

Los beneficiarios directos fueron 125 inversionistas o potenciales inversionistas nacionales, sector académico docente de educación básica y superior de carreras de turismo y medianos empresarios turísticos, así como el personal técnico de MITUR y CORSATUR que acompañaron la ejecución.



### **Lanzamiento del país como sede para la Cumbre Centroamericana de Cruceros -MAYO -2015.**

Como un logro de las gestiones estratégicas exitosas con la Florida - Caribbean Cruise Association –FCCA, el país será la sede de la Cumbre Centroamericana de Cruceros, en la cual se recibirá la visita de ejecutivos y tomadores de decisiones de líneas navieras miembros de la FCCA y cuyos cruceros transitan la costa del pacífico frente a nuestro país. Las áreas del Golfo de Fonseca, Puerto de Acajutla y zonas aledañas incrementarán la visitación por medio de la promoción ante líneas de cruceros, con lo cual se proyecta e impulsa el incremento en la llegada de cruceros al país diversificando los servicios turísticos que ofrece el país. Con la realización de este magno evento se prevé un derrame económico de \$350,000.00. Se verán beneficiados tour operadores, prestadores de servicios de alojamiento, gastronomía, transporte, guías turísticos. Beneficiarios indirectos 3500 personas integrantes de los núcleos familiares de los empleados que atenderán los productos y servicios turísticos en los tours y consumo de los visitantes, 150 personas tomarán tours al interior del país, más de 400 noches de hotel confirmadas con sus respectivos consumos de alimentación.

### **III Cumbre Centroamericana de Cruceros en mayo -2015 como un logro de las gestiones estratégicas exitosas con Florida- Caribbean Cruise Association –FCCA.**

Esta acción incluye traer al país a los ejecutivos de líneas navieras para que conozcan de cerca las facilidades que se tienen en EL Salvador para recibir y atender cruceros turísticos y generar encuentros personalizados con el sector empresarial salvadoreño que atiende los barcos. Población beneficiada como las gremiales turísticas de: transporte, taxis, operadores, artesanos, guías, restaurantes, alojamientos y demás actores claves de la cadena turística que participan en la recepción de barcos a nuestro país.







Golfo de Fonseca, La Unión

### **Llegada de cruceros turísticos al país.**

Se tuvo la llegada de los barcos BOUTIQUE y SERENISSIMA que transportan pasajeros con alto poder adquisitivo y que buscan destino de naturaleza y con espacios para convivir con las personas locales así como espacios culturales y de naturaleza. Otra llegada fue el barco ARTANIA que transporta pasajeros que buscan espacios culturales y de aventura. Con esta acción se logra traer al país un total aproximado de 1000 turistas, que tomaron tours y transportes internos, beneficiando a un promedio de 150 empleos directos solo en la llegada de los barcos, así como los empleos indirectos generados para atención de todos dentro del país.

Como población beneficiada podemos incluir a gremiales de transporte, taxis, operadores, artesanos, Guías, restaurantes, alojamientos y demás actores claves de la cadena turística que participan en la recepción de barcos a nuestro país.

Por otra parte se mantuvo la llegada por segundo año consecutivo del Barco PEACE BOAT llegando al Puerto Acajutla, promoviendo un derrame económico de \$105,000.00 generada a partir de la llegada y recepción del barco, ya que 75% de los pasajeros adquirieron tours al interior del país, calculándose como beneficiarios directos unos 750 empleados de las empresas turísticas y proveedoras de bienes y servicios para los pasajeros en los tours al interior del país.

### **Jornadas de acompañamiento para identificar oportunidades de inversión en áreas prioritarias.**

Se realizaron jornadas de acompañamiento en innovación y tecnología en el sector turismo, utilizando la aplicación del modelo para emprendimientos turísticos y proyección de inversiones en turismo: "Perfilando tu Empresa Turística". Se desarrollaron jornadas de acompañamiento para impulsar las iniciativas de emprendedurismo, así como las ideas de negocios para generar nuevas inversiones en las zonas de San Salvador, Usulután, Playas de La Unión e Islas del Golfo de Fonseca. Se benefició directamente a 325 participantes, representantes de grupos asociativos y cooperativas turístico pesqueras de la costa salvadoreña, micro, pequeños y medianos empresarios turísticos, emprendedores turísticos, sector académico docentes y alumnos estudiantes de turismo.



## SISTEMATIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE PUEBLOS VIVOS.

Se generó el documento de Sistematización de la Estrategia Pueblos Vivos, como un aporte a la actividad turística nacional y posterior posibilidades de compartir con otros países través de la generación de este documento, en el marco de una estrategia turística para el desarrollo humano, lo que convierte al programa en replicable para cualquier lugar del mundo como un ejemplo de éxito. Los principales beneficiados son Instituciones públicas, educativas y ONGs que apoyan el desarrollo económico a través del Turismo.

### Lanzamiento Pueblos Vivos 2014

La estrategia territorial de turismo interno denominada "Pueblos Vivos" ha impactado en el desarrollo económico y social de los municipios a través de la puesta en valor turístico del 89.70% de los mismos a través de la inscripción de 235 municipios y la afluencia de más de 80,000 visitantes en la feria "Pueblos Vivos" durante el 2014.

Como parte del trabajo de difusión, en junio de 2014 CORSATUR realizó el lanzamiento oficial de la sexta edición Pueblos Vivos, con el propósito de promover y estimular la participación e integración de los actores locales de los distintos municipios del país en materia turística, a fin que cada uno trabaje en la definición de su singularidad, optimización y puesta en valor turístico de sus recursos y el fortalecimiento de su identidad, hasta convertir sus municipios en Destinos Encantadores, sostenibles y con una oferta turística de calidad.

La metodología de participación de los municipios en Pueblos Vivos fue puesta en marcha a través de dos segmentos y 11 categorías a decisión de cada Pueblo según su potencial.

Los beneficiados con esta estrategia son: Comités de Desarrollo Turístico, Alcaldías Municipales, MIPYMES y Comunidad receptora de los municipios inscritos como Pueblos Vivos 2014.

A continuación el detalle de los dos segmentos y respectivas categorías:

Segmento: Pueblos con Encanto Cultural	Segmento: Pueblos con Encanto Natural
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gastronomía Autóctona</li> <li>2. Danzas y Tradiciones</li> <li>3. Historia y Arquitectura</li> <li>4. Urbanismo y Compras</li> <li>5. Comunidades Originarias</li> <li>6. Arqueología</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Agroturismo</li> <li>8. Deportes y Aventura</li> <li>9. Sol y Playa</li> <li>10. Paisajismo</li> <li>11. Artesanía</li> </ol>



Experiencia subterránea Maya





Gráfico 1. Crecimiento de municipios inscritos en Pueblos Vivos 2009-2014

### Feria Pueblos Vivos 2014

Como mecanismo de promoción de la oferta turística interna, en octubre de 2014 se organiza la Feria Pueblos Vivos, la cual contó con una afluencia de 80,000 personas en los dos días que duró la actividad.

El objetivo es dar a conocer la oferta turística de calidad de cada uno de los municipios inscritos, propiciando el desarrollo económico local, la participación ciudadana, favoreciendo así el apoyo a las MIPYMES, como parte de la proyección económica local, articulando la oferta nacional de productos y servicios turísticos de cada Pueblo Vivo de acuerdo a su singularidad.

El Centro Internacional de Ferias y Convenciones CIFCO, en el pabellón Centroamericano albergó la actividad, que inició con un desfile desde la Plaza Salvador del Mundo hacia dicho recinto, donde los municipios participantes hicieron gala de su cultura y tradiciones.

En total 174 municipios participaron con stand en la feria, 43 gremiales de apoyo, 27 empresas inscritas en RNT y más de 80 puestos en la Feria Gastronómica como parte del apoyo al micro y pequeña empresa.



Parque Arqueológico San Andrés



## Premiación Pueblos Vivos 2014

En diciembre se realiza la premiación oficial Pueblos Vivos 2014, con el objetivo de reconocer el esfuerzo de los municipios más destacados en su participación dentro del programa para esta edición. En total 11 municipios resultaron ganadores del programa.

En las bases de participación del programa se destaca la evaluación de los municipios inscritos, evaluándose por medio de un Jurado Calificador, representado por la empresa privada y cartera de estado, obteniendo como resultado a 11 municipios ganadores, uno por cada Categoría, así como premiar a los ganadores de los concursos internos.

Parte de la estrategia Pueblos Vivos incluye el fortalecimiento y el equipamiento de municipios destacados en el Programa, en mobiliario urbano como: Paradas de Buses, estaciones interpretativas turísticas, muppies, pintura, canopies, city tour, press trip, como parte del compromiso adquirido con los municipios participantes a nivel nacional. El mobiliario urbano elaborado contiene información turística de los municipios ganadores, generando así condiciones para una visita guiada de turistas nacionales y extranjeros, mejorando la imagen general del municipio.

Categoría	Ganador	Categoría	Ganador
Gastronomía Autóctona	Cojutepeque	Agroturismo	Osicala
Danzas y Tradiciones	Apastepeque	Deportes y Aventura	Apaneca
Historia y Arquitectura	Santa Ana	Sol y Playa	La Unión
Urbanismo y Compras	Antiguo Cuscatlán	Paisajismo	Estanzuelas
Comunidades Originarias	Izalco	Arqueología	Chalchuapa
Artesanía	San Bartolomé Perulapía		

## Lanzamiento Pueblos Vivos 2015

Para el año 2015, CORSATUR ha lanzado oficialmente la convocatoria a los municipios de todo el país para participar en la séptima edición de Pueblos Vivos Multidestinos 2015, esta vez con un nuevo concepto que busca fortalecer el apoyo a las municipalidades.

El objetivo del evento es dar a conocer la propuesta y metodología del Programa Pueblos Vivos para su séptima edición.

El evento de Lanzamiento del Programa Pueblos Vivos, llevada a cabo en las instalaciones del Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), con la participación de aproximadamente 700 personas, incluyendo alcaldes, Comités de Desarrollo Turístico, Organizaciones Gubernamentales y no gubernamentales, Cooperación Internacional, Empresarios e inversionistas. En el evento se dieron a conocer las Bases de participación de la nueva Edición Pueblos Vivos Multidestinos, teniendo como punto de partida la nueva estrategia de creación de circuitos turísticos integrados por los municipios acreditados en el Programa.





