

# INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

2015 -2016





## CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO



### Colofón

Coordinación: Lic. José Napoleón Duarte Durán y Arq. Rhina Reyes

Contenido: Gerencia y Unidades de CORSATUR

Edición: Ing. Juan Miranda, Lic. Marina de Hernández, Lic. Alicia Aragón, Lic. Sury Velasco, Lic. Ingrid Zúniga,  
Lic. Esteban Umaña, Lic. Jorge Castro y Lic. Ronal Rivas

Diagramación: Agencia de publicidad Lemusimún

500 ejemplares digitales 2016.



## CAPITULO

	Presentación	Pag. 4
	Resumen ejecutivo	Pag. 7
I.	Estructura organizacional	Pag. 13
II.	Acciones relevantes	Pag. 17
III.	Eventos	Pag. 75
IV.	Capacitaciones y asistencia técnica	Pag. 87
V.	Carpetas técnicas y proyectos en proceso	Pag. 93
VI.	Productos turísticos	Pag. 103
VII.	Reconocimientos	Pag. 107
VIII.	Documentos producidos	Pag. 111
IX.	Acciones administrativas	Pag. 117
X.	Contrataciones y adquisiciones celebradas	Pag. 121
XI.	Gestión financiera y ejecución presupuestaria	Pag. 125
	Anexos	Pag. 133

1. Estado situación financiera corsatur
2. Metodología del proceso de elaboración del informe de rendición de cuentas
3. Informe estadístico



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

## PRESENTACIÓN







**Cerro del Pital, Chalatenango**

Actualmente el turismo en El Salvador 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 se presenta sintetiza la ejecución de planes de trabajo realizados durante el período junio 2015 a mayo 2016, con el propósito de darlo a conocer al Gobierno Central, a la industria turística y la población salvadoreña en general.

Dicho documento ha sido elaborado siguiendo el espíritu de la ley de acceso a la información pública, la cual tiene como objeto garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública; 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 la gestión 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 2015 a mayo 2016.

Las autoridades y los colaboradores de CORSATUR hacen de este informe una 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.

Agradecemos 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**  
**Ministro de Turismo**



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

## RESUMEN EJECUTIVO

Golfo de Fonseca, La Unión

A wide-angle landscape photograph of the Golfo de Fonseca in La Unión. The foreground is dominated by dense, vibrant green tropical vegetation, including various types of trees and shrubs. In the middle ground, a large, rounded island with a white sandy beach is visible in the turquoise water. The background shows a hazy blue sky and distant landmasses on the horizon. The overall scene is bright and clear, suggesting a sunny day.



## RESUMEN EJECUTIVO

El informe que se presenta es un instrumento que permite dar a conocer, los logros alcanzados por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), durante el segundo año de gestión, que comprende del 1 de junio 2015 al 31 de mayo 2016. Dicho documento contiene acciones desarrolladas de acuerdo al plan institucional y con los ejes estratégicos del Plan Quinquenal de Desarrollo del Gobierno de El Salvador 2014-2019.

La sostenibilidad y el desarrollo del turismo se reflejan en el crecimiento de la llegada de visitantes internacionales, alcanzando en el segundo año de gestión más de 2 millones de visitantes, y en ingresos turísticos totales \$1,187.05 millones; lo que representa un crecimiento del 4.9% y del 5.1%, respectivamente.

En la temporada de Semana Santa 2016, se obtuvo un récord histórico con la llegada de 107,919 visitantes internacionales, con un incremento del 9.4%, dejando una derrama económica de \$70.42 millones y una ocupación hotelera del 92% en playa.

La participación del turismo en la economía representa el 4.51% del PIB al cierre del año 2015. El empleo es una variable dinamizadora de la economía nacional, que genera oportunidades y prosperidad a las empresas y las familias, para el segundo año de gestión se registran 49,227 empleos formales y más de 300 mil empleos informales en la industria turística.

En los últimos cinco años la estrategia Pueblos Vivos ha logrado posicionar a los municipios, obteniendo grandes crecimientos en el turismo interno, registrándose en un 15% con respecto al año 2015, pasando de 8.2 millones de viajes a más de 9.4 millones. El gasto turístico interno también contabiliza aumentos del 13.3% con respecto al año 2015, siendo el gasto interno de \$128.2 millones de dólares y estimándose alcanzar en el año 2016 \$145.2 millones de dólares.

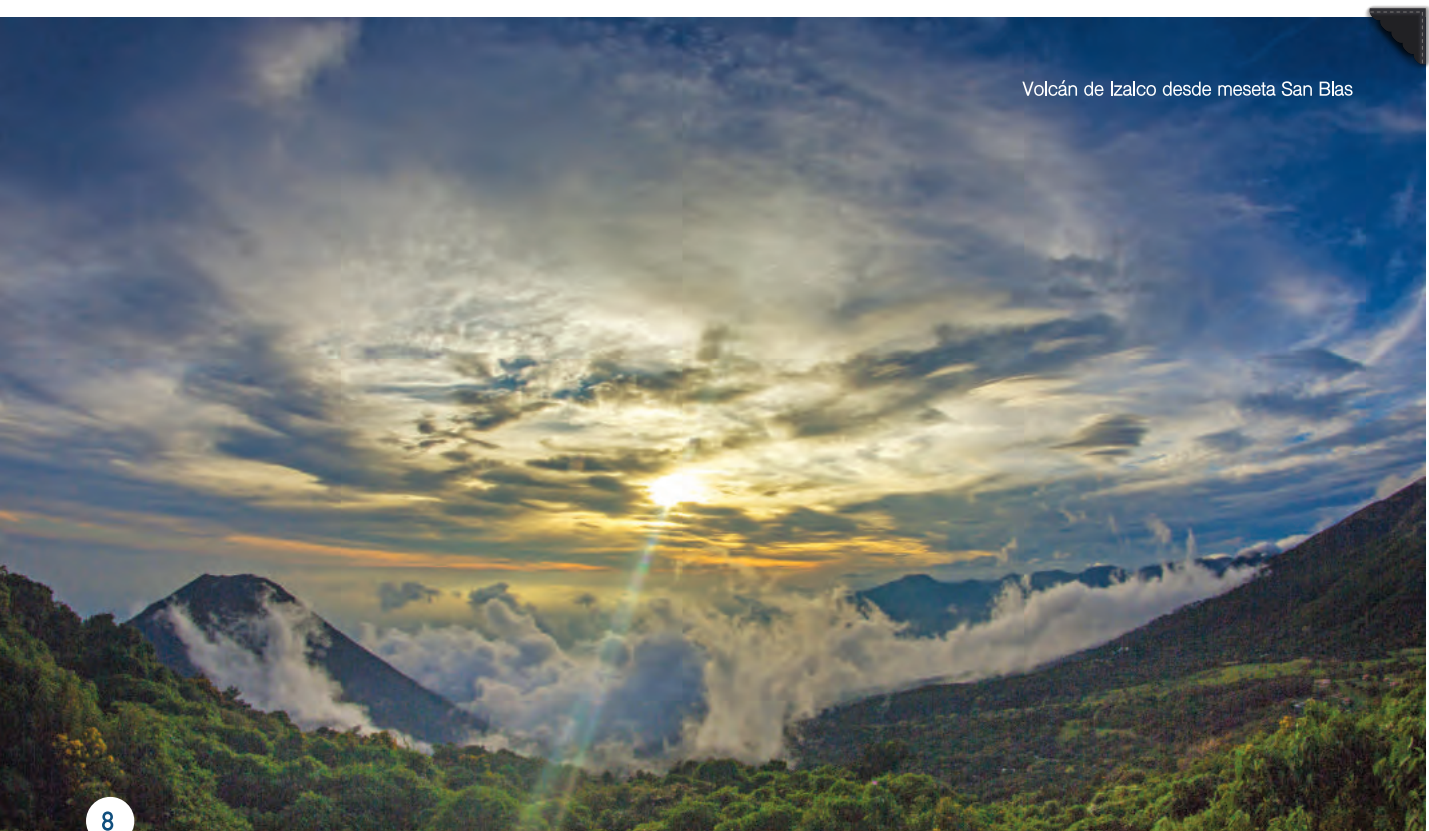
De acuerdo a los ejes estratégicos proyectados en el plan quinquenal de desarrollo y las acciones establecidos en el plan institucional, se han creado programas estratégicos, obteniendo logros importantes en el programa 8x8 en los que destacan:

a) Marca Destino: Posiciona a El Salvador como un destino turístico atractivo y competitivo, bajo este programa se ha participado en 20 ferias internacionales, una rueda de negocios, tres caravanas turísticas, realización de tres campañas nacionales y cinco campañas internacionales, alianza con cuatro cooperantes internacionales que han posicionado la marca destino “El Salvador Impressive”, a través de acciones de comercialización de productos turísticos. Para fortalecer la imagen nacional e internacional, se desarrollan varios eventos que contribuyen a posicionar El Salvador como destino turístico, diversificando los motivos de viaje de acuerdo al perfil de los turistas, como es el turismo

deportivo y de cruceros. En 2016 se han desarrollado eventos de Voleibol de Playa, Futbol Playa y Surf, atrayendo a 16,590 personas y con respecto a cruceros en lo que va del año 2016 han atracado 4 cruceros con más de 2 mil cruceristas.

En el período descrito anteriormante, se ha fortalecido el posicionamiento de productos turísticos, enmarcados en segmentos estratégicos, como es el turismo médico, el turismo deportivo, turismo de cruceros y lanzamiento de los Productos: Tour de Pesca Artesanal, Turismo Médico “El Salvador Destination For Health”, Ruta del Café, Circuito La Montañona.

Volcán de Izalco desde meseta San Blas







Estero de Jaltepeque

**b)** Vive Tu País: Programa orientado a sensibilizar a los salvadoreños residentes en el exterior, y mejorar la imagen de El Salvador en el extranjero. Dentro de este período se ha enviado información turística a las 14 Consejerías Económicas, Comerciales y de Turismo y a las representaciones diplomáticas y consulares de El Salvador en el exterior. Se ha participado en eventos dirigidos a la comunidad de salvadoreños en el exterior. Los resultados obtenidos sobre este programa se ven reflejados con la llegada de turistas salvadoreños residentes en el exterior, que durante el segundo año de gestión se contabilizaron 190,845, siendo el 80.2 % procedente de los Estados Unidos.

**c)** Cielos Abiertos: Acciones encaminadas al mantenimiento de acuerdos bilaterales o multilaterales de transporte aéreo, orientados a liberalizar los mercados del transporte aéreo, para incentivar la inversión, atraer el turismo, abaratar los costos de los boletos aéreos hacia El Salvador y fortalecer la institucionalidad de la aeronáutica civil en el país.

Bajo el programa Stop Over se han atendido a mayo de 2016 a 2,269 turistas internacionales y los principales países de origen del viaje son Colombia, México, Ecuador, Estados Unidos y Perú.

Golfo de Fonseca



**d) Pueblos Vivos:** Este programa busca generar las condiciones turísticas en los municipios, que incluye la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial. Algunas de las actividades realizadas son: Lanzamiento del programa, desarrollo de la Feria Pueblos Vivos, City Tours, publicidad y promoción de Circuitos Turísticos y conformación de Comités de Desarrollo Turístico. Este programa ha alcanzado una inscripción de 252 municipios, los cuales a partir de 2015 se han asociado a través de 53 Circuitos, que buscan ofrecer su oferta turística de forma integral, se han realizado además 85 City Tours en los diferentes circuitos turísticos y festivales gastronómicos, ferias artesanales y diferentes eventos que fomentan el turismo internos del país.

**e) FORMATURES:** es un programa de especialización técnica con un formato dirigido a diversos actores de la industria turística como es el sector empresarial, Comités de Desarrollo Turísticos, Municipalidades y ONG's, entre otros. Las actividades desarrolladas han sido: la carnetización de 132 guías turísticos locales y 23 guías turísticos especializados en la atención de cruceros, 12 tour operadores certificados en atención de cruceros, 45 actores turísticos graduados en idioma inglés y 15 en idioma Portugués, 6 pequeños hoteles en proceso de Certificación bajo la Norma de Pequeños Hoteles de El Salvador, 55 agentes de la POLITUR capacitados en temas turísticos.



f) PROASISTUR: Este programa tiene como objetivo generar en el destino todas aquellas condiciones que le permitan recibir al turista, brindándole una adecuada asistencia y seguridad durante su estadía.