Inauguración Feria Pueblos Vivos 2014



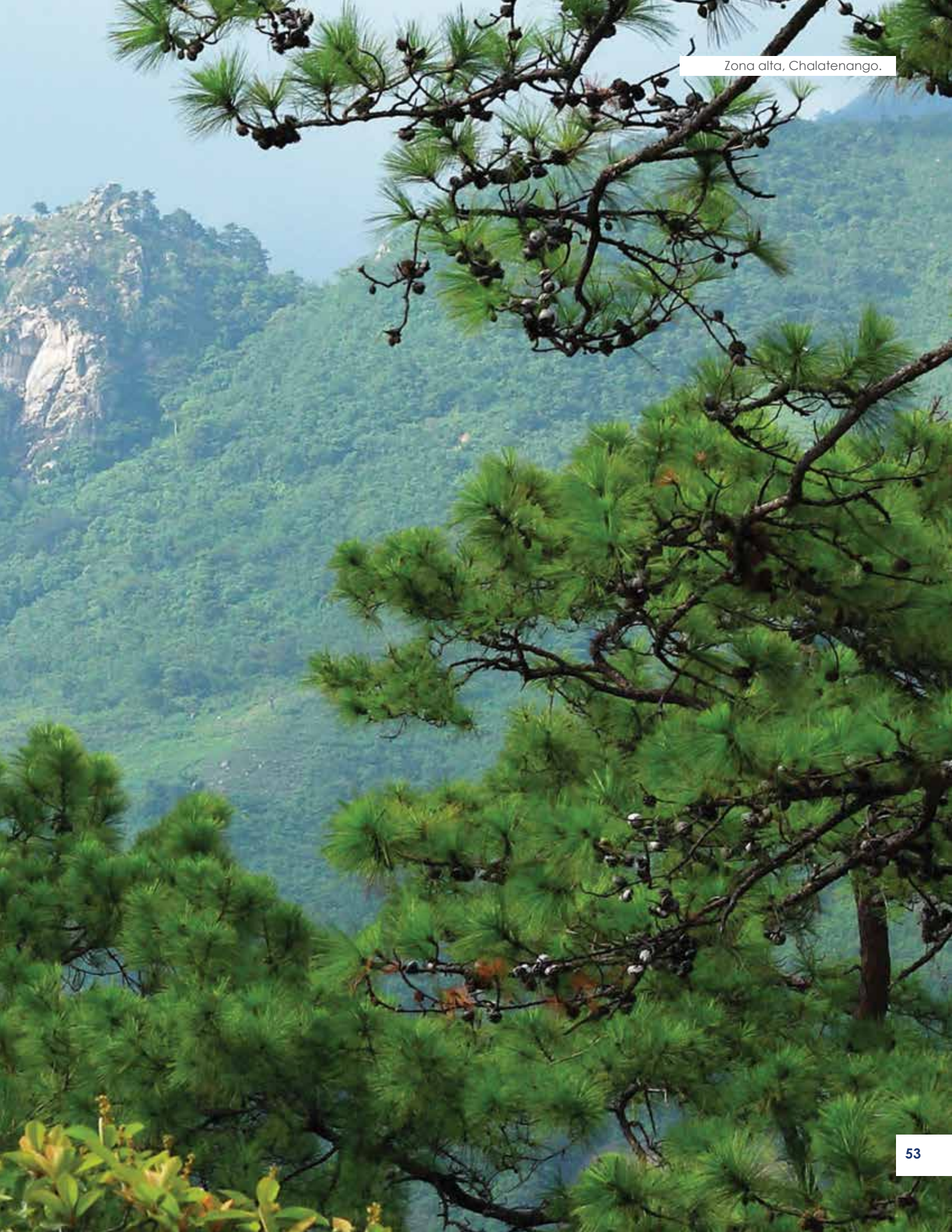


# CAPÍTULO IV

## CAPACITACIONES Y ASISTENCIA TÉCNICA

---







# CAPACITACIONES Y ASISTENCIA TÉCNICA

## **Jornadas de Capacitación de Cultura Turística.**

Las jornadas de capacitaciones de Cultura Turística a nivel nacional, son desarrolladas con el fin de propiciar la sensibilización y fortalecer las capacidades para la puesta en valor de los destinos turísticos. Durante los meses de julio a septiembre de 2014 se desarrollaron 9 jornadas de sensibilización en Cultura Turística, donde se benefició a un total de 260 actores del sector en 28 municipios. Con esta acción se logró sensibilizar en temas de turismo en diferentes zonas del país. La población beneficiada con estas jornadas fueron docentes, estudiantes, microempresarios, artesanos y microempresarios que trabajan con Ayuda en Acción, Comités de Desarrollo Turístico, Casas de LaCultura, Alcaldías, Micro-Región, los Nonualcos, ISTU, guías turísticos y empresarios.

## **Programa de Formación de Guías turísticos Nacionales y Locales**

Con el Programa de Capacitación de Guías Turísticos de El Salvador, se dio formación a 105 guías nacionales y locales en la zona central, occidental y oriental del país, 30 son nacionales y 75 son locales. Esta actividad logró formar a los guías con mejores estándares de calidad y bajo la curricula aprobada y validada por CORSATUR, garantizando así un mejor servicio brindado al turista nacional y extranjero que nos visita.

## **Talleres de Productos y Rutas Turísticas y Talleres de Seguridad y Prevención para POLITUR.**

Con el objetivo de mejorar las capacidades del personal de la Policía de Turismo, se desarrollaron talleres para la formación al personal de la POLITUR, ampliando sus conocimientos en temas de interés tales como Seguridad y Prevención; Productos y Rutas Turísticas, durante los meses de septiembre y octubre de 2014, se llevaron a cabo 6 jornadas de capacitación, cuyas sedes fueron en las zonas de la Micro Región del Bálsamo, El Espino y La Unión, beneficiando a 75 agentes policiales.

Como parte de las iniciativas para empoderar a los actores clave del sector turístico desde el Área de Asistencia Técnica de CORSATUR, se desarrollaron los talleres de Costos y Finanzas para MIPYMES Turísticas, en ellos se benefició a 40 empresarios, quienes adquirieron conocimientos en herramientas clave para llevar las finanzas de sus empresas para administrar de manera más efectiva sus negocios y garantizar la sostenibilidad de la oferta turística en el país. El curso fue impartido por FEPADE en la sede de San Salvador.







### **Capacitación en Inocuidad Alimentaria**

Con la finalidad de capacitar a microempresarios turísticos en temas de salubridad e higiene alimentaria para garantizar la calidad de los servicios que se brindan en el país, CORSATUR desarrolló el Curso de Inocuidad Alimentaria, donde se facilitaron herramientas para que los empresarios turísticos que trabajan en el rubro de restaurantes conocieran principios básicos de inocuidad para garantizar al turista un servicio de calidad.

El curso se impartió en San Salvador y La Ruta de Las Flores en el mes de noviembre de 2014, con una población beneficiada de 46 micro empresarios turísticos.







# CAPÍTULO V

## CARPETAS TECNICAS Y PROYECTOS EN PROCESO

---







# CARPETAS TÉCNICAS Y PROYECTOS EN PROCESO

## **Mejoramiento de la Plaza Turística en el Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque.**

CORSATUR culminó con éxito el proyecto de mejoramiento de la Plaza Turística en el Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque, dinamizando las economías locales a través del Programa Pueblos Vivos y creando productos originarios que impriman singularidad, atractivos y marca en el territorio con vocación religiosa.

El objetivo del apoyo es potenciar el Cerro de Las Pavas en el segmento de Turismo Religioso, posicionándolo como un punto estratégico para el desarrollo económico y como un destino de atracción para el turista nacional y extranjero, dada la variada oferta turística natural con que cuenta y su visitación con más de 50,000 personas en el mes de mayo dedicado a la Virgen de Fátima.

La población beneficiada con este proyecto es de: 12 micro empresas turísticas que van a usar dichos locales comerciales y 50,000 beneficiarios entre feligreses locales, excursionistas y turistas que visitan el lugar en ocasión de venerar a la Virgen de Fátima.

## **Plan de Movilidad y Desplazamientos Sustentables para el Centro de Suchitoto, Cuscatlán.**

El Plan de Movilidad y Desplazamientos Sustentables para el Centro de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán, consta de 20 mobiliarios urbanos consistentes en depósitos de basura y señalización turística.

El objetivo de la obra es direccionar al visitante y turista, dentro de los límites territoriales del municipio de Suchitoto, hacia la actividad turística y productos que ofrece, a través de elementos complementarios a la actividad turística, que se conceptualicen bajo las directrices de la imagen de la ciudad, cumpliendo con los requerimientos establecidos dentro de sus normativas.

Los beneficiarios directos son la ciudad de Suchitoto, lugareños, así como visitantes, excursionistas y turistas que visitan el destino turístico.

## **Diseño Arquitectónico Integral para el Mejoramiento del Parque Central del Municipio de La Palma, Chalatenango.**

Con el propósito de generar información técnica especializada, se realizó la carpeta técnica de diseño arquitectónico y especialidades de la ingeniería, siendo requisito indispensable para la ejecución de proyectos inversión de infraestructura turística. Los beneficiarios directos son la ciudad de La Palma y sus lugareños, así como visitantes, excursionistas y turistas que visitan el destino considerado de interés turístico.

## **Diseño Arquitectónico Integral para el Mejoramiento de circuito de senderos y miradores en la Isla Conchagüita, Meanguera del Golfo, La Unión.**

CORSATUR realizó la Carpeta Técnica de apoyo turístico para la Isla Conchagüita con el objetivo principal de crear una base técnica para el mejoramiento de senderos peatonales, miradores turísticos y sus componentes.

La población beneficiada han sido los lugareños de Isla Conchagüita, así como visitantes, excursionistas y turistas que visitan el destino considerado de interés turístico.

## **Implementación, reparación e instalaciones de nuevas señales turísticas a nivel nacional, 2014**

CORSATUR ha impulsado un plan de señalización turística, que incluyó la implementación e instalación de señales informativas para los turistas a nivel nacional, de acuerdo al reglamento de señales turísticas de El Salvador.

La instalación, reparación e implementación de señales turísticas tuvo como objetivo facilitar a los turistas, para conocer y descubrir los diferentes atractivos del país, a la vez que les orienta de diversas formas para poder elegir y disfrutar la variada oferta turística que ofrece el país.

Las áreas beneficiadas son: Puerto de La Libertad, Santa Tecla, Santiago Texacuangos, Cojutepeque, La Unión, Meanguera del Golfo, San Antonio Pajonal, Tamanique, Chalatenango, Jocoaitique, entre otros.





Parque Nacional El Boquerón, San Salvador



Carpeta Técnica Parque Central La Palma



Inauguración Obra Infraestructura Cerro de las Pavas



Señalización Suchitoto



### **Mejoras Complementarias en el Parque Nacional El Boquerón, 2014**

CORSATUR ha impulsado un plan para mejorar las condiciones de infraestructura turística del Parque Nacional El Boquerón, desarrollando obras, ampliando sus servicios e instalaciones, así como involucrando nuevos productos turísticos, hasta convertirla en un destino para el turismo nacional e internacional, en el marco de la apuesta estratégica para el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorar la oferta turística a través de un modelo de desarrollo sostenible.

Entre la población beneficiada, se encuentran los más de 9,000 visitantes mensuales al Parque Nacional El Boquerón.

### **Diseño Arquitectónico Integral para el Mejoramiento del Muelle de Puerto El Triunfo, Municipio de Puerto El Triunfo, Departamento de Usulután.**

El proyecto busca convertir a la ciudad de Puerto El Triunfo en un ancla de desarrollo turístico de la Bahía de Jiquilisco, convirtiéndola en un destino para el turismo nacional e internacional, en el marco de la apuesta estratégica para el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y mejorar la oferta turística, a través de un modelo de desarrollo sostenible.

Beneficiando a visitantes, población de Puerto El Triunfo, Península de San Juan del Gozo, con más de 25,000 usuarios.



Parque Nacional El Boquerón



Puerto El Triunfo, Usulután







The background of the page is a composite image. On the left, there is a vertical blue textured fabric-like pattern. On the right, there is an aerial photograph of a town with a red-roofed building in the foreground, a street with a crosswalk, and mountains in the distance under a blue sky with some clouds.

# CAPÍTULO VI

## PRODUCTOS TURÍSTICOS

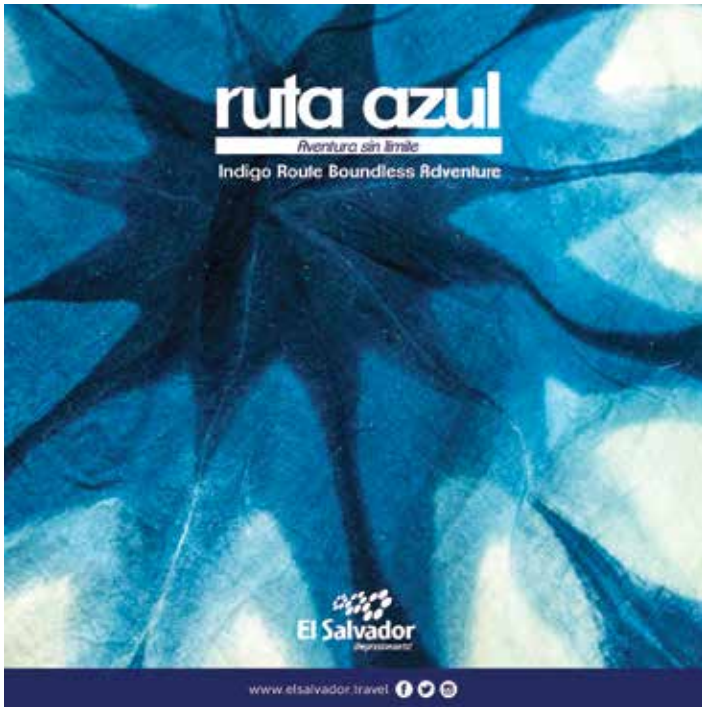
---







# PRODUCTOS TURÍSTICOS



## Lanzamiento del Producto Turístico Ruta Azul

Con el objetivo de fortalecer la oferta turística nacional que nos permita posicionarnos como destino turístico, se realizó el lanzamiento del nuevo producto turístico Ruta Azul Aventura Sin Límites. Esta acción comprendió viajes de validación del producto con tour operadores y viajes de prensa. Este beneficiará a micro y pequeños empresarios de los alrededores del Lago de Ilopango, San Sebastián, Suchitoto, La Palma, San Ignacio, Cinquera e Ilobasco. Como parte de las acciones de puesta en valor turístico del Tour de La Aventura, al cual pertenece este nuevo producto, se han realizado también adecuaciones a sitios comprendidos en la tercera fase de este tour.