Las acciones realizadas para el período analizado son la adquisición de 4 vehículos para el apoyo y asistencia al turista, los cuales serán distribuidos en diferentes puntos estratégicos del país.

Por otra parte las perspectivas para el año 2017 son: trascender de un Pueblo Vivo a un Pueblo Encantador, superar los 2 millones en la llegada de visitantes internacional, crecimiento del PIB 5%, alcanzar una derrama económica de \$ 1,330,490 millones, Fondo de Contribución Especial de \$11,504,406.56, inauguración primera fase del Hotel de Montaña Cerro Verde.



Alumno de surf playas La Libertad





Vocán de Izalco, Sonsonate



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016



**ESTRUCTURA  
ORGANIZATIVA**



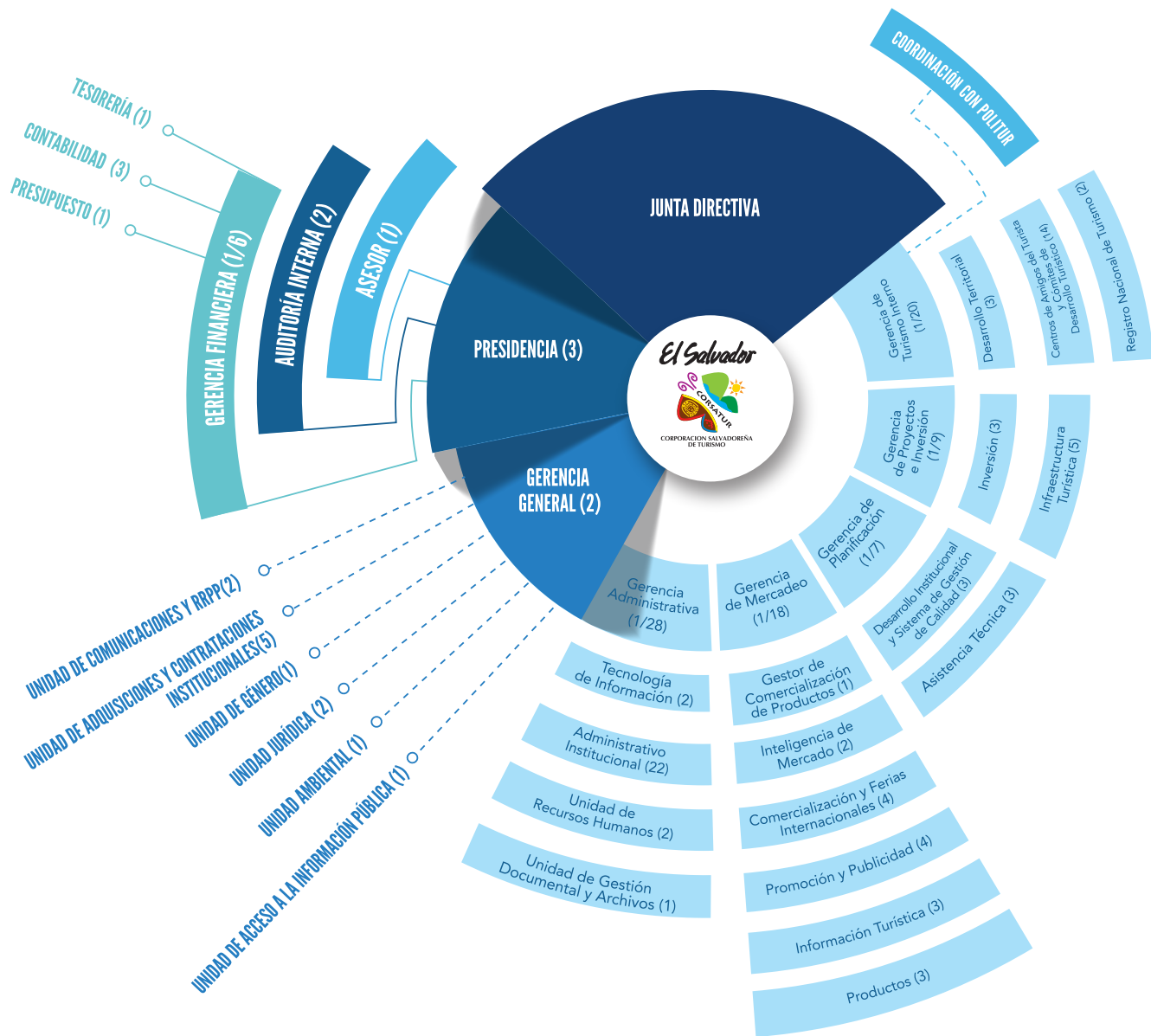


Plaza de La Libertad, San Salvador





# ESTRUCTURA ORGANIZATIVA







Muelle de La Libertad



II

ACCIONES  
RELEVANTES





## CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Las acciones realizadas en publicidad y promoción, tienen como objetivo promover y posicionar a El Salvador como un destino atractivo, dando a conocer la oferta turística a nivel nacional, la cual se encuentra enmarcada en la estrategia “Pueblos Vivos” y a nivel internacional a través de la marca “El Salvador Impressive”. En ambos enfoques se busca destacar la calidez de nuestra gente, tradiciones y los atractivos turísticos. Estas campañas han motivado el interés de los turistas de visitar El Salvador, pertenecientes a los diferentes mercados metas, los cuales han presentado un crecimiento importante. Centroamérica, posee una participación del 58% en el total de llegadas; Norteamérica el 36%, Suramérica el 3%, Europa el 2% y el resto de países un 1%.



### Nacional

#### Campaña nacional agosto 2015: En agosto pásala agosto

Entre julio y agosto de 2015, con el objetivo de incentivar el turismo interno durante las vacaciones agostinas promocionando las diferentes actividades que se pueden desarrollar en todos los puntos de interés turístico a nivel nacional bajo una nueva plataforma de oferta turística Multidestinos.



#### Campaña Nacional Diciembre 2015: Ven a darte una vuelta

Entre noviembre y diciembre de 2015, con el objetivo de invitar a los Salvadoreños a hacer un recorrido por los nuevos Circuitos Pueblos Vivos Multidestinos, se lanza la campaña denominada “Ven a darte una vuelta”, promoviendo los 4 circuitos ganadores en la Feria Pueblos Vivos Multidestinos 2015: Circuito ruta de Las Flores, Circuito Ruta Fresca, Circuito Caminos de Arte y Tradiciones y Circuito Costa Oriental.



## Lanzamiento de APP móvil 2015:

### Vayas donde vayas

Entre noviembre y diciembre de 2015, con el objetivo de promover el uso de la aplicación móvil que tiene la finalidad de sugerir al usuario la amplia gama de oferta turística del país, mostrando los eventos en cada uno de los destinos en función de su ubicación, así como las promociones de las empresas vigentes en el Registro Nacional de Turismo (RNT).



## Campaña de mantenimiento 2015: Desconéctate

Entre mayo y julio de 2015, con el objetivo de dar a conocer las rutas turísticas para promover la visita en temporadas no vacacionales, se lanza una campaña de promoción turística

especial, en la que se han promovido: City Tour Beato Romero, Ruta Azul, Ruta Boquerón, Ruta de La Paz, Ruta de las Flores, Ruta del Café, Ruta Sol y Playa. La campaña combinó un mensaje de sensibilización sobre el cuidado de los destinos turísticos.





## Feria Pueblos Vivos: Date una vuelta

Entre agosto y septiembre de 2015, en el marco de la Feria Pueblos Vivos Multidestinos, se lanza la campaña “Date una vuelta”, la cual ha promovido los principales atractivos de los 53 circuitos que participaron en la estrategia ese año. La idea fundamental ha sido motivar a los salvadoreños a visitar los destinos, quienes ya cuentan con una oferta turística estructurada.



## Día Nacional Ruta de Las Flores

Entre septiembre y octubre de 2015, en el marco del día nacional de Ruta de Las Flores que por decreto legislativo se celebra el primer domingo de cada mes de octubre, se han realizado acciones de publicidad para invitar a la población salvadoreña a acompañarnos en la caravana que parte del Ministerio de Turismo a los diferentes municipios que componen la ruta: Ahuachapán, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco.





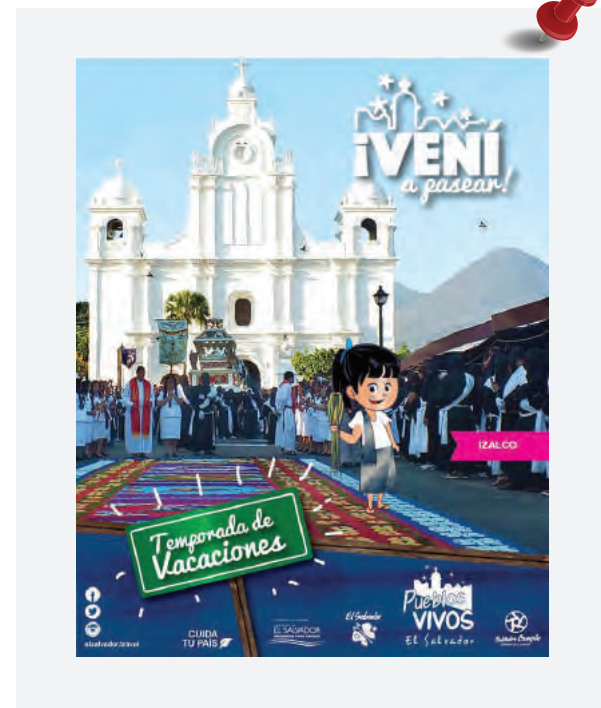
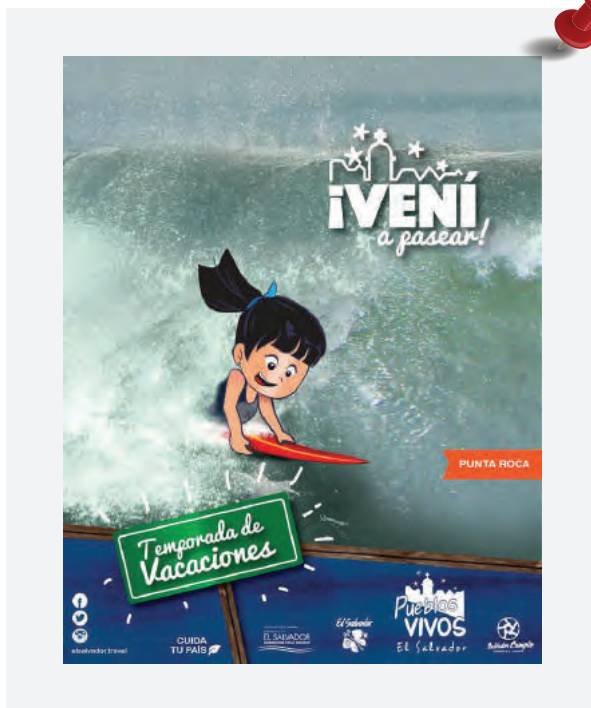
## Campaña de mantenimiento STOP OVER 2015

Entre junio y diciembre de 2015, como parte del producto turístico Stop Over, se han desarrollado acciones de promoción por medio del Team Stop Over, publicidad en las puertas de pasajeros y salas de espera dentro del Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez. Dichas acciones promueven el Stop Over dentro del aeropuerto e incentivan a los turistas en tránsito a tomarlo.



## Campaña de Semana Santa 2016: Vení a pasear

Entre febrero y marzo de 2016, con el objetivo de invitar a los salvadoreños a hacer un recorrido por los principales destinos turísticos del país, se lanza la campaña “Vení a pasear”, que tiene como imagen central a una niña animada, quien es la encargada de mostrar las diferentes experiencias e interminables aventuras que pueden realizarse en nuestro hermoso país.





## Internacional

### Convenios de Cooperación

#### CATAI

Entre Junio 2015 y Mayo 2016 se ha realizado una cooperación con la empresa española CATAI con el objetivo de dar a conocer a El Salvador como un destino turístico al mercado español.

Se ha desarrollado publicidad en medios de prensa como: Diario “El Mundo”, diario “El País”, diario “ABC”, Roba-páginas en Ocholeguas.com – Banner en web site de CATAI. Posters de El Salvador para Agencias de viajes españolas, Newsletters virtuales. Producción de una Newsletter “Monográfica” del destino El Salvador, para ser enviada a las más importantes agencias de viajes españolas.

#### TUI

Entre julio y octubre de 2015 se ha realizado una cooperación con el tour operador español TUI, con el objetivo de dar a conocer El Salvador y todos sus destinos, dentro de esta alianza se implementaron estrategias con Smartmags Travel que es una revista de viajes que incluye sugerentes reportajes e información de destinos. Diseñada con una gran interactividad, esta revista digital ofrece una experiencia multimedia única, con vídeos y galerías fotográficas que muestran al lector un mundo apasionante al alcance de sus dedos.

#### TRAVALLIANCE

De julio a octubre de 2015, se firma un acuerdo con Travalliance con el objetivo de establecer un acercamiento con los agentes de viaje por medio de la plataforma que tiene Travel Alliance, empresa líder en la industria de impresión, medios digitales y educación en el área de mercadeo, además de productos dirigidos a sus millones de consumidores que se conectan con esta marca de viajes de ocio.

Esta alianza ha sido de gran importancia ya que Estados Unidos es uno de nuestros mercados prioritarios, siendo por medio de esta plataforma que la mayoría de turistas norteamericanos planifican su viaje. Con esta cooperación se ha logrado proveer información del destino El Salvador a más de 20,000 agentes de viaje en los Estados Unidos.

Detalle de actividades: Travepulse Premier, Display Banner Advertising, Digital Expo Branded, Webinar, enfocado en destino de aventura en El Salvador, Email Marketing, Travepulse Newsletter Diaria con un alcance de 80,000 agentes; informes de seguimiento de la dirección de correo electrónico y el boletín informativo por el proveedor TRAVALLIANCE..



## SURF TRAVEL CO.

Entre agosto y octubre de 2015, se establece una alianza estratégica con The Surf Travel Co., con el objetivo de ejecutar una campaña compartida de promoción turística que potencie a El Salvador como destino turístico en el mercado de Brasil.

La empresa cuenta con más de 12 años de experiencia operando y organizando viajes para surfistas y turistas de alto nivel tanto de Brasil como de todo el mundo. La compañía se enfoca en brindar un excelente servicio al cliente por medio de la venta de paquetes especializados para surfistas.

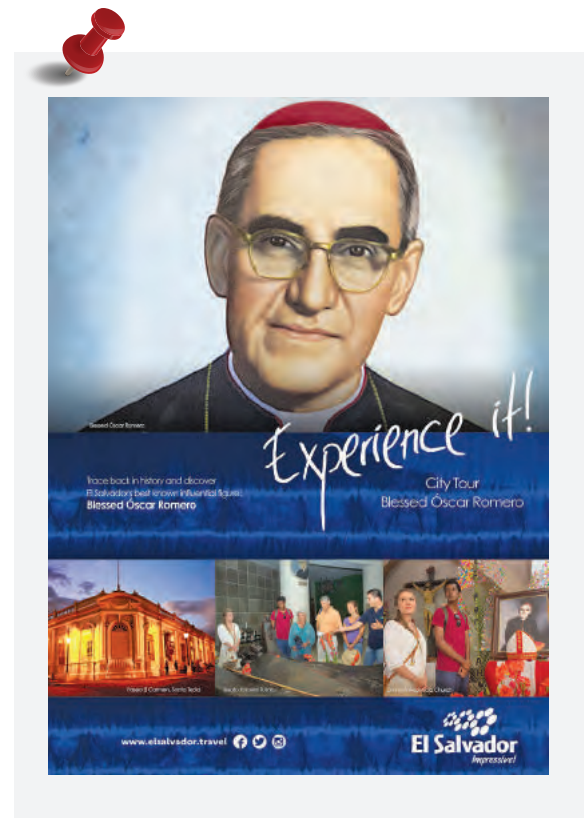
**Detalle de actividades:** 2 anuncios de página completa en Fluir Mag. Página completa con información de los paquetes de viaje hacia El Salvador. 2 artículos para Surfar Mag. Página completa con información de los paquetes de viaje hacia El Salvador. Banner de media página en página web Waves. Duración del banner: tres meses. Posts promocionados en Facebook e Instagram. Correos masivos. Un correo por mes a los 14.000 contactos que tienen.

## Acciones de promoción en aerolíneas 2015

### FOUR MAGAZINE

Entre junio y diciembre 2015, se realiza una estrategia de promoción país a través de siete artículos en línea, con el fin de promocionar, posicionar e informar al consumidor final de los mercados estado- unidense y alemán acerca de nuestro destino y como resultado tener más visitantes de estas naciones a nuestro país.

Los artículos sobre el país se publicaron en las siguientes revistas: FOUR MAGAZINE EE.UU, FOUR INTERNATIONAL, FOUR ALEMANIA, este ha sido distribuido a bordo de los vuelos domésticos de American Airlines, Delta Airlines y NetJets EE.UU.





## Campañas

### Una aventura bonificada” 2015



Entre el 1 y 30 de julio de 2015, se lanza la campaña “Una aventura bonificada”, dirigida al mercado guatemalteco, aprovechando la cercanía geográfica y familiarización con nuestros destinos, para su Bono 14. Sus principales intereses son los destinos de sol y playa, seguidos por la ciudad.

La idea principal ha sido informar que El Salvador es el destino ideal para que los guatemaltecos vengan a pasar un fin de semana con su Bono 14 debido a la cercanía de nuestro destino.

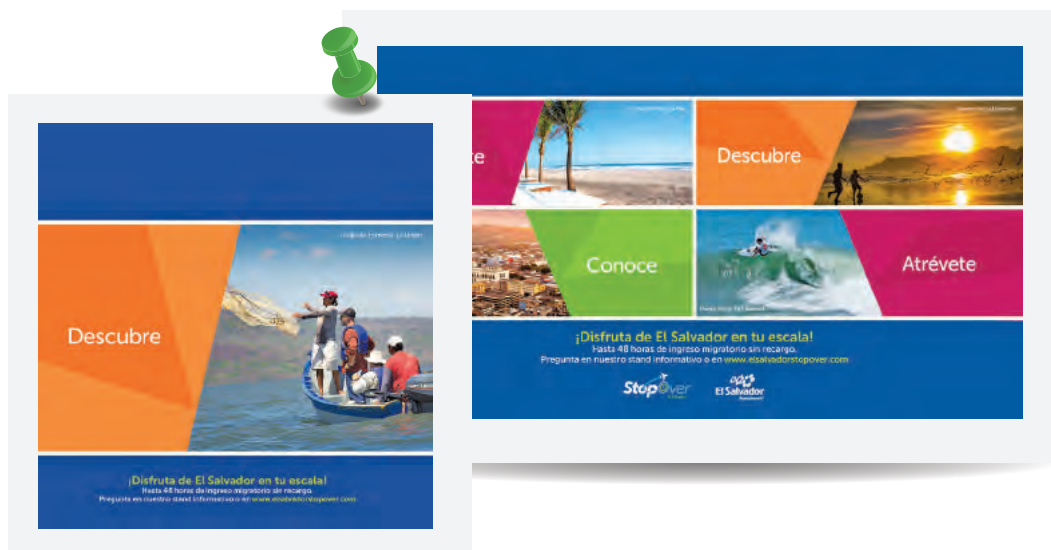
Los destinos promovidos han sido: Sol y Playa además de City Tour Monseñor Romero.

### Internacional: “Stop Over”

Entre abril y diciembre 2015, se lanza la campaña publicitaria que destaca el producto turístico Stop Over, el cual 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 ha sido presentar de manera atractiva la oferta turística de El Salvador, con la idea de hacerlo todo por medio del Stop Over.

Los medios de exposición han sido: publicidad en aviones, aeropuertos, redes sociales, revistas y medios digitales.





## Campaña regional “Más cerca imposible”

La campaña publicitaria destinada para Guatemala y Honduras, adonde se destaca la cercanía y la accesibilidad a los diferentes destinos: Playa, lagos, aventura, diversión. De esta manera los turistas guatemaltecos y hondureños, encuentran en El Salvador una experiencia única. En la campaña se resaltan datos importantes adonde se menciona la cercanía de los destinos en El Salvador, en comparación a los de su mismo país.

Medio de exposición: Vallas, mupis, radio, medios digitales, redes sociales, revistas y prensa.

Periodo de campaña: Del 18 de Noviembre al 31 de Diciembre de 2015



## Campaña internacional “El Secreto mejor guardado”

Entre 1 de agosto y 15 de octubre de 2015, se ejecuta la campaña “El secreto mejor guardado”, dirigida al mercado estadounidense, con el objetivo de destacar a El Salvador como un destino por descubrir con lugares únicos, cercanos, con mucha aventura y diversión.

Los medios de exposición han sido: televisión, prensa, medios digitales (páginas web, redes sociales) y revistas.

Aunado a ello se ha realizado una activación de promoción, la que consistió en llevar una caja donde se esconda “El Secreto mejor Guardado” en tres ciudades de Estados Unidos: Los Ángeles, Washington y New York; colocándola en calles y parques con alto tráfico de peatones; ofreciendo a los peatones una cajita con el secreto mejor guardado. Al abrirlo, las personas conocerían ese secreto, donde se les invitaría a entrar en la web: [www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel)



## Campañas fin de año internacionales



### Campaña Estados Unidos (salvadoreños en el exterior) "Sólo faltas tú"

Muchos de los salvadoreños tenemos familiares en Estados Unidos y con el paso de los años, en lugar de olvidarlos, los extrañamos cada vez más. La campaña publicitaria para este mercado en Estados Unidos es un mensaje para nuestros hermanos salvadoreños, diciéndoles que los esperamos en navidad. Se enfocó en mostrar historias para dar un mensaje lleno de nostalgia por nuestros seres queridos.

Medio de exposición: Prensa, televisión, medios digitales, redes sociales, radio, activación en Los Ángeles regalando pupusas en calles principales. Período de campaña: Del 18 de noviembre al 31 de diciembre de 2015

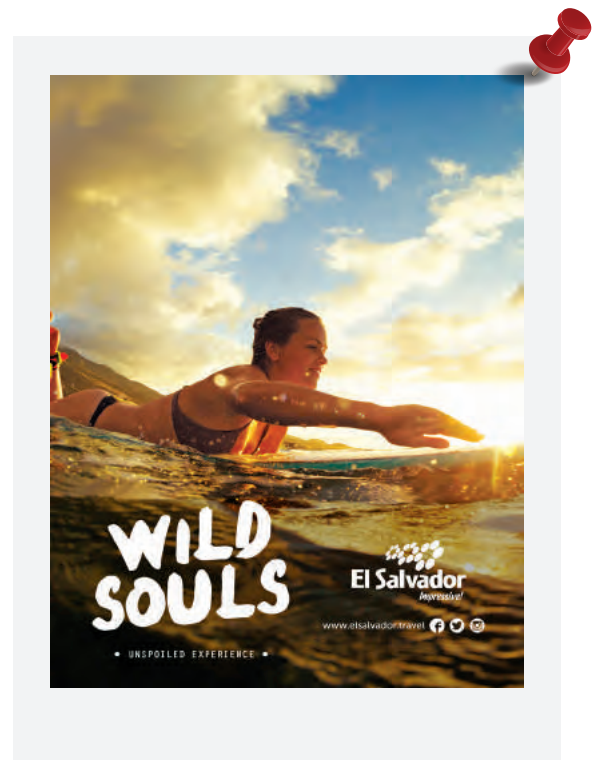
### Campaña Estados Unidos (Anglosajón) "Unspoiled experiences, Wild souls"

Campaña dirigida al mercado anglosajón, estadounidenses que se atreven a vivir aventuras y experiencias únicas. Resaltando las olas y los momentos auténticos que se viven en El Salvador.