## Lanzamiento de Experiencia Subterránea Maya

Para diversificar las actividades turísticas en el Parque Arqueológico San Andrés, se lanzó este nuevo producto turístico que contempla recorridos guiados al interior de un túnel que conecta a nivel subterráneo, dos de las estructuras piramidales del parque, en donde se pueden observar los cimientos arquitectónicos de origen maya. Para su implementación se realizó la compra de equipo de seguridad y comunicación (cascos, radios, chalecos entre otros); los cuales fueron empleados durante los viajes de validación con tour operadores y con prensa, así como con los asistentes al evento de lanzamiento.



### **Seminario y Certificación con la Asociación de Turismo Médico (MTA)**

Para facilitar a las empresas nacionales relacionadas al turismo médico, información sobre cómo funciona esta industria a nivel internacional, se impartió en el mes de agosto de 2014 un seminario con la Asociación de Turismo Médico (MTA), una organización internacional líder en la industria del turismo médico; la actividad, permitió que 19 empresas del sector médico, tour operadores y hoteles, adquirieran conocimientos especializados en el tema y acceso a una plataforma de promoción internacional de proveedores de turismo médico.

### **Capacitaciones de Turismo Médico**

Con el objetivo de fortalecer las capacidades de las empresas salvadoreñas, para la atención de pacientes internacionales, en el marco del desarrollo del turismo médico en El Salvador, se desarrollaron 3 jornadas de capacitaciones dirigidas a empresarios del sector médico, tour operadores y hoteles. Estas capacitaciones se desarrollaron el 16 y 17 de mayo y el 14 de junio de 2014, donde se contó con componentes nacionales e internacionales, quienes desarrollaron temas de diseño de producto y estrategias de comercialización del turismo médico. Con estas capacitaciones se benefició alrededor de 50 empresas entre hospitales, clínicas médicas, tour operadores y hoteles.

### **Primer Congreso de Turismo Médico / Exposalud**

El Primer Congreso de Turismo Médico, se desarrolló en el marco de Exposalud del 17 al 19 de julio de 2014, se contó con un stand institucional durante el evento donde se brindó información sobre el proyecto de turismo médico liderado por esta cartera de estado, este evento contó con una asistencia de más de 800 participantes de las diferentes actividades. Además, en el marco de las actividades del congreso, se apoyó en la logística de la visita de compradores internacionales a empresas médicas nacionales, lo que permitió abrir espacios para la comercialización de servicios de turismo médico del país a nivel internacional, beneficiando a 13 empresas del sector médico que lograron establecer negociaciones con compradores internacionales de Turismo Médico.

### **Acciones de puesta en valor del Tour de Pesca Artesanal**

Se realizó la compra y entrega de materiales y equipo de pesca en el marco del convenio Biodiversidad, Pesca y Turismo – BPT – PNUD – 00077678, con quienes se han ejecutado la actividad relacionada al producto Turístico "Tour de Pesca Artesanal". De esta cooperación se derivó el apoyo e implementación de la Capacitación de guías turísticos locales y en Acajutla el Diseño del Centro de Interpretación del Patrimonio Natural e Histórico, beneficiando directamente a veinte pescadores locales de la Bahía de Jiquilisco y la Pirrayita, y ocho Tour operadores que promueven el producto turístico

### **Acciones de puesta en valor del Circuito Turístico La Montañona**

Se ha ejecutado visitas técnicas para el diseño e implementación de senderos con sus respectivas estaciones interpretativas, en el Área Natural Protegida La Montañona, en coordinación con "Mancomunidad La Montañona" (ONG) Chalatenango. Con este producto turístico se beneficiara a un estimado de 30 familias de la Mancomunidad La Montañona.

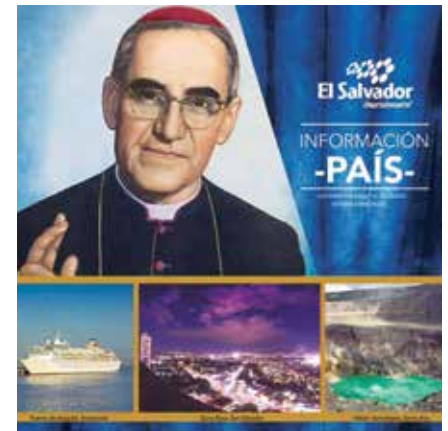
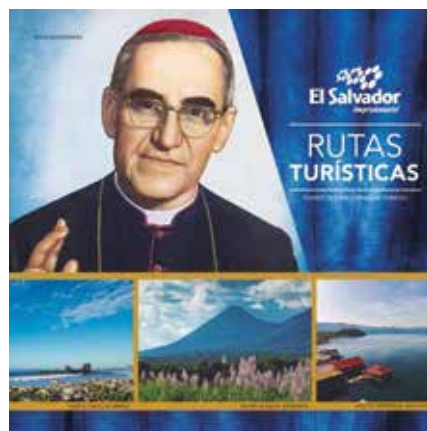
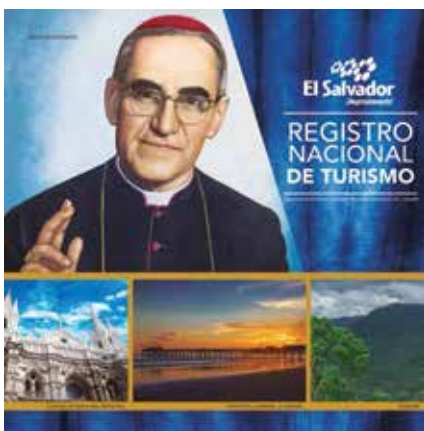
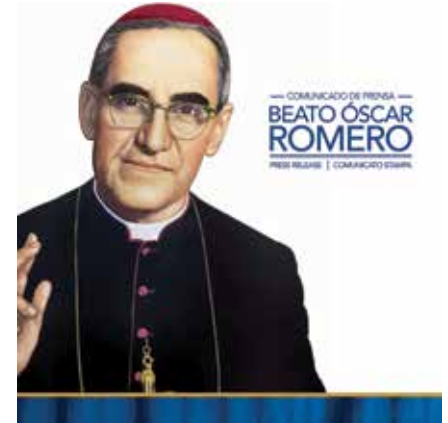
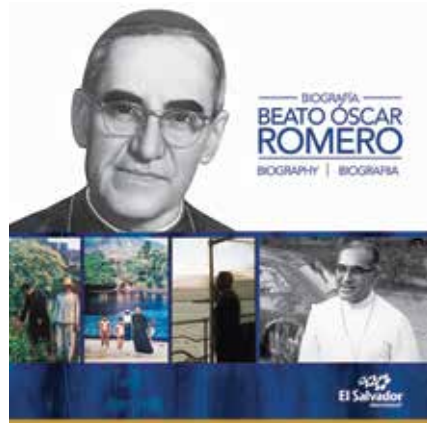


Golfo de Fonseca, La Unión



## City Tour Beato Óscar Romero

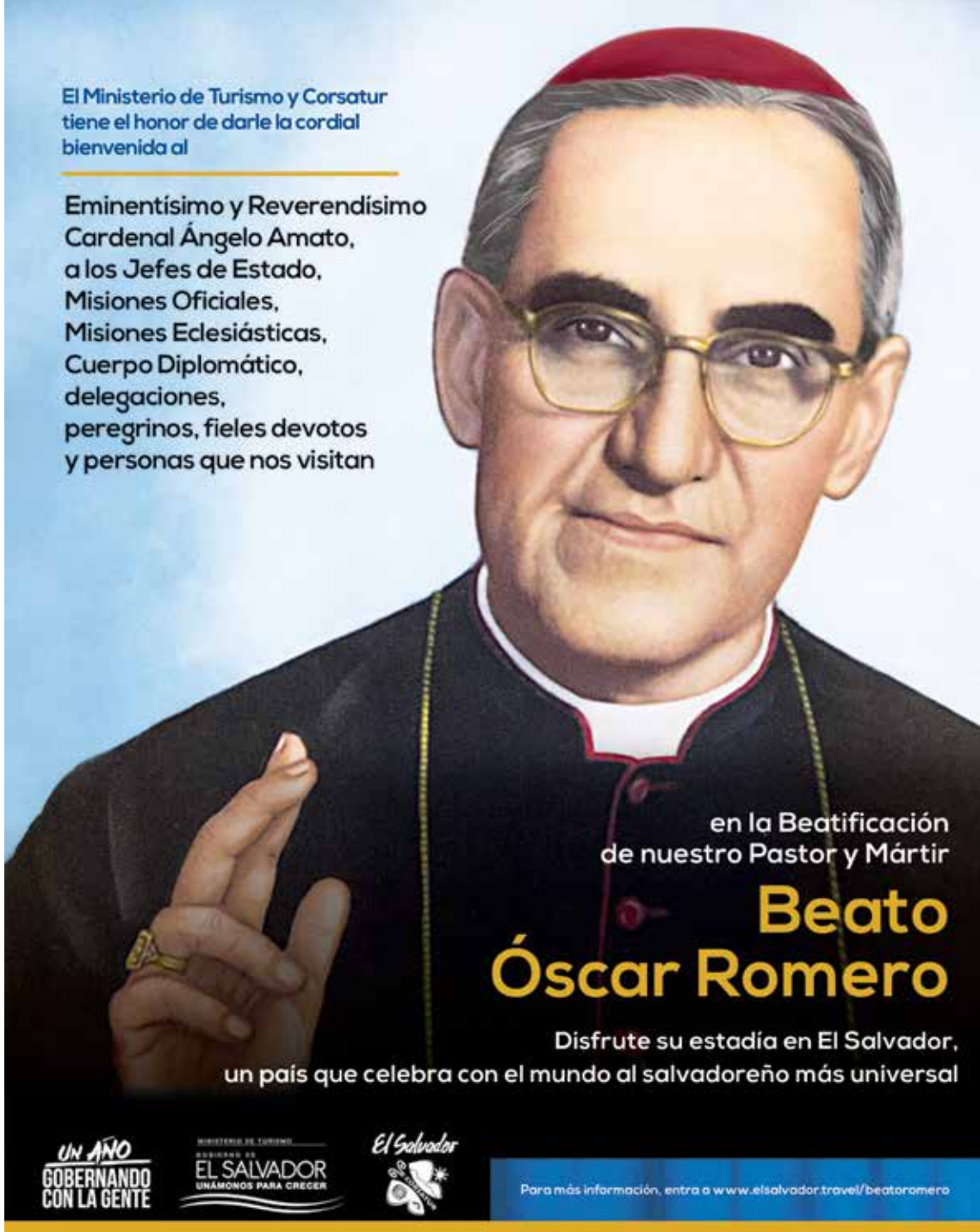
Con el objetivo de convertir el rubro del turismo en un sector estratégico de nuestra economía y posicionar a El Salvador como un destino turístico regional e internacional, se dio un nuevo impulso al desarrollo del segmento de turismo religioso en el país con el "City Tour Beato Óscar Romero", esto en vísperas de la beatificación de Monseñor Óscar Arnulfo Romero, un mártir salvadoreño cuya labor ha trascendido a nivel mundial. En este marco, se produjo el "Kit Beato Óscar Romero" que cuenta con 6 libros con diferente tipo de información, un video del City Tour, además de llevar un mapa y un recuerdo de El Salvador; así como la promoción a través de un plan de medios que incluyó una estrategia digital y pauta en medios tradicionales.