Se resalta nuestros destinos, gastronomía, música y cultura al mercado estadounidense, que no conoce de El Salvador.

Medio de exposición: Medios digitales, redes sociales, revistas especializadas, televisión.

Período de campaña: Del 18 de noviembre al 31 de diciembre de 2015.







### Estrategia de promoción digital

Las estrategias digitales son de vital importancia para la promoción de marcas, pues hoy en día el público está migrando aceleradamente de los medios convencionales a las redes sociales y páginas web, por ser espacios donde la información se mueve en función del usuario y al encontrar ésta el equilibrio entre la calidad y la utilidad es premiada por el mismo público con su preferencia.

Las estrategias digitales buscan llevar contenidos donde está el público y adaptarlo en función de objetivos y necesidades, manteniendo la sana presencia de la marca, siguiendo las tendencias y atendiendo las buenas prácticas de diseño y comunicación.

A continuación se presentan los fans a mayo 2016 con los que cuenta la marca país en las diferentes plataformas digitales:



## Estrategia de comunicación:

Para atraer estos fans ha sido necesario readaptar la estrategia de comunicación, no solamente en lo gráfico, sino en el tono de los post, mostrando contenidos de alta calidad por lo fresco y colorido de las fotos que evocan la belleza de nuestros destinos, nuestras tradiciones y nuestra gente.

Se han cambiado los banners de los perfiles en las redes sociales para mejorar la experiencia del usuario dándole una identidad única con las tonalidades del añil, producto originario de El Salvador, siendo un elemento de actualidad que fortalece el posicionamiento de la marca destinos “El Salvador Impresive”.



**Facebook**

572,002 likes



**Twitter**

29,907 followers



**Instagram**

9,553 followers



**Youtube**

26,965  
reproducciones  
solo en el mes de mayo



**elsalvador.travel**

158,593 visitas al sitio  
al mes de mayo



**App**

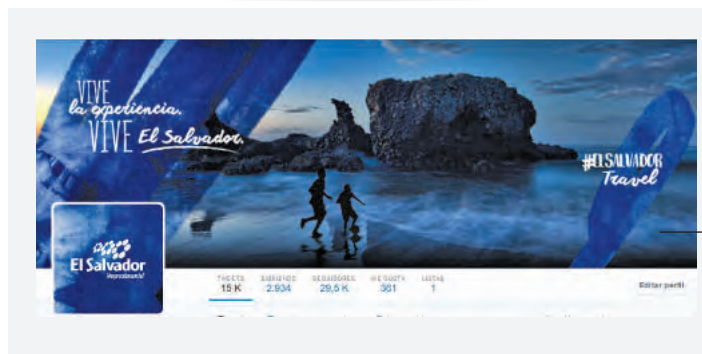
5,000 descargas  
iOS/Android



## Imágenes que representan los perfiles digitales



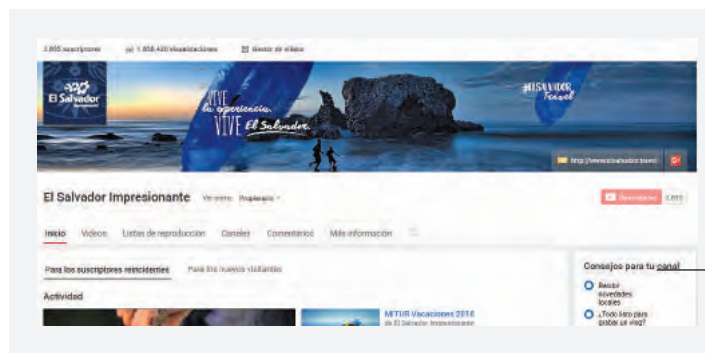
Facebook



Twitter



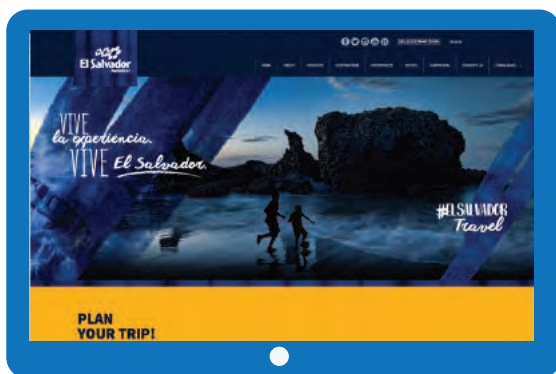
Instagram



Youtube

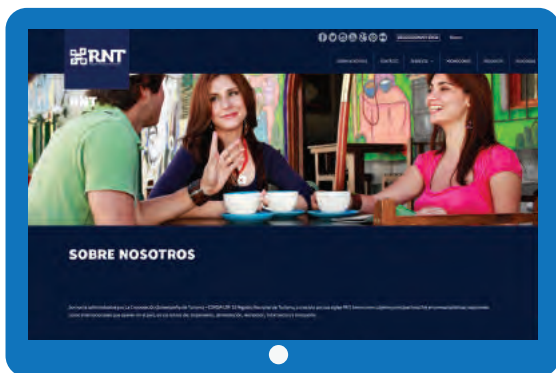


El cambio en las portadas también se ha aplicado en los sitios web oficiales, dotándolos no solo de belleza sino de homogeneidad con las redes sociales.



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

Se utilizó imágenes de destinos anclas combinados con texturas de añil, como parte de la estandarización de la imagen institucional.



### [www.rnt.gob.sv](http://www.rnt.gob.sv)

Se utilizaron fotografías de las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo como parte de la imagen del sitio web RNT.



### [www.corsatur.gob.sv](http://www.corsatur.gob.sv)

En el diseño de la página oficial de CORSATUR también se utilizó el detalle de añil para mantener homogeneidad con la campaña institucional.



La estrategia de comunicación digital busca la presencia de marca El Salvador Impresionante en aquellas plataformas que día a día van surgiendo, siendo herramientas de gran importancia.

A continuación se muestran algunas plataformas:



### Travel El Salvador

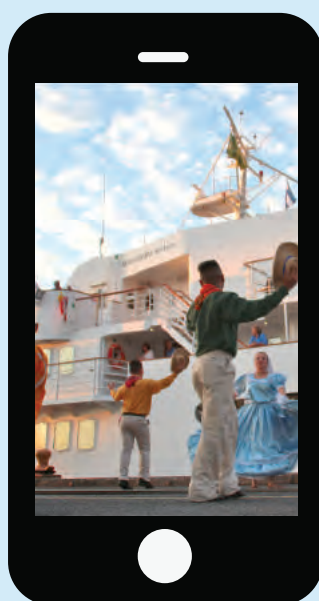


#### Aplicación móvil

Desarrollada para las plataformas iOS y Android, este esfuerzo es de vital importancia pues ha marcado un precedente en el uso de las nuevas tecnologías para la promoción de los destinos y eventos turísticos.



### Periscope

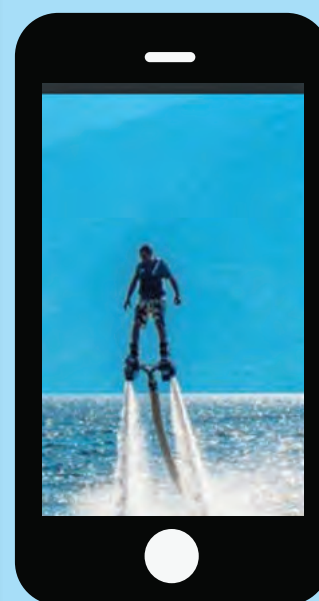


#### Periscope

Para 2016 se ha implementado el uso de Periscope, una plataforma que permite transmitir en vivo eventos turísticos de interés nacional como inauguraciones o la llegada de cruceros, entre otros.



### Snapchat



#### Snapchat

Para mantenernos a la vanguardia de las nuevas plataformas sociales, en 2016 se ha creado la cuenta oficial en Snapchat, donde el público meta son los jóvenes.





## En agosto pásala agosto – agosto 2015

Estrategia para la temporada vacacional de agosto, especialmente para motivar el turismo interno, basada en la experiencia que se pueden realizar en diferentes destinos durante la época de las fiestas agostinas.

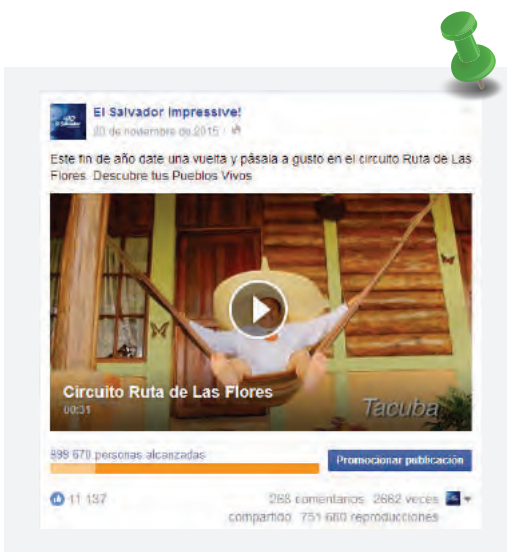
## Pueblos Vivos Multidestinos – septiembre 2015

Estrategia para la promoción de los eventos y actividades en el marco de la edición de Pueblos Vivos 2015. Se muestran nuestros destinos agrupados por circuitos Multidestinos.



## Date una vuelta – diciembre 2015

Estrategia para incentivar el turismo interno utilizando la figura del personaje “El Cipitío”, el cual recorría el país potenciando aquellos circuitos Multidestinos ganadores en la feria Pueblos Vivos Multidestinos 2015.





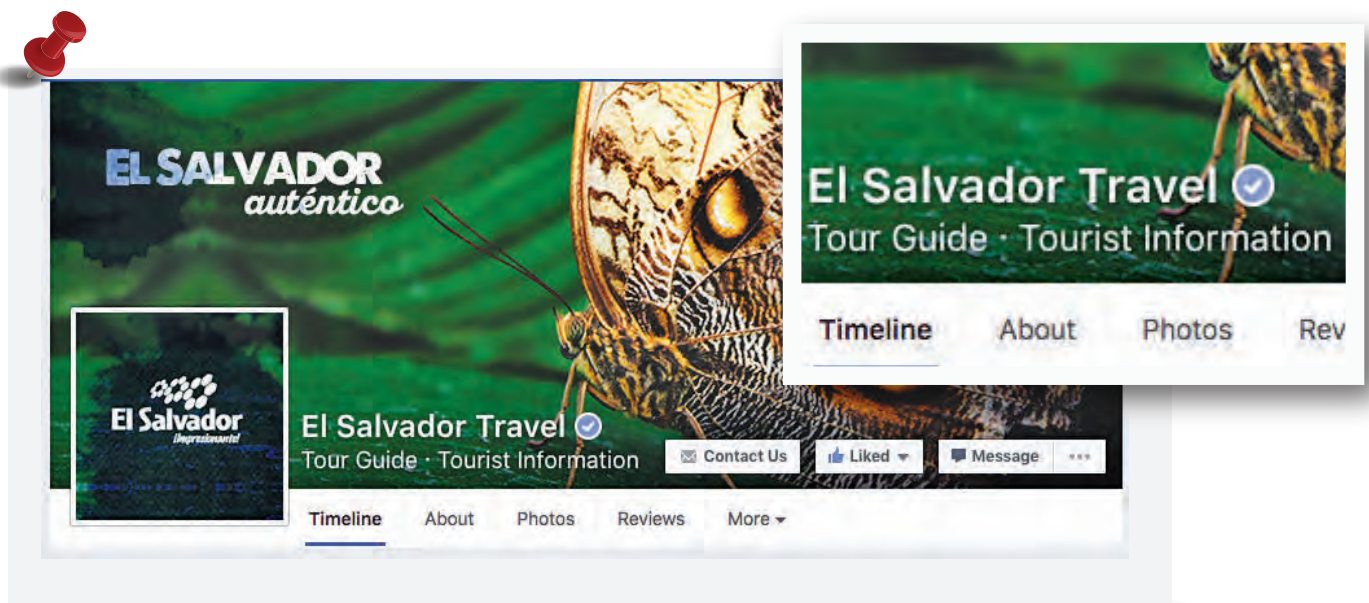
## Más cerca imposible – diciembre 2015

Se implementa en el mes de diciembre una estrategia para la promoción de los eventos y actividades en el marco de la edición de Pueblos Vivos Multidestino 2015, en la que se han expuesto los destinos característicos de 53 circuitos turísticos los cuales están conformados por 252 municipios a nivel nacional.



En la estrategia de comunicación digital se contempla la unificación de los nombres de nuestros perfiles en las redes sociales a El Salvador Travel para mantener la congruencia con el sitio web oficial [www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel), esto para fortalecer el posicionamiento y permitir su respectiva verificación para darle un carácter oficial a la marca.

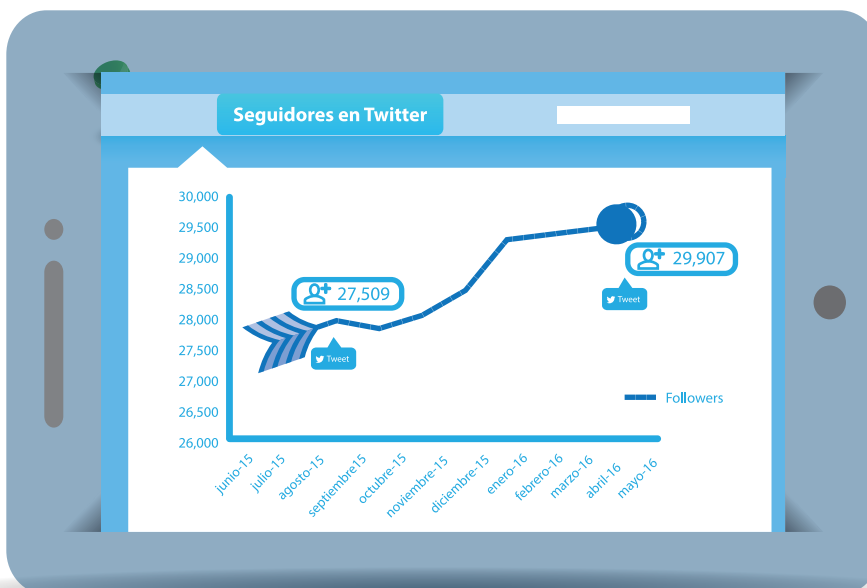
En la actualidad se gestiona la verificación de todas nuestras cuentas, siendo la primera en obtener la cuenta en Facebook. Cabe mencionar que pocas marcas están verificadas en el país.





## Estadísticas

A la fecha estos son los alcances en las más importantes redes sociales donde se tiene presencia, todo ello como resultado de todos los esfuerzos que en el área digital se han ejecutado.









Otro logro destacable en el posicionamiento con respecto a la competencia regional y nacional, en la gráfica notamos que [www.elsalvador.travel](http://www.elsalvador.travel) está arriba del promedio de páginas en El Salvador y la página de VisitGuatemala, solamente estamos siendo superados por la página de La Prensa Gráfica, según datos a febrero 2016.



En resumen cerramos este periodo con los siguientes datos:  
Facebook: 572,002 fans, Twitter: 29,907 seguidores, Instagram: 9,553 seguidores, Youtube: 26,965 reproducciones en mayo de 2016, Página web: 158,593 visitas a páginas en mayo de 2016



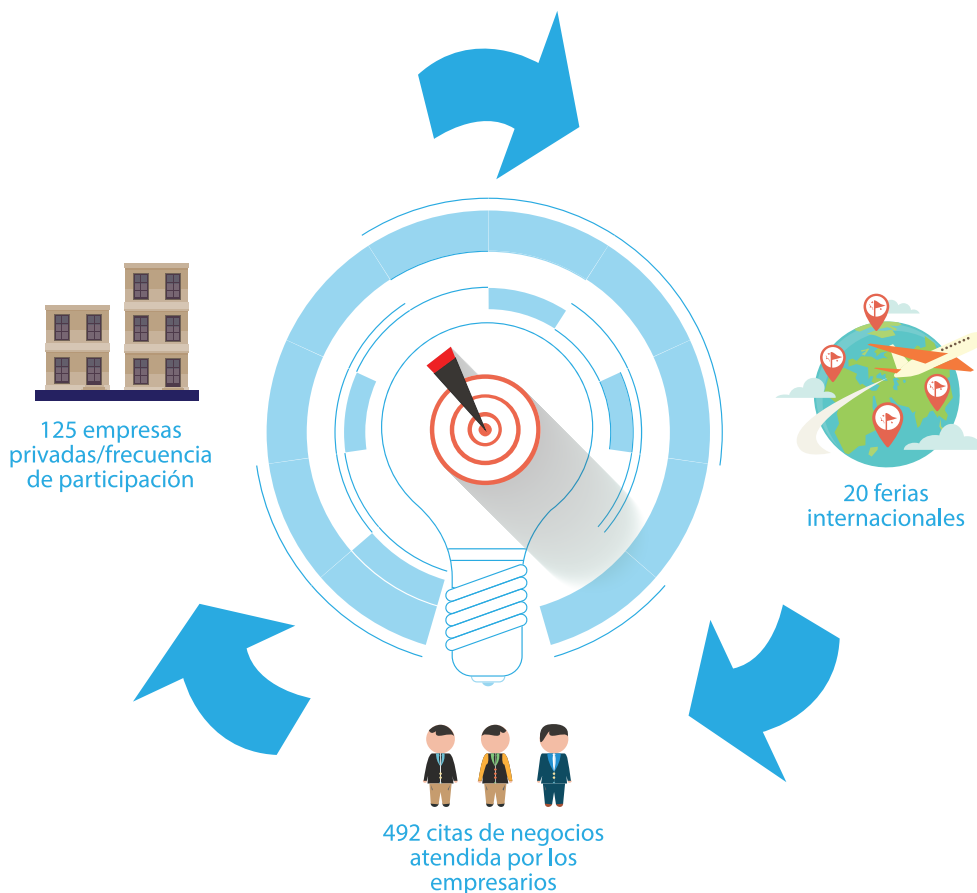
## FERIAS INTERNACIONALES

Entre el periodo de junio 2015 hasta mayo 2016, se ha participado en 20 ferias, teniendo presencia en 14 países como parte de la estrategia del Gobierno en posicionar al país a través de la marca destino “El Salvador Impresivo” en los mercados internacionales.

Las ferias han sido enfocadas en el segmento turístico de: surf, ocio/aventura, incentivos, congresos y convenciones, cruceros y aviación.

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

Los resultados obtenidos en el segundo año de gestión se detallan a continuación:



## Feria EUROAL - Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura

El Salvador ha participado del 3 al 5 de junio 2015 en la décima edición del Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura EUROAL 2015, la cual se ha llevado a cabo en Torremolinos, Andalucía, España. Durante el evento, El Salvador ha recibido el reconocimiento de País Estrella, por su arduo trabajo en la promoción del país en el mercado europeo.

Durante la feria han participado las empresas: Roca Sunzal, Akwaterra, Puerto Barillas, Salvadorean Tours, Nanch Tours, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Epic Tours, Bike a Tour y Hotel Pacific Paradise.



Feria EUROAL, Torremolinos España.



ICOMEX, México DF, México.

## ICOMEX - Incentivos, Congresos y Convenciones en Latinoamérica

Este evento se ha desarrollado en la ciudad de México el 25 y 26 de agosto de 2015. ha contado con la participación de las siguientes empresas: Hoteles Decameron, Hotel Mirador Plaza y Salvadorean Tours.

El objetivo principal ha sido posicionar a El Salvador en el segmento de destino para congresos entre los mayoristas asistentes a la feria y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta.





Feria Travel Mart Latin America, Guatemala.

## Feria Travel Mart Latin America

El objetivo principal de este evento ha sido reposicionar el destino entre los consumidores finales y mayoristas de los países participantes, ya que nuestro país cuenta con conectividad directa y una amplia oferta para diferentes tipos de mercado.

Este ha sido uno de los eventos más importantes de turismo de ocio y negocios de latinoamérica. Se ha contado con la participación de 10 empresas: Epic Tours, La Tortuga Verde, Salvadorean Tours, Intertours, Green Blue Red, Avitours, Puerto Barillas, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Ecomayan Tours y Mayan Escapes. Esta feria se ha realizado en la ciudad de Guatemala del 23 al 25 de Septiembre 2015.

## ABAV

Por primera vez El Salvador participa en la feria ABAV, un evento de profesionales del turismo en São Paulo, Brasil, el cual se ha desarrollado del 24 al 26 de septiembre de 2015, con el objetivo de buscar nuevos mercados, y posicionar a El Salvador entre los consumidores finales y mayoristas brasileños, haciendo énfasis en la amplia variedad de productos turísticos, como es el surf que el destino ofrece y su excelente conectividad aérea.

Se ha contado con la participación de las siguientes empresas: Epic Tours, Tours Universales, Ecomayan Tours y Papaya Loudge.



Feria ABAV, São Paulo Brasil



## World Medical Tourism & Global Health Care Congress

Este evento de calidad mundial organizado por la Medical Tourism Association se ha llevado a cabo en Orlando Florida, Estados Unidos del 27 al 30 de septiembre de 2015, reuniendo a más de 200 compradores líderes de la asistencia sanitaria, el seguro, el gobierno y la industria. El Salvador ha participado por primera vez con el objetivo de posicionar a nivel internacional el Turismo Médico de El Salvador e impulsar el desarrollo de sectores nuevos y emergentes de Turismo Médico. Se ha contado con la participación de las siguientes empresas: StemCel Center, Hospital San Francisco, Hospital Centro Medico Lourdes, Obesity El Salvador, Centro Internacional del Cáncer, Centro Odontológico Dr. Rodolfo Gutiérrez, Lorenzana Dental Associates, Salvadorean Tours, iTravel4Health.



Congreso de Turismo Médico, Orlando Florida EE.UU.



Feria TOP RESA, París Francia.

## International French Travel Market - TOP RESA

Se ha llevado a cabo en París, Francia del 29 de septiembre al 2 de octubre de 2015, ha sido uno de los eventos claves para mantener el posicionamiento de El Salvador en el mercado europeo.

Se ha contado con la participación de las siguientes empresas: Hotel La Tortuga Verde, Green Blue Red, Hotel Las Tunas, Hoteles Decameron, Hoteles Villa Serena y Ecomayan Tours.





Feria TTG INCONTRI, Rimini Italia.

## Travel Trade Italia - INCONTRI

El objetivo principal de participar en esta feria es reposicionar a El Salvador en el mercado italiano así como promocionar el destino entre el consumidor final y empresas touroperadoras y dar a conocer los productos turísticos con los que El Salvador cuenta.

Se ha llevado a cabo en Rimini, Italia del 8 al 10 de octubre de 2015, y ha contado con la participación de las siguientes empresas: Tour Bus, Hotel Villa Serena y Hotel y Restaurante Leones Marinos.

## IMEX Americas

Este evento ha sido uno de los más importantes en el segmento MICE de Estados Unidos por brindar la oportunidad de realizar negocios a empresas expositoras, entre ellas El Salvador.

El evento se ha llevado a cabo en Las Vegas, Nevada, Estados Unidos de América del 13 al 15 de octubre de 2015 y ha contado con la participación de 3 empresas: Hoteles Decameron, Nanch Tours y Ecomayan Tours, las cuales han promocionado a El Salvador como un destino enfocado en el segmento de convenciones, incentivos y eventos.



Feria IMEX Las Vegas, Estados Unidos.



## Feria International Tourism and Travel (ITT)

Se ha llevado a cabo en Montreal, Canadá, del 23 al 25 de octubre de 2015.