El Ministerio de Turismo y Corsatur  
tiene el honor de darle la cordial  
bienvenida al

Eminentísimo y Reverendísimo  
Cardenal Ángel Amato,  
a los Jefes de Estado,  
Misiones Oficiales,  
Misiones Eclesiásticas,  
Cuerpo Diplomático,  
delegaciones,  
peregrinos, fieles devotos  
y personas que nos visitan



en la Beatificación  
de nuestro Pastor y Mártir

## Beato Óscar Romero

Disfrute su estadía en El Salvador,  
un país que celebra con el mundo al salvadoreño más universal

UN AÑO  
GOBERNANDO  
CON LA GENTE

MINISTERIO DE TURISMO  
RESIDIENDO EN  
EL SALVADOR  
UNÁMONOS PARA CRECER



Para más información, entra a [www.elsalvador.travel/beatatoromero](http://www.elsalvador.travel/beatatoromero)





# CAPÍTULO VII

## DOCUMENTOS PRODUCIDOS

---







# DOCUMENTOS PRODUCIDOS

## Herramientas técnicas para emprendedurismo e impulso a las inversiones turísticas

Con este documento se ha llevado conocimiento a sectores productivos que no pueden acceder a estudios especializados en estos temas, a poblaciones de empresarios, cooperativas, asociaciones o emprendedores que requieren acompañamiento especializado en turismo para desarrollar proyectos o iniciativas de inversiones turísticas.

Se generan espacios para identificar oportunidades de inversión turística para lo cual el empresario requiere de información técnica especializada.

Los beneficiarios directos han sido los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos, cooperativas y asociaciones turísticas, inversionistas o potenciales inversionistas, sector académico docente de educación básica y superior de carreras de turismo, turistas que transitan en nuestra costa y los empresarios interesados en crear inversiones para atraer turismo náutico.

Los Beneficiarios indirectos han sido los empleos que se pueden generar a partir de inversiones turísticas desarrolladas por los empresarios.

## Pueblos Vivos, Estrategia Turística para el desarrollo humano

Con este documento se ha sistematizado la Estrategia Nacional de Pueblos Vivos como un aporte a la actividad turística nacional y posterior posibilidad de compartir con otros países través de la generación del documento mismo.

La generación de este documento convierte al programa en replicable para cualquier lugar del mundo, es decir, un ejemplo de éxito. Los beneficiados han sido las Instituciones públicas, educativas y ONGS, que apoyan el desarrollo económico a través del Turismo.

## Guía exclusiva Petit Fute country El Salvador

Le Petit Futé es actualmente la editorial independiente de guías de viajes, líder en el mercado de habla francesa en todo el mundo (Francia, Canadá, Bélgica, Suiza.).

Se trabajó en conjunto la creación de esta guía exclusiva en el idioma francés acerca de El Salvador, esta guía cuenta con 192 páginas de información acerca del destino El Salvador, logrando así por primera vez en la historia del país, que El Salvador cuente con su guía turística completamente en francés. La revista fue lanzada en el marco de la feria Top Resa en Francia en septiembre 2014.

Los beneficiados han sido los consumidores finales que sería los viajeros en todos los países de habla francés (Francia, Suiza, Canadá Quebec, Bélgica, Luxemburgo, Martinica, Guadalupe etc.

## Planeación Territorial Turística de la Zona Norte del Departamento de La Paz

### Cantidad: 375 documentos

Los libros de Planeación Territorial, son el paso inicial para poder llevar a cabo proyectos turísticos a partir del levantamiento de inventario de los recursos y atractivos, y de un estudio detallado de la zona, de aquellos elementos que puedan potencializar el turismo en la región.

Este documento está constituido, por 8 municipios: Santa María Ostuma, San Emigdio, Paraíso de Osorio, San Juan Tepezontes, San Miguel Tepezontes, San Francisco Chinameca, Jerusalén y Mercedes la Ceiba, como parte de la ruta panorámica que colinda con el Lago de Ilopango, y municipios aledaños que poseen singulares productos turísticos, dándole una total singularidad, al poseer recursos agro turísticos y su conexión con las riberas del lago de Ilopango, entre otros atractivos.



## Fortalecimiento de las Rutas Turísticas de la Zona Norte de La Paz

Los documentos de Fortalecimiento de las rutas turísticas, constituyen un apoyo adicional al documento de Planeación, que contienen un resumen del inventario turístico de la zona y una herramienta básica para el turista, empresarios, inversionistas y público en general, para conocer los recursos, atractivos y capacidad instalada que contiene cada municipio incluido en la región. Cantidad: 280 documentos.

## Fortalecimiento de la Rutas Turísticas Zona Sur Oriente de Chalatenango

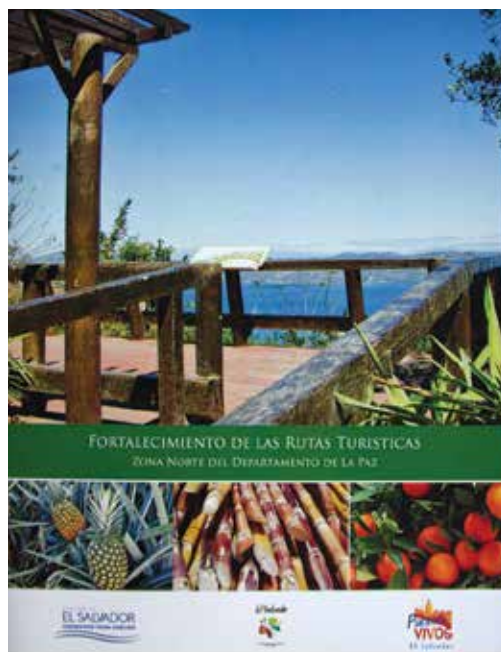
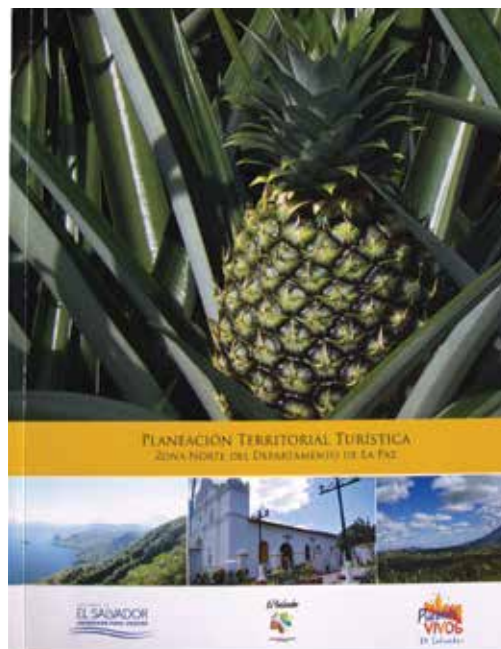
Trece municipios incluidos en la zona sur oriental del departamento de Chalatenango, se reflejan en este documento, e incluyen atractivos impresionantes redescubiertos por su recorrido exhaustivo a través del levantamiento turístico, que constituyen un tesoro tanto natural como histórico para el visitante y recrean una fuente de nuevas experiencias para el turista.

## Mapas Turísticos de El Salvador

Los mapas turísticos, son herramientas esenciales utilizados por los turistas, tanto para la ubicación de todos aquellos lugares de interés, como para la creación de sus recorridos turísticos. Son elementos básicos y de fácil manejo que incluyen mapas de El Salvador y representaciones de lugares iconos a nivel nacional.

## Guía Turística de El Salvador

Estos documentos son muy importantes para conocer todos aquellos atractivos turísticos que se encuentran en los municipios a nivel nacional. Los ejemplares contienen datos básicos de los municipios más representativos y guías para la ubicación de los turistas, tanto nacionales como extranjeros.







# CAPÍTULO VIII

## ACCIONES ADMINISTRATIVAS

---







# ACCIONES ADMINISTRATIVAS

La Gerencia Administrativa, tiene como finalidad principal apoyar logístico a todas las unidades organizativas proveyéndoles los bienes y servicios necesarios para que la Corporación Salvadoreña de Turismo brinde servicios de calidad, enfocados al desarrollo y crecimiento del sector turístico en El Salvador.

La administración de los recursos se dio bajo el concepto de ahorro y austeridad, mediante la adopción de medidas administrativas de estricto cumplimiento para todo el personal, optimizando el uso de la capacidad instalada y el de los recursos financieros disponibles, logrando una mayor eficiencia en el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales. Entre algunas de las acciones brindadas por el área administrativa tenemos:

## **Apoyo Logístico de Transporte**

Se ha brindado el servicio de transporte para misiones oficiales al interior del país a todas las áreas organizativas, con el fin que puedan dar cumplimiento a sus programas y proyectos en beneficio del fomento y promoción del turismo a nivel nacional. Cabe mencionar especialmente el éxito alcanzado del programa Pueblos Vivos, como estrategia transversal orientada a lograr un posicionamiento para el país a nivel nacional e internacional, en el cual participaron 235 municipios en el año 2014, a todos los cuales fueron visitados durante el proceso de asistencia técnica realizándose más de 800 misiones de transporte para tal fin. Asimismo se han desarrollado visitas a nivel nacional para el desarrollo de nuevos productos turísticos, identificación del inventario territorial turístico, conformación de Comités de Desarrollo Turístico, jornadas de capacitación, entre otras acciones. Todo este apoyo se ha realizado con una flota vehicular de 16 unidades de transporte, lográndose atender 2,178 requerimientos de misiones oficiales durante el período.

## **Almacenamiento virtual de correo y archivos electrónicos**

Con la finalidad de mejorar las comunicaciones informáticas, disponer de una plataforma tecnológica de mayor capacidad de almacenamiento y disponibilidad geográfica, se implementó como una estrategia tecnológica el servicio de correo electrónico institucional alojado de forma virtual, para un mejor desempeño de las actividades institucionales con herramientas de servicio ofimático más eficientes que permitan mejorar la calidad de los servicios brindados por la institución y facilitar a los colaboradores el acceso y utilización de las herramientas tecnológicas.





Salinitas, Sonsonate



## Capacitaciones al personal

El programa de capacitación integral para el desarrollo del personal de la Corporación Salvadoreña de Turismo, constituye un factor de gran importancia para la Institución, pues determina las principales necesidades y prioridades de capacitación de todo el personal. Para la elaboración de dicho programa se realiza un Diagnóstico de necesidades de las diferentes unidades que forman la institución, en el que cada uno de los Gerentes y Jefes de Unidades identificó los diferentes rubros, de acuerdo a la naturaleza de cada puesto, en los que se necesita capacitar al personal para reforzar el rendimiento de estos, enfocados en la mejora continua, principalmente en el logro de los objetivos Institucionales, así como también se busca reforzar aquellas debilidades identificadas en la Evaluación del desempeño.

Contrataciones realizadas por género en el período junio-2014 a mayo-2015:

Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Concepto	Cantidad
1	10	11	9% 91% 100%	Personal contratado	11

Contrataciones de personal período junio-2014 a mayo-2015:

Concepto	Personal activo	Cantidad personal capacitado	Porcentajes de capacitado
Personal capacitado	99	88	89%

### Entre los temas impartidos podemos mencionar:

1.	Ley de acceso a la información pública.
2.	Buenas prácticas usando equipo informático.
3.	Administradores de contratos LACAP.
4.	Seguimiento y mejora del sistema de gestión de calidad de CORSATUR.
5.	Manejo de sistema de bodega.
6.	Manejo de programa Office 365.
7.	Cursos de Inglés.
8.	Interpretación de estados financieros.
9.	Técnicas de actualización de análisis de información financiera.
10.	Finanzas para no financieros.
11.	Auditorías Internas de calidad.
12.	Manejo de juntas directivas.
13.	Estadísticas de calidad.
14.	Gerencia de proyectos.
15.	Administración de proyectos.
16.	Microsoft Project 2013.
17.	Seguimiento y mejora del sistema de gestión de calidad de CORSATUR.
18.	Mapeo de la cadena de valor e indicadores de gestión de procesos.
19.	Formación de auditores internos de calidad ISO 9001:2008 e ISO 19011:2011.
20.	Auditor líder integrado en sistemas de gestión ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.
21.	Microsoft Excel nivel avanzado.
22.	Taller de marca país.







# CAPÍTULO IX

## CONTRATACIONES Y ADQUISICIONES

---









# ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES

Durante el período del 1° de Junio de 2014 al 31 de Mayo de 2015, se realizaron diversos procesos de adquisiciones y contrataciones de Obras, Bienes y Servicios, en las diferentes modalidades de adquisición incluyendo prorrogas, entre ellas, 4 Licitaciones Abiertas por un monto de \$9515,557.50, 9 Licitaciones Públicas por un monto de \$1238,579.14, 22 Contrataciones Directas por un monto de \$11,686.85, 130 Procesos Libre Gestión por un monto de \$1561,638.52 y 4 Modificaciones a Contratos por un monto de \$651,709.85, cifras que se reflejan en la Gráfica No. 1, siendo el de la modalidad de compra las licitaciones abiertas de mayor peso debido a que son adjudicaciones que contribuyen a la Misión de CORSATUR que es de "Promocionar permanentemente a El Salvador, a nivel nacional e internacional, como un destino turístico, coordinadamente con los diferentes actores del sector".