Ha sido una feria para profesionales así como también para el consumidor final. El objetivo principal ha sido difundir y fortalecer la imagen de El Salvador en el mercado de turismo de ocio en Canadá.

Ha contado con la participación de cuatro empresas salvadoreñas: Green Blue Red, Hoteles Decameron, Adventure Sports Tours y Epic Tours.



Feria ITT, Montreal Canada.

## FERIA WTM (World Travel Market)

El objetivo principal de participación en esta feria ha sido fortalecer la imagen del destino en el mercado de turismo de ocio, a través de la presencia de la marca El Salvador Impresionante en esta reconocida feria.

El evento se ha llevado a cabo en Londres, Inglaterra, del 2 al 5 de noviembre de 2015, y ha contado con la participación de las siguientes empresas: Mayan Escapes, Cadisi Tours, Salvadorean Tours, Epic Tours, Nanch Tours. Se ha realizado una presentación de El Salvador dentro de la feria para dar a conocer los atractivos turísticos del país.



Feria WTM, Londres Inglaterra.





New York Times Travel Trade Show, New York EEUU.

## New York Times Travel Trade Show

Se lleva a cabo en New York, Estados Unidos del 8 al 10 de enero 2016, considerada como uno de los eventos de mayor importancia en Norteamérica.

El objetivo principal ha sido posicionar el destino El Salvador entre los consumidores finales y mayoristas de uno de los mercados prioritarios para El Salvador, haciendo énfasis en la excelente conectividad aérea, así como la variada oferta turística que el país ofrece.

El evento ha contado con la participación de la empresa Hotel La Tortuga Verde.

## Surf EXPO

El objetivo principal de participación en esta feria ha sido posicionar a El Salvador como un destino de surf de primera calidad a nivel internacional.

Se ha llevado a cabo en Orlando, Florida, Estados Unidos del 14 al 16 de enero 2016 y ha contado con la participación de las siguientes empresas: La Tortuga Verde y Papaya Loudge.



Surf Expo, Orlando Florida, Estados Unidos.



## Feria Internacional de Turismo - FITUR

Desarrollada en Madrid, España, del 20 al 24 de enero de 2016.

El objetivo principal del país ha sido reposicionar el destino El Salvador entre los consumidores finales y mayoristas europeos, enfatizando la excelente conectividad aérea con España, así como la amplia oferta de servicios turísticos que El Salvador ofrece para diferentes tipos de mercado, a través de la marca El Salvador Impresionante.

Ha contado con la participación de las siguientes empresas: Eco Mayan DMC, Hotel Crowne Plaza, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Cadisi Tours, Network Tours, Nanch Tours, La Ruta del Guerrillero, Mayan Escapes, Salvadorean Tours, Tour Bus, Hoteles Decameron, Akwaterra, Finca San Antonio, Hotel Casa de Mamapán y Hostal Monteverde.



FITUR, Madrid España.



Routes America, Puerto Rico.

## Routes Americas

Se lleva a cabo en San Juan Puerto Rico del 17 al 19 de febrero de 2016.

El objetivo ha sido exponer los principales atractivos aeroportuarios con los que cuenta el país frente a las aerolíneas participantes y de la industria de la aviación, haciendo énfasis en las ventajas que ofrece el destino y la excelente conectividad aérea con América Latina.

En este evento se ha participado con una delegación de representantes de CORSATUR, CEPA y Aviación Civil.





Feria Holiday World, Praga, República Checa.

## Holiday World

Se ha llevado a cabo en Praga, República Checa del 18 al 21 de febrero de 2016.

El Salvador cuenta con la ventaja de ser el único país de Centroamérica que ha participado en dicho evento, el cual ha tenido como objetivo principal posicionar a El Salvador como un destino turístico competitivo y sostenible ante el mercado de los países que conforman la Europa Central y del Este.

Ha contado con la participación de las siguientes empresas: Green Blue Red y Epic Tours.

## ANATO

Se ha llevado a cabo en Bogotá, Colombia del 24 al 26 de febrero de 2016, el objetivo de participar en esta feria ha sido reposicionar el destino en el mercado suramericano.

Ha contado con la participación de las siguientes empresas: El Salvador Shuttle, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Green Blue Red, Hoteles Decameron, Hotel Tropic Inn, Hotel Mirador Plaza, Tour Bus, CIFCO, Avitours y Akwaterra.



Feria ANATO, Bogotá, Colombia.



## ITB

Se ha llevado a cabo en Berlín, Alemania del 9 al 13 de marzo de 2016 y ha tenido como objetivo de participación promocionar a El Salvador como destino de calidad mundial, presentando la oferta para diferentes tipos de mercado y dando a conocer los productos con los que el destino cuenta.

Se ha contado con la participación de las siguientes empresas: Epic Tours, Green Blue Red, Hotel Holiday Inn, Mayan Escapes, Hotel Leones Marinos y Tour Bus.



Feria ITB, Berlín Alemania



Sea Trade Cruise, Miami Florida, EE.UU.

## SEA TRADE CRUISE

Se lleva a cabo en Miami, Florida, Estados Unidos del 14 al 17 de marzo de 2016.

Esta es la feria más importante en el segmento de cruceros, que permite realizar mesas de negocios y la posibilidad de establecer nuevos contactos dentro de la industria de cruceros.

Ha contado con la participación de las siguientes empresas: Salvadorean Tours, Mayan Escapes, Avitours, Línea Ejecutiva e Intertours.



## World Travel Market Latin America

World Travel Market Latinoamérica, es el evento líder a nivel mundial para la industria turística de América Latina y es considerado por muchos como el evento business-to-business (B2B) de participación obligada en Sudamérica, ya que lleva el mundo a América del Sur y promueve la América Latina a nivel mundial.

Se ha llevado a cabo en São Paulo Brasil del 29 al 31 de mayo de 2016, y ha contado con la participación de las siguientes empresas: Hotel Holiday Inn, Mayan Escapes y Hostal de Asturias.



World Travel Market Latin America, São Paulo Brasil.



Feria EXPOTUR, San José Costa Rica.

## FERIA EXPOTUR

Se ha llevado a cabo en San José, Costa Rica del 11 al 13 de mayo de 2016.

El objetivo principal ha sido posicionar el destino de El Salvador entre los mayoristas asistentes a la feria, dando a conocer la oferta para diferentes tipos de mercado con que el país cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR y la empresa privada salvadoreña a través de la marca destino.

Se ha contado con la participación de las empresas salvadoreñas como: Epic Tours, El Salvador Expedition, Green Blue Red, Hoteles Decameron, Mayan Escapes, Intertours, Hostal de Asturias y Salvadorean Tours.





Grabación de Telemundo, La Libertad

## LOGROS ESPECIALES:

### VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y VIAJES DE PRENSA

Como parte de la gestión que se realiza en 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 ha sido 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.

Mientras que los viajes de prensa buscan 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.



Durante el período se han realizado 20 viajes de familiarización y 20 viajes de prensa, de acuerdo al siguiente detalle:

N°	FECHA	TIPO*	PROCEDENCIA	VISITANTE
1	8 de junio 2015	VF	Perú	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante de Carrusel</li> <li>• Representante de Fiesta Tours</li> <li>• Viajes del Pacífico</li> <li>• Representante de Green Llama</li> <li>• Embajada de Perú</li> </ul>
2	11-15 de junio 2015	VF	Alemania	Studiosus
3	14 de junio 2015	VF	Estados Unidos	Univision
4	15 de junio 2015	VP	Estados Unidos	Telemundo Grupo I
5	21 de junio 2015	VP	Estados Unidos	Telemundo Grupo II
6	28 de junio 2015	VP	Estados Unidos	Telemundo Grupo III
7	24-27 de junio 2015	VP	Alemania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ARD German Radio/ Saarlaendischer Rundfunk.</li> <li>• Periodista Freelance.</li> <li>• Periodista Freelance</li> <li>• Periodista Freelance</li> <li>• Redactor.</li> </ul>
8	6-9 de julio 2015	VF	Alemania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chamäleon Reisen GmbH</li> <li>• Hauser Exkursionen</li> <li>• Studiosus</li> <li>• Miller Reisen</li> <li>• Gebeco</li> <li>• Travel to Nature</li> </ul>
9	6-11 de julio 2015	VF	Holanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beter Uit</li> <li>• Koning Aap</li> <li>• Travel Counsellors</li> <li>• Travel Counsellors</li> </ul>
10	13-20 de julio 2015	VP	Estados Unidos	David en Viajeros
11	20 de julio 2015	VP	Estados Unidos	Telemundo Grupo IV
12	Del 27 de julio al al 1 de agosto, 2015	VP	Holanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veronica Magazine</li> <li>• Algemeen agblad</li> <li>• NDC Media</li> <li>• Meridian Magazine</li> <li>• The Telegraaf</li> </ul>
13	3-10 de agosto 2015	VP	España	Revista Viajeros
14	16 de agosto 2015	VP	Estados Unidos	Telemundo Grupo V
15	24-25 de agosto 2015	VF	Estados Unidos	Southwest

N°	FECHA	TIPO*	PROCEDENCIA	VISITANTE
16	26-30 de agosto 2015	VP	Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escritora de viajes, blogger y editora de viajes.</li> <li>• Periódico Coast to Coast.</li> <li>• Family Travel Forum</li> <li>• Periodista profesional especializada en viajes.</li> </ul>
17	1-5 de sept. 2015	VP	Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escritora de viajes. (Dave's Travel Corner)</li> <li>• Escritora de viajes independiente</li> <li>• Editor de Splash Magazine Los Ángeles.</li> <li>• Bloguera de viajes ( The Rebel Chick)</li> </ul>
18	9-12 de sept. 2015	VF	Taiwan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GSA Express Travel Service</li> <li>• Go Go Tours Inc.</li> <li>• Bloguero y Escritor de Viajes</li> <li>• Central America Trade Office</li> </ul>
19	14-21 de sept. 2015	VF	Inglaterra	Journey Latin America
20	18-23 de sept. 2015	VF	Holanda	Sapa Pana Travel
21	19-21 de sept. 2015	VF	Inglaterra	Cox & Kings UK
22	20-22 de sept. 2015	VF	Estados Unidos	Destinos AVANTI
23	26-30 de sep. 2015	VF	Alemania	Vivientura
			Holanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travel Trend</li> <li>• Peter</li> </ul>
			Canadá	Finisterra
			Inglaterra	Tucan Travel
			Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explor Cruises</li> <li>• Sierra Club</li> <li>• Rico Tours</li> </ul>
24	3-6 de octubre 2015	VP	Estados Unidos	Erazno y La Chokolata
25	17-20 de octubre 2015	VF	Inglaterra	EXPOTUR, San <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chamemeleon Tailor –Made</li> <li>• Scott Dunn</li> <li>• Journey Latin America</li> <li>• Cox &amp; Kings</li> </ul>
26	22 de Octubre 2015	VP	Guatemala Nicaragua Costa Rica Estados Unidos Panamá	E! Entertainment



N°	FECHA	TIPO*	PROCEDENCIA	VISITANTE
27	27-30 de octubre 2015	VP	España	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portal de Viaje 2.0 Ocholeguas</li> <li>• La Sexta Noticias</li> <li>• Minube: travel planning sit</li> <li>• Revista Deviajes</li> <li>• Periodista, Los viajes del Crack</li> </ul>
28	23-28 de octubre 2015	VF	Estados Unidos Perú	Halbrook Matilde Pardo, Consultora de Turismo
29	26-29 de octubre, 2015	VP	Inglaterra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travel Bulletin</li> <li>• Rough Guides</li> <li>• Good Housekeeping</li> <li>• Escritor Freelance para medios como ( Dad.info/National Geographic Traveller/ The Independent)</li> </ul>
30	24-31 de octubre 2015	VF	Canadá	MarTour Internacional
31	29-31 de octubre 2015	VF	España	American Airlines
32	29 de octubre-3 de noviembre 2015	VF	Estados Unidos	Sky Medicus
33	06-11 de noviembre 2015	VF	Canadá	Adventures Abroad
34	9-12 de noviembre 2015	VP	Estados Unidos y Canadá	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travel Age West</li> <li>• Examiner</li> <li>• JAXFAX</li> <li>• Travel Life</li> <li>• Odyssey Media Group</li> <li>• Path Finders Travel</li> <li>• El Camino Travel</li> <li>• Travel Squire</li> <li>• Periodista Freelance</li> <li>• Wellness Travel</li> </ul>
35	7-16 de noviembre 2015	VP	Estados Unidos	Color Earth
36	14-16 de noviembre 2015	VF	Estados Unidos	Latin American Scapes
37	14-18 de noviembre 2015	VF	Estados Unidos	Health Travel Tours

N°	FECHA	TIPO	PROCEDENCIA	VISITANTE
38	26-30 de noviembre 2015	VP	Brasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revista Qual Viagem</li> <li>• Quero Viajar Mais</li> <li>• Redescobriendo</li> <li>• Turismo em pauta</li> </ul>
39	3-4 de diciembre 2015	VP	Brasil	Escritores del blog brasileño Viagem Cult.
40	5-9 de diciembre 2015	VP	Francia	Le Figaro Magazine

\* VF: Viaje de familiarización

VP: Viaje de prensa

## RUEDAS DE NEGOCIOS Y CARAVANAS TURÍSTICAS

Como parte de la estrategia de posicionamiento de El Salvador como destino turístico se realiza por primera ocasión las denominadas Caravanas Turísticas, con el objetivo de crear encuentros más privados entre los empresarios salvadoreños y los principales mayoristas y agencias de viajes, con el fin de propiciar nuevos contactos y realizar negocios. Durante las caravanas turísticas se han llevado a cabo jornadas de presentación país, a fin de promover los principales destinos turísticos.