Gráfica No. 1: Adquisiciones y contrataciones (1 ° de junio de 2014 al 31 de mayo de 2015)







Palacio Municipal, Santa Tecla





# CAPÍTULO X

## GESTIÓN FINANCIERA Y EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

---







# GESTION FINANCIERA Y EJECUCION PRESUPUESTARIA

## Presupuesto Asignado Junio 2014 – Mayo 2015

Corporación Salvadoreña de Turismo. Presupuesto Asignado del 1 de Junio al 31 de Diciembre de 2014	
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Fondo General</b>	
51- Remuneraciones	\$1091,728.57
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$156,571.35
61- Inverisiones en Activos Fijos	\$240.00
Subtotal	\$1248,539.9
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Contribución Especial</b>	
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$6144,824.02
55 - Gastos Financieros y Otros	\$66,275.00
56 - Transferencias Corrientes	\$107,030.00
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$101,543.72
61 - Proyectos de Inversión	\$102,792.00
Subtotal	\$6522,464.74
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Recursos Propios</b>	
51 - Remuneraciones	\$41,926.78
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$208,978.39
55 - Gastos Financieros y Otros	\$55,555.28
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$47,504.13
Subtotal	\$353,964.58
<b>TOTAL</b>	<b>\$8124,969.24</b>

Fuente - Sistema SAFI; Reporte: Control del Crédito Presupuestario

Corporación Salvadoreña de Turismo. Presupuesto Asignado del 1 de Enero al 31 de Mayo de 2015	
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Fondo General</b>	
51- Remuneraciones	\$751,209.46
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$156,065.00
61- Inverisiones en Activos Fijos	\$6,300.00
Subtotal	\$913,574.46
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Contribución Especial</b>	
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$4489,214.15
55 - Gastos Financieros y Otros	\$350.00
56 - Transferencias Corrientes	\$107,000.00
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$233,200.00
Subtotal	\$4829,764.15
RUBRO	PRESUPUESTO
<b>Recursos Propios</b>	
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$138,801.20
55 - Gastos Financieros y Otros	\$134,640.00
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$26,400.00
Subtotal	\$299,841.20
<b>TOTAL</b>	<b>\$6043,179.81</b>

Fuente - Sistema SAFI; Reporte: Control del Crédito Presupuestario



## Ejecución Presupuestaria periodo Junio 2014- mayo 2015

<b>Corporación Salvadoreña de Turismo. Presupuesto Asignado del 1 de Junio al 31 de Diciembre de 2014</b>			
RubroA	signado	Ejecutado	% Ejecución
<b>Fondo General</b>			
51 - Remuneraciones	\$1091,728.57	\$1011,542.66	93%
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$156,571.35	\$156,571.35	100%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$240.00	\$240.00	100%
Subtotal	\$1248,539.	\$1168,354.01	94%
<b>Contribución Especial</b>			
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$6144,824.02	\$5908,309.02	96%
55 - Gastos Financieros y Otros	\$66,275.00	\$37,575.00	57%
56 - Transferencias Corrientes	\$107,030.00	\$106,129.10	99%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$101,543.72	\$94,260.18	93%
61 - Proyectos de Inversión	\$102,792.00	\$100,439.56	98%
Subtotal	\$6522,464.74	\$6246,712.86	96%
<b>Recursos Propios</b>			
51 - Remuneraciones	\$41,926.78	\$25,429.40	61%
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$208,978.39	\$154,895.68	74%
55 - Gastos Financieros y Otros	\$55,555.28	\$51,956.10	94%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$47,504.13	\$34,832.78	73%
			75%
<b>TOTAL</b>	<b>\$8124,969.24</b>	<b>\$7682,180.83</b>	<b>95%</b>

Fuente - Sistema SAFI; Reporte: Control del Crédito Presupuestario

<b>Corporación Salvadoreña de Turismo. Presupuesto Asignado del 1 de Enero al 31 de Mayo de 2015</b>			
RUBRO	Asignado	Ejecutado	% Ejecución
<b>Fondo General</b>			
51 - Remuneraciones	\$751,209.46	\$682,533.79	91%
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$156,065.00	\$126,946.18	81%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$6,300.00	\$0.00	0%
Subtotal	\$913,574.46	\$809,479.97	89%
<b>Contribución Especial</b>			
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$4489,214.15	\$2320,612.42	52%
55 - Gastos Financieros y Otros	\$350.00	\$0.00	0%
56 - Transferencias Corrientes	\$107,000.00	\$0.00	0%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$233,200.00	\$0.00	0%
Subtotal	\$4829,764.15	\$2320,612.42	48%
<b>Recursos Propios</b>			
54 - Adquisiciones de Bienes y Servicios	\$138,801.20	\$111,846.26	61%
55 - Gastos Financieros y Otros	\$134,640.00	\$42,580.73	74%
61 - Inversiones en Activos Fijos	\$26,400.00	\$970.67	94%
Subtotal	\$299,841.20	\$155,397.66	52%
<b>TOTAL</b>	<b>\$6043,841.20</b>	<b>\$3285,490.05</b>	<b>54%</b>

Fuente - Sistema SAFI; Reporte: Control del Crédito Presupuestario

NOTA: En el primer semestre del 1 de junio al 31 de diciembre de 2014 la ejecución presupuestaria fue al 95%.  
Del 1 enero al 31 de mayo 2015, la ejecución fue de 54%, debido a programación de desembolso y al flujo de caja.  
Para el año fiscal 2014 (1 de enero al 31 de diciembre de 2014 esta fue del 96%).



## Principales Inversiones realizadas Inversiones Intangibles

Como parte de las Inversiones Intangibles, se adquirió en el período reportado de junio 2014 a mayo 2015, la cantidad de US\$45,719.85 dólares por compra de software (Licencias y Antivirus) para la protección del equipo de cómputo y la adquisición de seguros para los bienes institucionales y para personas en fianzas, según detalle siguiente:

INVERSIONES INTANGIBLES			
Seguros de Bienes y Personas	jun/14 mayo/15		\$36,139.47
Licencias Microsoft Project 2013 OLP NL Gobierno Versión Español	29/09/2014	3	\$1,919.73
Licenciamiento de Office 365 Plan El Open Shrdsvr SubsVL OLP NL annual Gov Qlfd para gobierno	09/12/2014	100	\$7,449.55
Licenciamiento de Office 365 Plan E3 Open Shrdsvr SubsVL OLP NL annual Gov Qlfd para gobierno	09/12/2014	1	\$211.11
TOTAL INVERSIÓN			\$45,719.86

## Inversiones en Existencias

Durante el periodo de junio 2014 a mayo 2015 se ha mantenido en Inversiones en Existencias un stock de material promocional, artículos de oficina y alimentación, para atender el funcionamiento de las oficinas institucionales para contribuir a la promoción del país por lo que se presenta el saldo del inventario final del período reportado así:

EXISTENCIAS INSTITUCIONALES		
Año	2014	marzo 2015
Productos Alimenticios Agropecuarios y Forestales	\$ 661.14	\$ 853.79
Productos Textiles y Vestuario	\$ 16,251.10	\$ 14,986.66
Materiales de Oficina, Productos de Papel e Impresos	\$ 225,624.03	\$ 187,659.94
Productos de Cuero y Caucho	\$ 4,614.44	\$ 4,614.44
Combustibles y Productos Químicos	\$ 34,479.47	\$ 25,602.48
Materiales de Uso y Consumo Diverso y Metales Metálicos	\$ 16,933.22	\$ 16,537.00
Bienes de Uso y Consumo Diverso	\$ 29,492.84	\$ 18,905.63
TOTAL INVERSIÓN	\$ 328,056.24	\$ 269,159.94

## Inversiones en bienes de Uso (Bienes Inmuebles)

Para el periodo reportado de junio 2014 a mayo 2015 la Corporación no ha hecho inversiones en bienes inmuebles propios que afecten las cifras del Estado de Situación Financiera, sin embargo se mantiene y las cifras al 31 de diciembre de 2014 es así:

-Valor en libros para las edificaciones	\$10,172,844.33
-Valor en libros para los terrenos	\$ 2,731,378.57
Total	\$12,904,222.90

## Inversiones en bienes de Uso (Bienes muebles)

Durante el periodo de junio 2014 a mayo 2015 se realizaron Inversiones en Bienes Muebles donde se adquirió maquinaria y equipos diversos por valor de \$49,353.11 dólares según el siguiente detalle:

INVERSION EN BIENES MUEBLES			
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Equipo de aire acondicionado para el Edificio de la Fuerza Naval	19 / jun / 2014	1	\$20,413.45
Proyector marca Epson Powerlite 99 vv 3000 lumens	20 / jun / 2014	1	\$928.80
Minisplit con capacidad de 2 toneladas y flujo de aire P/Puerto de La Libertad	19 / ago / 2014	1	\$1,699.99
TOTAL			\$23,042.24
Equipo Informático			
Computadora de escritorio Desktop HF monitor Led de 16.5 pulg.	10 / jun / 2014	1	\$2,200.00
Computadora de escritorio con requerimiento adicional	25 / sep / 2014	11	\$13,274.34
Laptop Lenovo Thinkpad mix 2 pantalla touch	3 / nov / 2014	1	\$1,106.19
TOTAL			\$16,580.53
Mobiliario			
Credenza Runway con 2 repisas abiertas	25 / ago / 2014	1	\$645.14
Backing con mesa y otomano, impresión full color estructura de araña	24 / nov / 2014	1	\$1,152.60
Backing con mesa y otomano, impresión full color (una sola cosa)	9 / dic / 2014	6	\$6,915.60
Backing con mesa y otomano, impresión full color , 6 paneles rectos tipo araña	9 / dic / 2014	1	\$1,017.00
TOTAL			\$9,730.34
TOTAL INVERSIÓN			\$49,353.11



## Inversiones en Proyectos

Las inversiones en proyectos para el periodo reportado son el producto de acciones encaminadas al mejoramiento de los servicios turísticos en el país, lo que se traducirá en una ampliación de la oferta turística a nivel nacional, también como un eje fundamental el concurso Pueblos Vivos dio como resultado un realce de la imagen del turismo a nivel nacional, del cual se deriva la ejecución de proyectos de inversión turística por concepto de entrega de premios a los municipios ganadores, el monto invertido en proyectos fue por la suma de US\$169,280.00 dólares, según el siguiente detalle:

Código de Identidad del Proyecto	Nombre del Proyecto	Saldo al 31 de Diciembre 2014
5965	Mejoramiento de la imagen urbanística de la Costa del Sol, municipio de San Pedro Masahuat (Fase I y II)	\$102,503.85
5968	Mejoramiento de obras de infraestructura turística en el Parque de la Familia en la ciudad de La Unión.	\$15,000.00
5990	Mejoramiento de la imagen turística del Cerro de las Pavas, municipio de Cojutepeque	\$51,776.15
Saldo al 31 / 12 / 2014		\$ 169,280.00

## Otros

Así también cabe mencionar que durante el periodo de junio 2014 a mayo 2015 se hizo una fuerte inversión del presupuesto en Mantenimientos preventivos y correctivos a Infraestructura de la Corporación, en diferentes lugares así: en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, incluyendo las Plantas de Tratamiento del Agua y su Administración, Mantenimientos preventivos y correctivos a la Infraestructura del Parque El Boquerón, y a los Observatorios Turísticos situados a lo largo y ancho del territorio nacional, todos estos esfuerzos realizados por la Corporación enfocados con una visión social y de mejora del Turismo a nivel Nacional.

Una de las funciones institucionales de la Corporación es fortalecer las diferentes acciones de promoción turística a nivel nacional e internacional a través de Campañas de Publicidad para la sensibilización y promoción turística de El Salvador, así como también se potencia la realización de eventos varios e impresión de material promocional como mapas, brochures, y otros para las temporadas de Semana Santa, fiestas Agustinas y fiestas Navideñas, siendo la inversión en la Publicidad la mayor dentro del presupuesto institucional.