A continuación se detallan las caravanas realizadas:

Entre el 28 al 30 de julio de 2015, se ha realizado la primera **Caravana Turística en Estados Unidos Costa Oeste** (San Francisco, Seattle, Los Ángeles), participaron 8 empresarios salvadoreños entre ellas:

Epic Tours, Salvadorean Tours, Avitours, Green Blue Red, La Ruta del Guerrillero, Discover El Salvador, Transportes Jap, Inter Tours.

**Caravana turística en Estados Unidos Costa Este** (Miami, Washington D.C., Nueva York), se lleva a cabo del 14 al 16 de septiembre de 2015. El total de empresarios participantes ha sido de seis (El Salvador Bike Tours, Epic Tours, Green Blue Red, Avitours, Discover El Salvador y Salvadorean Tours).

**Caravana turística en Toronto, Canadá** (Montreal, Toronto) se ha realizado el 20 y 21 de octubre de 2015, con la participación de cuatro empresarios nacionales: Adventure Sports Tours, Epic Tours El Salvador, Green Blue Red y Decamerón.



Las ruedas de negocios son un encuentro más privado para que los empresarios salvadoreños puedan entablar contacto con mayoristas y agencias de viajes de una región determinada, con el fin de posicionar y promocionar a El Salvador como destino de calidad mundial, entre los consumidores finales y mayoristas presentando la oferta para diferentes tipos de mercado y dando a conocer los productos con los que el destino cuenta, a través de la marca destino.

**Rueda de Negocios Perú**, llevada a cabo el 19 de noviembre de 2015. En total 8 empresarios participantes: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Mayan Escapes, Intertours, Hoteles Decameron, Green Blue Red, Ecomayan tours, Tours Universales, Nanch Tours.

**Rueda de Negocios Madrid**, llevada a cabo el 25 de enero de 2016 y con la participación de 12 empresas: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Cadisi Tours, La Ruta del Guerrillero, Salvadorean Tours, Hotel Holiday Inn, Tour Bus, Hoteles Decameron, Akwaterra, Finca San Antonio, Hotel Casa de Mamapán, Hostal Monteverde, Nanch Tours.

**Rueda de Negocios Chile**, se ha llevado a cabo el 26 de mayo de 2016, con la participación de 10 empresas: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Epic Tours, Morazan Tours, Avitours, Intertours, Hoteles Decameron, Tours Universales, Nanch Tours, La Ruta del Guerrillero.

“ La sostenibilidad turística tiene como objetivo lograr el equilibrio entre el crecimiento económico a través del turismo, la conservación del patrimonio e identidad cultural, y el medio ambiente. ”

~ Ministro de Turismo José Napoleón Duarte.

## PUEBLOS VIVOS

La Gerencia de Turismo Interno, a través del programa Pueblos Vivos, realiza una dinámica institucional sustentada en una plataforma de trabajo para el desarrollo turístico del país, mediante la coordinación con las municipalidades por medio de los Comités de Desarrollo Turístico (CDT). Asimismo, se ha



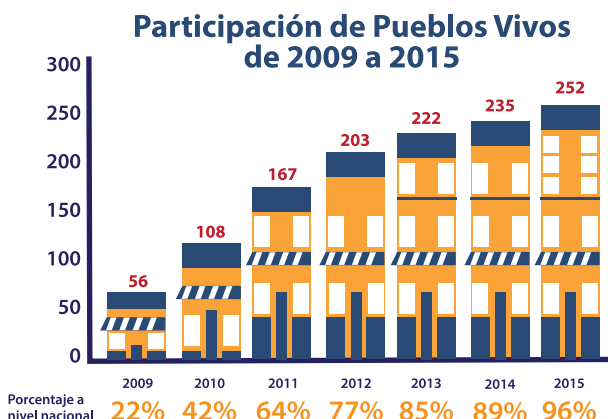
promovido la participación ciudadana, articulando esfuerzos con emprendimientos, micro, pequeña y mediana empresas turísticas, incrementando de esta manera la activación económica local, teniendo como consecuencia el incremento en las inscripciones de empresas en el Registro Nacional de Turismo.

## Pueblos Vivos Multidestino 2015

La séptima edición de Pueblos Vivos 2015 denominada "multidestinos", incorpora los territorios inscritos en el programa a la oferta turística del país, como un producto multidestino, fomentando la comercialización con prestadores de servicios turísticos, dinamizando así la economía local.

La metodología de trabajo está basada en cuatro grandes pilares:

**TURISMO- INNOVACIÓN - CONECTIVIDAD Y ASOCIATIVIDAD;** el reto ha sido presentar a los municipios organizados por circuitos, desde los cuales se pueda apreciar una oferta turística integrada que genere una mayor demanda de visitantes.





Para desarrollar esta edición se ha trabajado con 252 municipios organizados en 53 circuitos turísticos multidestinos.

Los municipios participantes han sido beneficiados con promoción, asistencia técnica, recorridos turísticos y entrega de

mobiliario urbano para mejora de imagen, lo que ha permitido visualizar el potencial y la singularidad de cada uno de los circuitos turísticos creados con la estrategia Multidestinos. Entre los municipios ganadores por zonas tenemos:

<b>ZONA OCCIDENTAL</b>	<b>1. Circuito "Ruta de Las Flores"</b>
	Integrado por los siguientes municipios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tacuba</li> <li>• Ahuachapán</li> <li>• Apaneca</li> <li>• Juayúa</li> <li>• Salcoatitán</li> <li>• Nahuizalco</li> </ul>
<b>ZONA CENTRAL</b>	<b>2. Circuito "Ruta Fresca"</b>
	Integrado por los siguientes municipios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Palma</li> <li>• San Ignacio</li> <li>• La Reina</li> <li>• Citalá</li> </ul>
<b>ZONA PARACENTRAL</b>	<b>3. Circuito "Camino de Artes y Tradición"</b>
	Integrado por los siguientes municipios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apastepeque</li> <li>• San Vicente</li> <li>• San Cayetano</li> <li>• Istepeque</li> </ul>
<b>ZONA ORIENTAL</b>	<b>4. Circuito "Costa Oriental"</b>
	Integrado por los siguientes municipios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chirilagua</li> <li>• Conchagua</li> <li>• Intipucá</li> <li>• La Unión</li> <li>• Meanguera del Golfo</li> </ul>



Turistas abordo de autobús City Tours



Parque Acuático Atecozotl, Izalco



Iglesia Santo Niño de Atocha, Coatepeque

## City Tours

Se ha venido impulsando y promocionando a los circuitos Pueblos Vivos Multidestinos a través de varias actividades, festivales, ferias y city tours, con la asistencia técnica de la Gerencia de Turismo Interno en apoyo a los municipios participantes en el programa, beneficiando así a los gobiernos locales y comités de desarrollo turístico.

Los City Tours han sido claves en la dinamización de la economía local, ya que el objetivo ha sido el acercamiento directo entre turistas y los destinos. De junio 2015 a mayo 2016 se han desarrollado 97 City Tours, movilizandoo a 5,883 turistas.



## Mobiliario urbano

El programa Pueblos Vivos apoya a los municipios del país a potenciar sus atractivos turísticos, así como a mejorar la imagen de los territorios mediante acciones que logren este objetivo. Para ello entre junio y diciembre de 2015 se han beneficiado a 122 municipios con mobiliario urbano como:

paradas de buses, señalética, depósito para basura, kioscos móviles, casetas de información turística, pintura y canopys, como parte de los premios de participación en el programa y el fortalecimiento del desarrollo turístico de los territorios.



## REGISTRO NACIONAL DE TURISMO (RNT)

Es una herramienta fundamental para el posicionamiento de nuestro país como destino turístico de calidad, ya que conforma el único registro de Turismo en El Salvador; el objetivo es apoyar y gestionar acciones que conlleven a la mejora continua en la prestación de servicios turísticos, así como la divulgación de información de las empresas turísticas inscritas.

## Apoyo a empresas inscritas en el RNT

### Capacitación en manipulación de alimentos

Entre junio y agosto de 2015, CORSATUR con el apoyo del Ministerio de Salud, realiza la capacitación a empresas de alimentos con el fin que estas obtuvieran el carnet de manipuladores de alimentos.

La actividad ha beneficiado a 108 empleados de nueve empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo.



Graduados de la capacitación Manipulación de alimentos



Stand RNT Feria Food and Drink

### Promoción del RNT y empresas inscritas

Se ha participado en cuatro eventos con el propósito de promover a 48 empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo. Los eventos han sido: feria "Food and Drink Trade Show", los días 22, 23 y 24 de Junio de 2015, en las instalaciones de CIFCO.

"Expo Vacaciones 2015", los días 11 y 12 de julio de 2015, en las instalaciones de CIFCO, beneficiando a 10 empresas.



Empresarias del RNT en Expo Vacaciones 2015



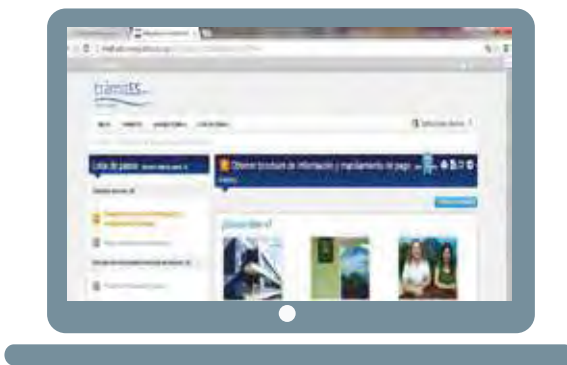


“Feria de Pueblos Vivos, Multidestinos 2015”, los días 12 y 13 de septiembre de 2015, en las instalaciones de CIFCO, participan 38 empresas con stand.



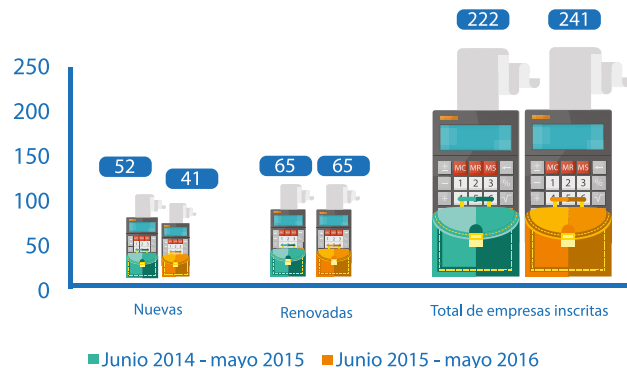
Empresarios en feria de Pueblos Vivos 2015

## Página web RNT y página E-regulations



## Empresas inscritas en el RNT

El gráfico de la derecha, muestra la inscripción de empresas en su clasificación de: nuevas, renovadas y totales vigentes para los periodos junio 2014–mayo 2015 y junio 2015– marzo 2016. Observando una tendencia positiva al incremento de empresas vigentes en el RNT.