Durante el periodo comprendido del 1 de junio al 31 de diciembre 2014, como parte del que hacer institucional se

llevó a cabo la realización de diversos eventos enfocados en el fomento y promoción del turismo en el país, del cual uno de los principales es el evento Pueblos Vivos, el cual ayuda a potenciar a los municipios participantes, mismos que se les hizo entrega de material promocional y del cual se derivan proyectos de inversión para los municipios ganadores, logrando de esta manera una inversión social que se traduce en mejora para los municipios que creen y apoyan al turismo salvadoreño.

## Situación Patrimonial

Los estados Financieros son responsabilidad de la administración de CORSATUR, los cuales están preparados con base al cumplimiento de normas de Contabilidad Gubernamental vigentes y en cumplimiento con las disposiciones legales y técnicas que rigen a las instituciones gubernamentales, con el fin de presentar razonable y transparentemente la situación financiera.

Los estados financieros en conjunto permiten mostrar los resultados de la gestión financiera en los recursos presupuestarios y su eficiente utilización, así como también el efecto en los Recursos y Obligaciones, en los Ingresos y Gastos, cuya integración afecta directamente la Situación Patrimonial de la institución y sus flujos de Efectivo, en el ejercicio fiscal, así mismo se encuentran auditados hasta el 31 de diciembre de 2013.



# ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA



**CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO  
CORSATUR  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014  
(EN DÓLARES DE LOS EE.UU. DE NORTE AMÉRICA)**



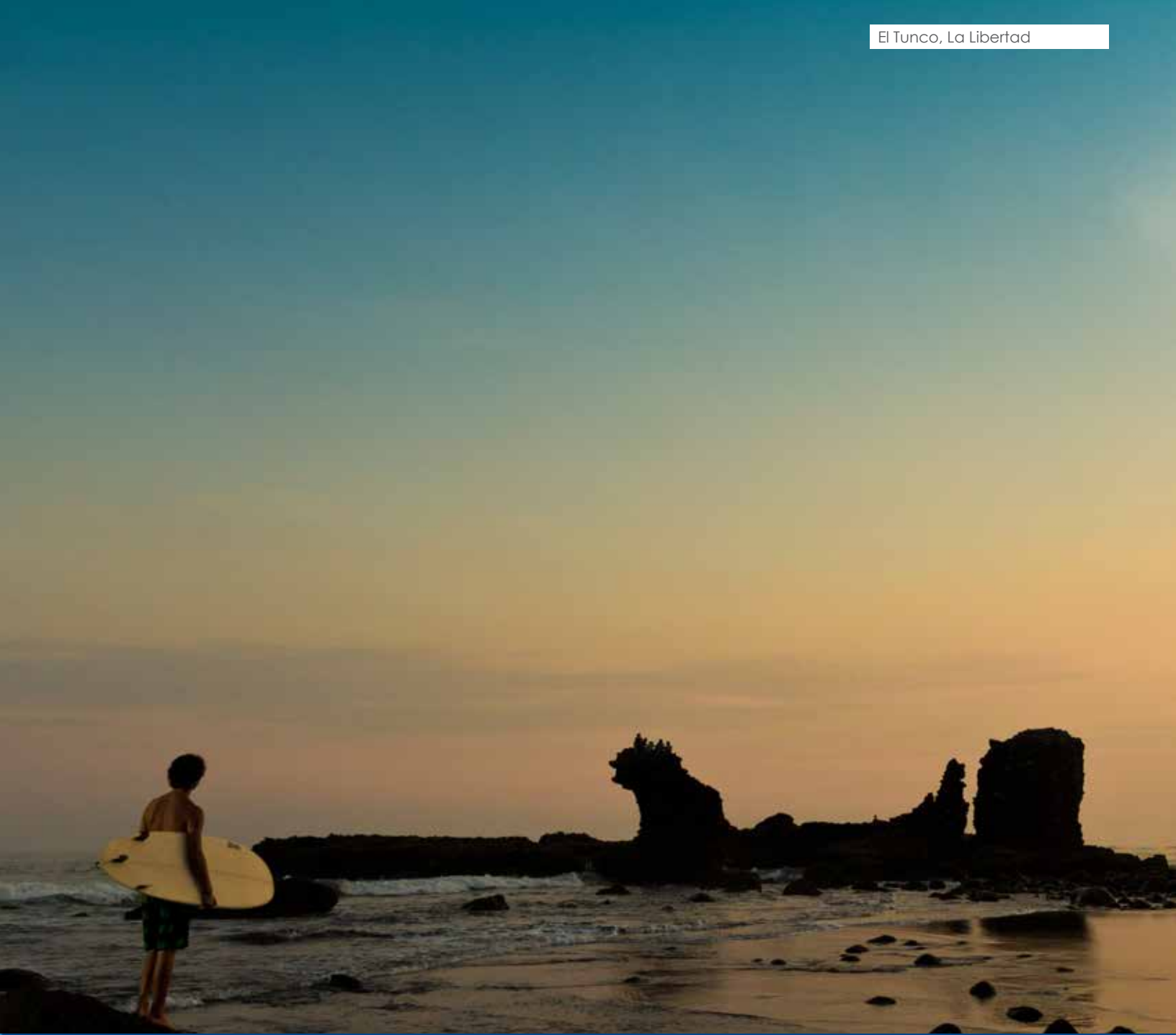
RECURSOS		OBLIGACIONES	
<b>FONDOS</b>			
<i>DISPONIBILIDADES</i>	\$ 233,774.40	<b>DEUDA CORRIENTE</b>	\$ 15,197.53
BANCOS COMERCIALES	\$ 233,738.26	<i>DEPÓSITOS POR TERCEROS</i>	\$ 15,197.53
FONDOS DEPOSITOS EN TESORO PUBLICO	\$ 36.14	<b>DEPÓSITOS AJENOS</b>	\$ 15,197.53
	\$ 8,533.39		
<i>ANTICIPOS DE FONDOS</i>			
ANTICIPOS A EMPLEADOS	\$ -	<b>FINANCIAMIENTO DE TERCEROS</b>	\$ 4445,294.58
ANTICIPOS POR SERVICIOS	\$ 6.39	<i>ACREEDORES FINANCIEROS</i>	\$ 4445,294.58
ANTICIPOS A CONTRATISTAS	\$ 8,527.00	ACREEDORES MONETARIOS POR PAGAR	\$ 4445,294.58
	\$ 4408,302.30		
<b>INVERSIONES FINANCIERAS</b>			
<i>DEUDORES FINANCIEROS</i>	\$ 4408,302.30	<b>PATRIMONIO ESTATAL</b>	\$ 13914,556.12
CREDITO FISCAL	\$ 489.96	<i>PATRIMONIO</i>	\$ 14078,596.86
DEUDORES MONETARIOS POR PERCIBIR	\$ 4407,812.34	PATRIMONIO INSTITUCIONES DESCENTRALIZADAS	\$ 9024,101.65
	\$ 23,175.88	DONACIONES Y LEGADOS BIENES CORPORALES	\$ 1801,460.40
<i>INVERSIONES EN INTANGIBLES</i>		RESULTADO EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 1198,242.80
DERECHOS DE PROPIEDAD INTANGIBLE	\$ 167,974.37	SUPERAVIT POR REVALUACIÓN (DE INMUEBLES)	\$ 2054,792.01
(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	\$ (144,798.49)	RESULTADO DEL EJERCICIO (DICIEMBRE 2014)	\$ (164,040.74) \$ (164,040.74)
	\$ 328,056.24		
<b>INVERSIONES EN EXISTENCIAS</b>			
<i>EXISTENCIAS INSTITUCIONALES</i>	\$ 328,056.24		
PRODUCTOS ALIMENTICIOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES	\$ 661.14		
PRODUCTOS TEXTILES Y VESTUARIOS	\$ 16,251.10		
MATERIALES DE OFICINA, PRODUCTOS DE PAPEL E IMPRESOS	\$ 225,624.03		
PRODUCTOS DE CUERO Y CAUCHO	\$ 4,614.44		
PRODUCTOS QUÍMICOS, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	\$ 34,479.47		
MINERALES Y PRODUCTOS DERIVADOS	\$ 231.59		
MATERIALES DE USO O CONSUMO	\$ 16,701.63		
BIENES DE USO Y CONSUMO DIVERSO	\$ 29,492.84		
	\$ 13366,126.02		
<b>INVERSIONES EN BIENES DE USO</b>			
<i>BIENES DEPRECIABLES</i>	\$ 10634,747.45		
BIENES INMUEBLES - EDIFICACIONES	\$ 11956,103.10		
EQ. DE TRANSPORTE, TRACCIÓN Y ELEVACIÓN	\$ 469,519.45		
MAQUINARIA, EQUIPO Y MOBILIARIO DIVERSO	\$ 773,297.91		
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ (2564,173.01)		
<i>BIENES NO DEPRECIABLES</i>	\$ 2731,378.57		
BIENES INMUEBLES - TERRENOS	\$ 2731,378.57		
	\$ 7,080.00		
<b>INVERSIONES EN PROYECTOS Y PROGRAMAS</b>			
<i>INVERSIONES EN BIENES PRIVATIVOS</i>	\$ 7,080.00		
COSTOS ACUMULADOS DE LA INVERSIÓN	\$ 7,080.00		
<i>INVERSIONES EN BIENES DE USO PUBLICO</i>	\$ -		
COSTOS ACUMULADOS DE LA INVERSIÓN	\$ 169,280.00		
(-) APLICACIÓN INVERSIONES PUBLICAS	\$ (169,280.00)		
<b>TOTAL DE RECURSOS</b>	<b>\$ 18375,048.23</b>	<b>TOTAL DE OBLIGACIONES Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 18375,048.23</b>

Lic. José Napoleón Duarte Díaz  
Director Presidente

Lic. Ronald Gobani Rivas Almaraz  
Gerente Financiero

Licda. Karla Miriam Sola de Juárez  
Contador General Ad-honorem







An aerial photograph of a multi-lane highway interchange with several cars and trucks. The highway is surrounded by green fields and some buildings in the distance. A large blue fabric texture is overlaid on the left side of the image. A white rectangular box is centered over the highway, containing the word 'ANEXOS' in blue capital letters, followed by a horizontal blue line.

# ANEXOS

---







## METODOLOGÍA

### Metodología del proceso de elaboración del informe de rendición de cuentas

La metodología utilizada para el desarrollo del informe de rendición de cuentas para el período de junio 2014 mayo 2015, inició a partir de la instrucción de elaborar dicho informe. Para ello, se asistió a reuniones informativas realizadas por la Secretaría de Transparencia, que permitió contar con una serie de documentos que finalmente se utilizaron como base para proponer directrices de elaboración de la guía para orientar su desarrollo.

La elaboración de dicho informe se dividió en doce grandes pasos:

**Paso 1.** Elaboración de guía o formato: consistió en construir una guía dirigida a las unidades, para la preparación de sus respectivos informes. Esta contempla la estructura del informe, la forma de presentación, cuerpo del trabajo, títulos, tipografía, enumeración, cuadros, gráficas, recuadros, mapas y pie de página.

**Paso 2.** Nombramiento de una comisión a través de acuerdo de Junta Directiva: que emitió un compromiso de conformación de la comisión, siendo su principal función recopilar los insumos para la elaboración del informe de Rendición de Cuentas.

**Paso 3.** Elaboración de matriz de planificación: consiste en detallar las actividades más importantes, que inician desde las reuniones de planificación, recopilación de insumos hasta la presentación final del informe.

**Paso 4.** Elaboración de cronograma de actividades detallando paso a paso cada una de ellas con sus respectivas fechas de ejecución.

**Paso 5.** Elaboración de presupuesto: Inversión de recursos en la impresión del documento, revisión de estilo y preparación del evento, identificando la fuente de recursos; para tal efecto se consideró necesario elaborar términos de referencia para la contratación del servicio

**Paso 6.** Recopilación de insumos: Cada unidad preparó la información solicitada de acuerdo a su competencia.

**Paso 7.** Revisión y validación de información recibida: la comisión y la Gerencia General revisa los informes que cada unidad preparó.

**Paso 8.** Elaboración de documento final: La comisión elabora el documento final con los insumos enviados por cada unidad.

**Paso 9.** Revisión de documento por la Gerencia General: Crítica el documento en general

**Paso 10.** Incorporación de observaciones al informe: La comisión incorpora las observaciones al informe

**Paso 11.** Revisión de estilo del documento: consiste en entregar el documento a la persona contratada para realizar este servicio.

**Paso 12.** Impresión del documento: se entrega el documento para impresión a la empresa contratada para este fin, respetando lo estipulado en los términos de referencia.





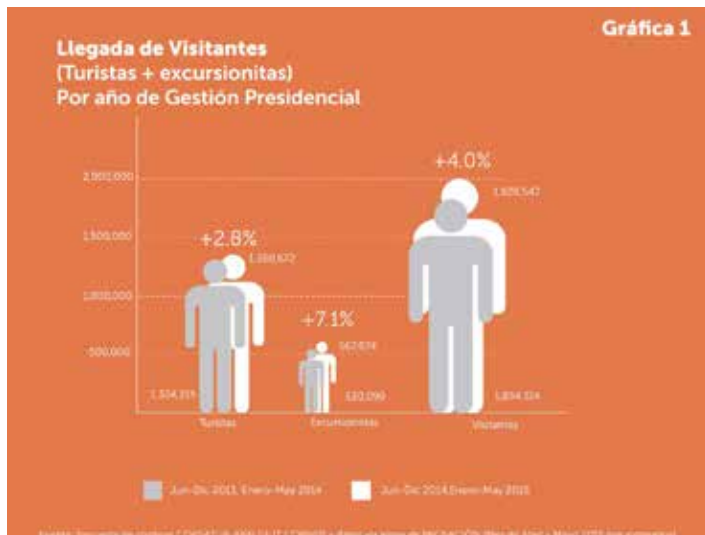


## Llegada de visitantes Internacionales

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en un 4.0% en el presente año de gestión (junio-diciembre 2014 a enero-mayo 2015) comparado con el mismo período del año anterior (junio-diciembre 2013- enero-mayo 2014) hasta alcanzar los 1.9 Millones de visitantes, según investigaciones realizadas por CORSATUR.

Para el presente año de gestión, el grupo más importante son los turistas ya que estos representaron el 70.6% del total de visitantes, siendo los que pernoctaron por lo menos una noche, el resto 29.4% fueron visitantes de un solo día, lo que se conoce como excursionistas.

En el gráfico 1, muestra un comparativo de llegada de visitantes a El Salvador durante los últimos dos años de gestión clasificados como turista, excursionistas y visitantes con sus respectivos crecimientos.



## Llegada de turistas por vía utilizada (aérea y terrestre)

Las fronteras terrestres son la principal vía de ingreso del turismo salvadoreño, en el presente año de gestión 748,370 turistas utilizaron esta vía para ingresar al país, el resto 612,303, lo hicieron por la vía aérea, específicamente por el Aeropuerto Internacional de El Salvador Oscar Arnulfo Romero y Galdámez (Gráfico 2).

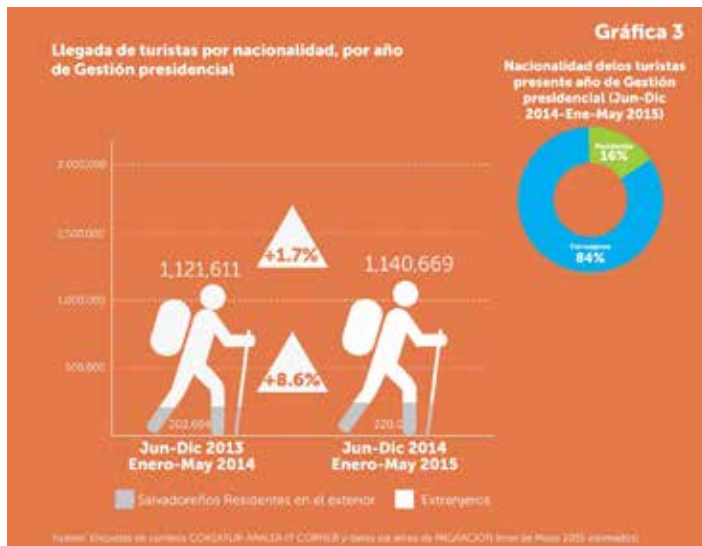
Al comparar el presente año de gestión con el anterior, se observa un incremento del 2.9% de la vía aérea, el por la vía terrestre es del 2.6%,





### Llegada de turistas por nacionalidad (salvadoreños residentes en el exterior y extranjeros)

Con respecto a la nacionalidad de los turistas para el presente año de gestión el 84% (1,140,669 turistas) son extranjeros y el resto 16% (220,003 turistas) son salvadoreños residentes en el exterior. (Gráfico 3 y 3.1)





## Principales mercados

Las llegadas de turistas a El Salvador proceden de cuatro regiones del mundo, siendo sus principales mercados emisores en orden de importancia: Centroamérica (57%), Norteamérica (36%), Suramérica (3%), Europa (3%) y otros países del mundo (1%). (Gráfico 4)

**Centroamérica:** Es uno de los principales mercados para El Salvador ya que durante el presente año de gestión su participación fue del 57.2 % del total de llegadas de turistas, cabe destacar que la mayoría de turistas proceden del país de Guatemala, Honduras y Nicaragua. (Tabla 1 y gráfico 4)

**Norteamérica:** Esta región mantiene el segundo lugar de participación dentro del mercado 36.3%, cabe destacar que la mayor parte de los turistas provienen de Estados Unidos y Canadá. (Tabla 1 y gráfico 4)

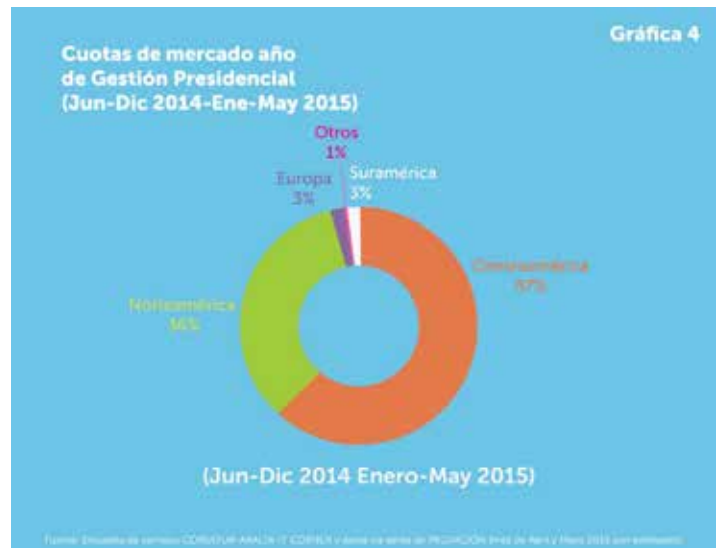
**Suramérica:** Su participación es del 3.2% , la mayoría de turistas procedentes de esta región son de Colombia, Perú y Brasil. (Tabla 1 y gráfico 4)

**Europa:** Su participación es del 2.5%, la mayoría de turistas son procedentes de España, Alemania, Francia e Italia. El crecimiento durante los años 4 y 5 fue de 13.8% (Tabla 1 y gráfico 4)

**Resto del Mundo:** La participación es del 1%, esta región está representada por Caribe, África, Asia Oriental y Meridional y Oceanía. (Tabla 1 y gráfico 4)

Tabla 1

Regiones	Jun-Dic 2013 Enero-May 2014	Jun-Dic 2013 Enero-May 2014	Participación
Centroamérica	748,039	778,229	57.2%
Norteamérica	484,710	493,319	36.3%
Europa	46,510	43,547	3.2%
Sur América	32,441	31,038	2.3%
Otros	12,515	14,539	1.1%
Total	1,324,215	1,360,672	100.0%



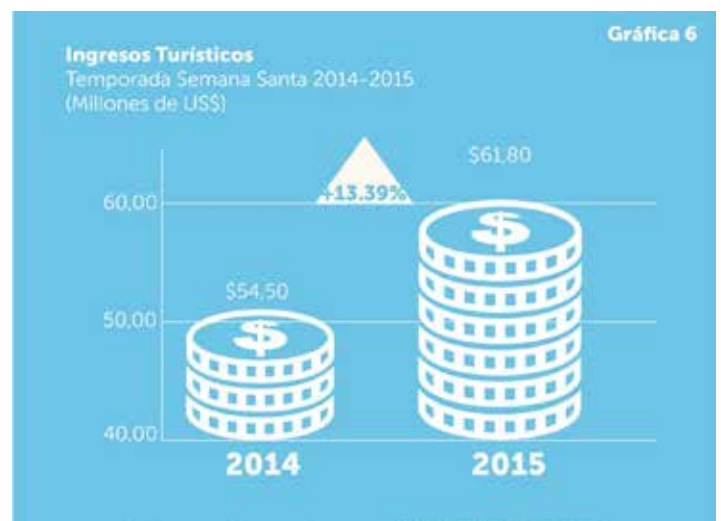


## Temporadas vacacionales

en El Salvador son bien importantes pues favorecen a que el turismo crezca considerablemente. En las épocas de Semana Santa, agosto y navidad.

## Semana Santa

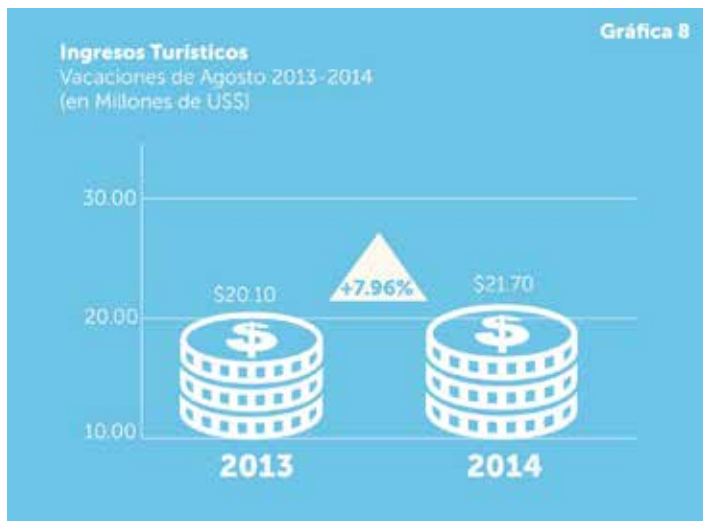
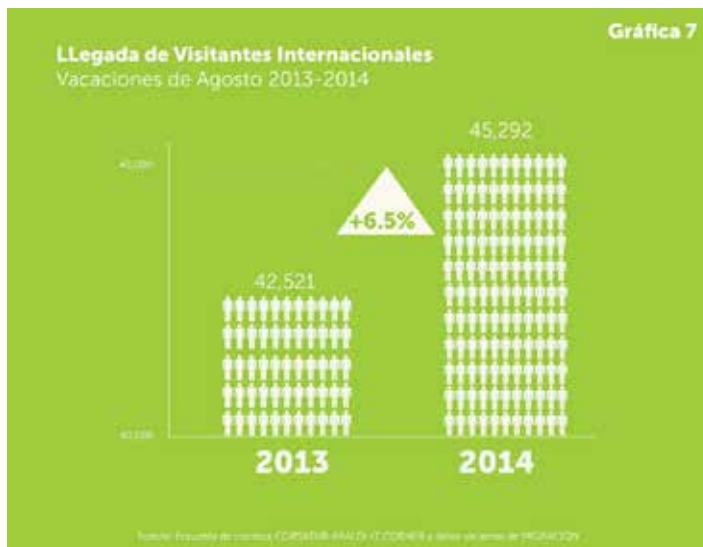
Esta temporada repunto con un crecimiento del 5.0% durante el año 2015, comparado con 2014 (Gráfico 5). Con respecto a los ingresos turísticos estos crecieron en 13.39% con respecto al año 2014. (Gráfico 6)





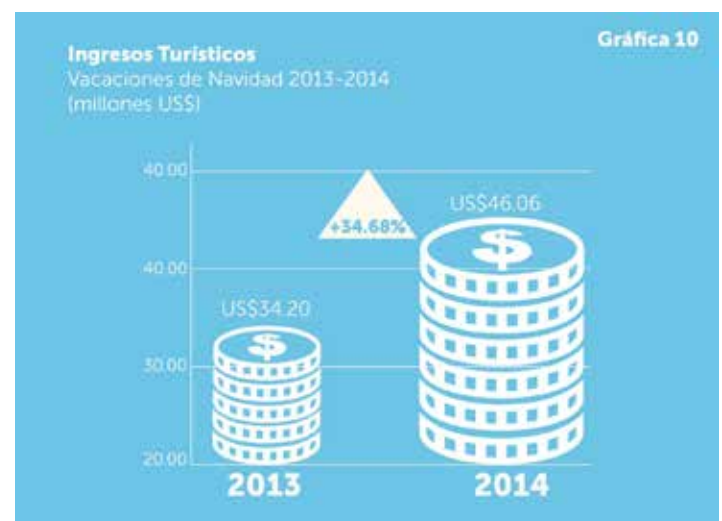
## Vacaciones de agosto

La llegada de visitantes para esta temporada representó un crecimiento del 6.5% en el año 2014 comparado con el año 2013 (Gráfico 7) los ingresos aumentaron en los mismos períodos 7.96% (Gráfico 8)



## Temporada de vacaciones de navidad

La llegada de visitantes para esta temporada representó un crecimiento del 5.2% en el año 2014 comparado con el año 2013 (Gráfico 9), los ingresos crecieron en 34.68% (Gráfico 10).





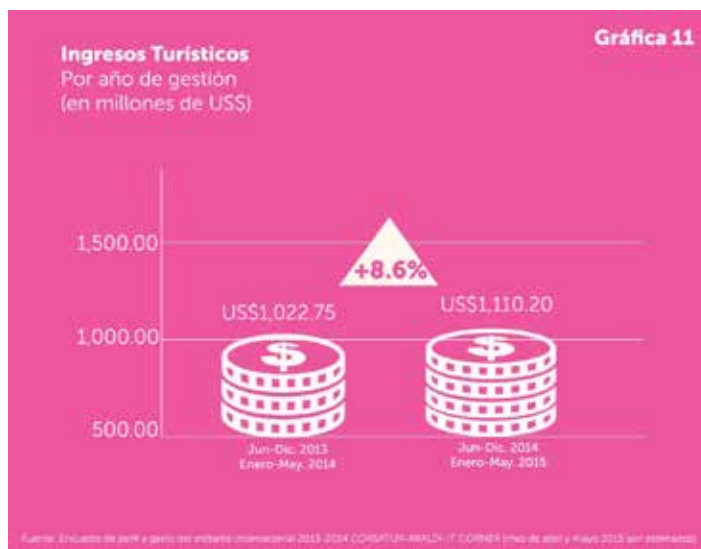
## CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA-SOCIAL

La Encuesta sobre el Gasto y Perfil del Visitante Internacional, es una encuesta que se realiza con el objetivo de obtener el perfil básico de los turistas residentes en el extranjero que visitan el país y de los turistas residentes en El Salvador que viajan a otros países mediante una serie de levantamientos muestrales a través de los cuales se espera obtener las características básicas de los mismos, y determinar el monto total de ingresos y egresos de divisas por concepto de viajes.

Esta encuesta que de manera mensual levanta CORSATUR y cuya elevación se realiza trimestralmente, es una de las fuentes de primera mano que informa sobre la evolución y comportamiento sobre la demanda turística definiendo las características socio económicas de los visitantes, el motivo de la visita del viaje, período y duración de la visita así como el origen y destino del viaje, entre otras variables.

### Ingresos turísticos

Es importante señalar que los ingresos económicos del sector turístico han reflejado incrementos en este período evaluado (jun-dic 2014 a ene-may 2015). En este sentido, las divisas generadas por el flujo de visitantes internacionales, presenta un incremento del (8.6%) con similar período anterior. (Gráfico 11)



### Contribución del ingreso turístico en el PIB

El actual Gobierno salvadoreño ha optado por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas. La participación del sector turístico en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que el año 2014 del total anual del producto interno bruto (PIB) le corresponde el 4.4%, debido a la captación de US\$1,107.4 millones de dólares en ingreso turístico. (Gráfico 12)





## Empleo en las actividades características del turismo

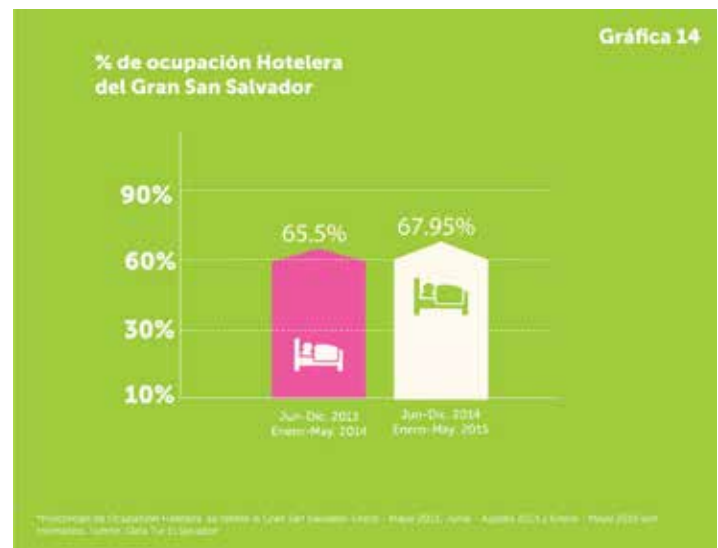
El empleo se mide con base a la información del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) de las actividades turísticas. El promedio del volumen del empleo en el presente año de gestión da cuenta de un crecimiento del 5.5% con respecto al mismo periodo del año anterior, al percibir 49,457 empleos contra 46,886 del año de gestión anterior. (Gráfico 13)



## Oferta y Ocupación Hotelera

La oferta de alojamiento en el año 2014 en El Salvador fue de 465 hoteles con 9,261 habitaciones. El Departamento de San Salvador posee una participación de 110 hoteles y 2,798 habitaciones, que corresponden al 23.7% de la oferta total a nivel nacional.

Según cifras procedentes del Sistema de Data Tour, La ocupación hotelera en el Gran San Salvador para el presente año de gestión fue de 67.95% y para el anterior año fue de 65.5%, lo que significa 2.45 puntos porcentuales más. (Gráfico 14)









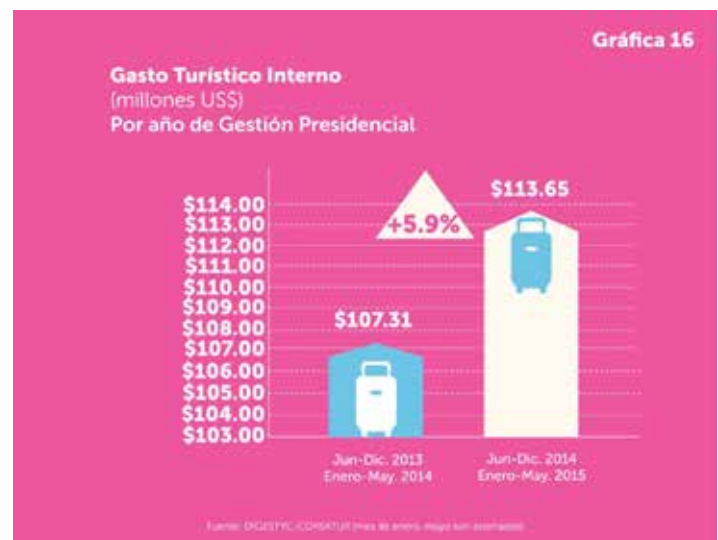
## TURISMO INTERNO

La Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional es la primera investigación nacional que describe los perfiles de viajeros y gastos realizados por los hogares residentes en viajes por turismo dentro y fuera del país.

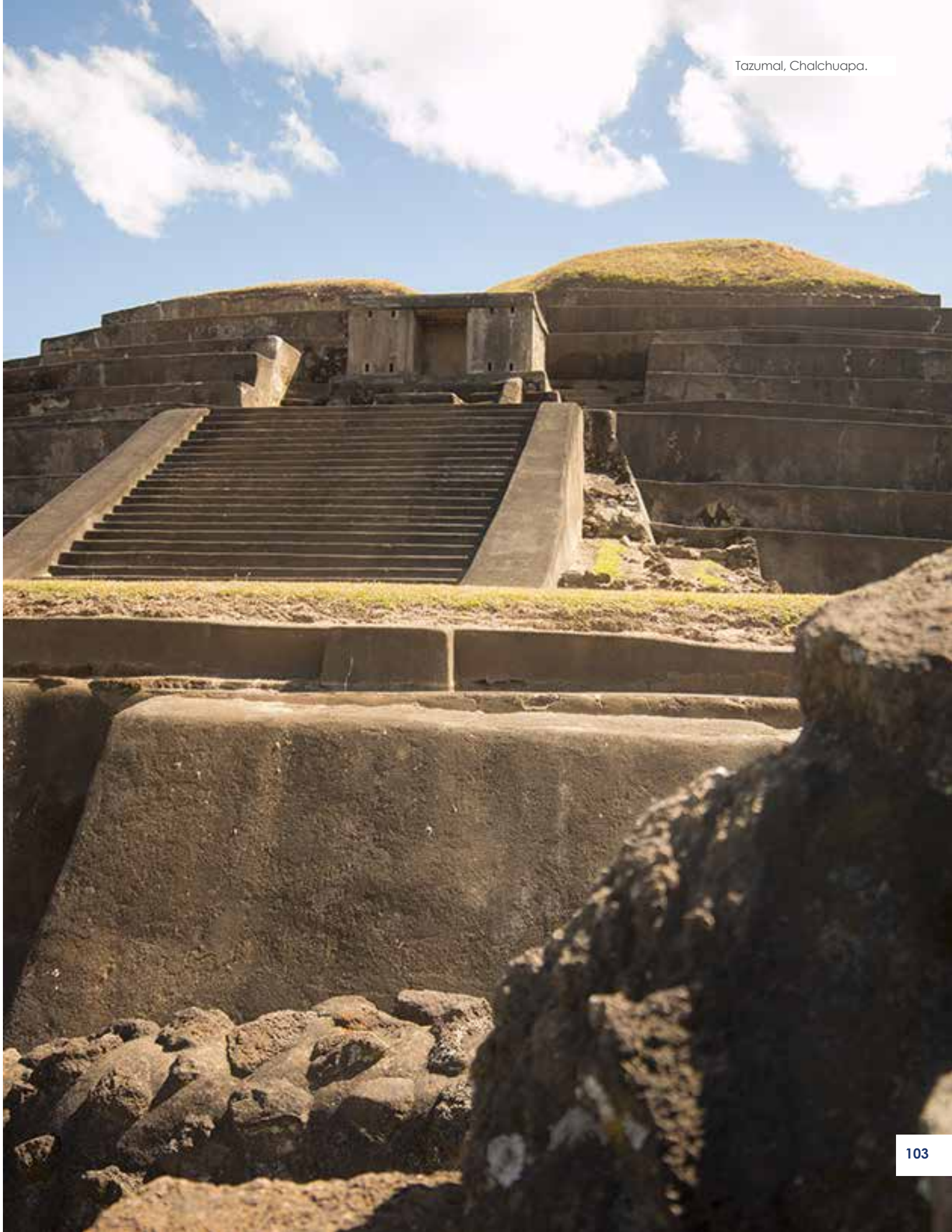
En este contexto, esta investigación tiene por objeto monitorear el impacto de la demanda turística doméstica, a fin de dimensionar su tamaño y determinar sus características socio demográficas y de hábitos de viaje. Una contribución importante a este objetivo ha sido la firma del convenio de Cooperación Interinstitucional entre Ministerio de Economía, Banco Central de Reserva, CORSATUR y Ministerio de Turismo. En El Salvador se desarrollan esfuerzos de diversa naturaleza con el fin de optimizar la información estadística disponible, desarrollar indicadores de coyuntura del sector turístico y herramientas para el análisis del impacto de la actividad. Todas estas iniciativas se orientan a la elaboración, en el mediano plazo, de la Cuenta Satélite de Turismo de El Salvador.

### Principales resultados

En el presente año de gestión un total de 6,8 Millones de salvadoreños realizaron viajes de turismo interno en El Salvador, representando un 5.1% de incremento con respecto al mismo periodo del año anterior y los ingresos fueron de US\$113.5 Millones. Con un aumento del 5.9% con respecto al mismo periodo del año anterior (Gráfico 15 y gráfico 16)











MINISTERIO DE TURISMO  
GOBIERNO DE  
**EL SALVADOR**  
UNÁMONOS PARA CRECER



[www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel)