Análisis del gráfico 1. (Fuente propia- unidad RNT):

## ANTENAS TURÍSTICAS

A nivel nacional se cuenta con seis oficinas de atención al turista, ubicadas estratégicamente en: Ruta de Las Flores (Apaneca), Ruta Fresca (La Palma), La Libertad (Malecón), Suchitoto, Ruta de Paz (Jocoatique) y La Unión.

Cada una de dichas oficinas, son atendidas por dos técnicos, dentro de sus funciones principales se destacan: atención a turistas que solicitan información, conformación de Comités de Desarrollo Turístico, apoyo a los gobiernos locales y Comités de Desarrollo Turístico en la elaboración de planes de

trabajo, organización de festivales artesanales, gastronómicos, City Tour, encuentros empresariales para compartir experiencias entre otras actividades.

Desde junio de 2015 a mayo de 2016 se han atendido a 18,695 visitantes nacionales y extranjeros, asimismo se han realizado 809 actividades en las instalaciones de los CAT y 1,006 asistencias técnicas a los Gobiernos Locales, Comités de Desarrollo Turístico, empresarios locales, entre otros actores locales; como parte del fortalecimiento de desarrollo turístico en las áreas de acción de los CAT.



Apaneca, Ahuachapán

## Mejora de imagen de flota vehicular de CORSATUR

Entre septiembre y diciembre de 2015, se ha realizado un refrescamiento de la imagen de la flota vehicular de CORSATUR, mediante la vestimenta de los mismos con los principales atractivos turísticos salvadoreños.

El proyecto ha beneficiado a los municipios del territorio salvadoreño, mediante la promoción de los principales recursos y atractivos turísticos.



Imagen de la flota vehicular de CORSATUR



## Convenio de cooperación con MINSAL

En noviembre de 2015, se realiza la firma de un convenio entre el Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo y Ministerio de Salud, con el objetivo de:

- Implementar el sistema de información turística en las instalaciones donde funciona actualmente el Sistema de Emergencias Médicas.
- Realizar jornadas de asistencia para la adopción de la inocuidad alimentaria e higiene, en el sector de alimentos, de los principales destinos turísticos prioritarios, del país.
- Incorporar en la Mesa Consultiva de Turismo Médico a un representante del Ministerio de Salud.

## Convenio de Cooperación Corredor Salvadoreño en Los Ángeles y ASOHORES

En la ciudad de La Palma en el mes de Marzo dos mil dieciséis, La Asociación de Hoteles y Restaurantes de la Zona Norte de Chalatenango (ASOHORES) celebraron la firma del convenio de cooperación, entre ambas Asociaciones, buscan los siguientes beneficios:

- Desarrollar una alianza comercial entre ambas Organizaciones afín de desarrollar económicamente a todos los actores que conforman a ambas partes, y lograr de esta forma, el crecimiento económico sostenible de la región Norte de Chalatenango; así como también unir la diáspora con La Ruta Fresca conformada por La Palma, San Ignacio y Citalá una de las zonas de mayor auge turístico y más seguras del país con la finalidad de atraer inversión de los Salvadoreños en el exterior, en una zona que hoy día forma parte del Trifinio y es considerada Zona Ecológica Indivisible.
- Establecer mecanismos de cooperación en materia de fortalecimiento para ambas organizaciones así mismo en cuanto al desarrollo de Turismo y desarrollo comercial, en donde ambas partes se comprometen a establecer un equipo de trabajo para cumplir con dicha finalidad.
- Desarrollar actividades de promoción turística conjunta para la creación de paquetes multidesestino, con destinos complementarios y otras acciones que se negocien de común acuerdo entre las partes.

De esta manera se comprometen a fomentar el emprendedurismo juvenil turístico, para evitar la migración e índices de violencia en la zona alta de Chalatenango.



Celebración del convenio con ASOHORES

## Fortalecimiento a la POLITUR

Con el objetivo de fortalecer la seguridad turística a través de la Policía de Turismo (POLITUR), se ha dotado con 800 camisas tipo Polo con el fin de refrescar y mantener una adecuada imagen de los agentes de seguridad turística para atender a los turistas, apoyando a la institución policial en el marco del programa PROASISTUR. Dicha acción se ha realizado entre diciembre 2015 y febrero 2016.

Lo anterior, como parte de la mejora de la imagen Policial, al momento de atender turistas nacionales e internacionales.



## Automotores para el programa PROASISTUR

Con el objetivo de fortalecer la asistencia al turista, se realiza entre septiembre y diciembre 2015 la compra de cuatro vehículos como parte del proyecto PROASISTUR para mejorar el trabajo en los territorios de la Policía de Turismo.

Estos vehículos han sido distribuidos en: Ruta de Las Flores, Ruta Fresca (La Palma), Suchitoto y Zona Rosa.



## Turismo Rural Comunitario en Meanguera, Morazán

En septiembre de 2015, se inició el proyecto para la consolidación y expansión del modelo de desarrollo de turismo comunitario en Meanguera, Morazán a partir del aprovechamiento de las capacidades de los actores locales y familias organizados en cooperativas y comités de turismo.

Con la implementación del proyecto se diversificará la producción agro turística, artesanal y de servicios turísticos. Actualmente tiene el 25% de avance. Al

finalizar el proyecto las familias rurales quedaran articuladas y prestando servicios de calidad, bajo un modelo de turismo rural comunitario, lo cual traerá un gran valor a la zona y mejoraran sus condiciones de vida los beneficiarios.

La población beneficiada serán 100 emprendedores turísticos y 500 de forma indirecta, empresarios turísticos de Ruta de Paz y turistas nacionales e internacionales. Las instituciones cooperantes son: Fundación Interamericana (FIA), Alcaldía Municipal de Meanguera, Ministerio de Turismo a través de CORSATUR.



Vista al proyecto Turismo Rural Comunitario

## Realización de Encuentros Regionales:

### Chiquimula y Chorty (Guatemala) – Ruta de Las Flores (El Salvador)

El primer encuentro de regiones culturales, fue realizado los días 17, 18 y 19 de febrero 2016 y el segundo encuentro los días 25, 26, 27 de febrero, se ha contado con la participación de la región Chiquimula de la Sierra y Región Chorty Guatemala y de La Ruta de Las Flores, en el marco del evento se desarrollaron tres actividades importantes: giras de intercambio, los participantes visitaron 5 destinos de la Ruta de Las Flores, ellos tuvieron la oportunidad de conocer de cerca el desarrollo de Apaneca, Concepción de Ataco, Juayua, Nahuizalco y Salcoatitán.

En la noche cultural, los participantes conocieron parte de nuestra cultura y tradiciones a través de bailes y exhibición de trajes autóctonos, además del intercambio de experiencias y logros alcanzados por los municipios dentro del territorio.

La población beneficiada ha sido empresarios de Chiquimula de la Sierra Guatemala, CDT's y empresarios de los municipios de Apaneca, Juayua, Nahuizalco y Salcoatitán.



Encuentros regiones culturales con Chiquimula, Guatemala



Encuentro Chorty, Guatemala

### Intercambio Conchagua – Nahuizalco - Izalco

Los municipios de Nahuizalco e Izalco conocieron el trabajo realizado por los municipios de Conchagua y La Unión en el tema de señalización turística con el fin de implementar ordenanzas municipales que permitan rescatar los centros históricos en sus municipios.

Personas beneficiadas: 38 participantes entre ellos, Alcaldías, CDTs de los municipios de Conchagua, Nahuizalco e Izalco.

### Proyecto Colegio Amigos del Turista

Este proyecto ha tenido como objetivo sensibilizar a los niños, niñas y maestros sobre la importancia del Turismo como una

actividad que contribuye al conocimiento local (Cultura Turística), el beneficio social y a la conservación del medio ambiente (Seguridad y Medio Ambiente), a través de charlas informativas.

Se ha beneficiado a 206 niños de 6 escuelas de la Ruta de Las Flores: Centro Escolar Cantón El Barro (Ahuachapán), Colegio San Andres Apóstol (Apaneca), Colegio San Francisco (Concepción de Ataco), Centro Escolar PESTALOSIS (Salcoatitán), Centro Escolar Bartolomé de Las Casas y Escuela Municipal de Nahuizalco.



## Club Amiguitos de Don Jocote

Este proyecto ha tenido como objetivo brindar la oportunidad vivencial a niños y niñas del Club Amiguitos de Don Jocote, para que conocieran el turismo de Sol y Playa de El Salvador, así como técnicas para poder practicar el Surf.

Se han beneficiado a 54 niños del Club Amiguitos de Don Jocote, de San Lorezo, Ahuchapán.



Club de Amiguitos de Don Jocote

## Conformación de Comités de Desarrollo Turístico (CDT)

En el período que se informa se han conformado 25 nuevos Comités de Desarrollo Turístico, incluyendo el departamental (CDT Sonsonate) y 3 regionales, de estos uno está en el área La Pita, en Tecoluca, otros en el departamento de La Unión: Monteca y Playas Las Tunas.

Asimismo, se han reestructurado 52 CDT, entre municipales y empresariales, como es el caso del CDT de empresarios turísticos de la Costa del Sol. Actualmente se cuenta con 265 CDT que equivale a 225 municipios organizados, que a nivel nacional representan un 85.8%.



Juramentación CDT Departamental, Sonsonate

A través del CAT Ruta de Las Flores, se ha conformado el Comité Departamental de Sonsonate, el cual está integrado por los diferentes Comités de Desarrollo Turístico de los 16 municipios que conforman dicho departamento. Cabe destacar que dicho comité ha sido juramentado por el Sr. Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte, evento realizado en la ciudad de Nahuizalco; beneficiándose a la población y empresarios del Departamento de Sonsonate.

**A través del programa de formación turística “FORMATURES”, se han realizado las siguientes acciones:**

## **CRUCEROS**

Bajo la estrategia del fortalecimiento de la calidad de los servicios turísticos prestados y buscando un posicionamiento competitivo a nivel internacional, en este caso en la industria de cruceros, se ejecuta el Proyecto de Actualización y Fortalecimiento de Conocimientos en Atención a Cruceros, con el objetivo de mejorar la calidad en los productos y servicios que se brindan en la recepción de Cruceros Turísticos en el país.

Este proyecto está dirigido a Tour Operadores, Guías Turísticos Nacionales, Restaurantes y Transportes; y ha sido ejecutado entre los meses de octubre del año 2015 y marzo del año 2016, de la siguiente manera:

### **Curso Internacional de Excelencia para Guías Turístico en la Atención de Cruceros (Tour Guide Excellence International Certification)**

La certificación internacional para Guías Turísticos en la excelencia de atención a cruceros, tiene como objetivo cumplir con los estándares internacionales para Guías Turísticos en la industria de cruceros y crear una cultura permanente en la atención y servicio al cliente en la industria de cruceros turísticos.

Los beneficios de dicho curso es una Certificación reconocida y avalada por la

Florida–Caribbean Cruise Association (FCCA) y el resto de líneas internacionales de cruceros; mayor índice de satisfacción para el operador turístico que contrata al Guía Turístico y del destino en su conjunto; fortalecimiento de la competitividad como destino portuario para la atención de cruceros e inclusión en la lista como guías turísticos certificado que se da a las líneas de cruceros miembros de la Florida–Caribbean Cruise Association FCCA.

### **Acreditación Internacional de Excelencia para Tour Operadores en la Atención de Cruceros (ACE Tour Operator Designation)**

La acreditación internacional para Tour Operadores en la excelencia de atención a cruceros tiene como objetivo cumplir con los estándares internacionales en la industria de cruceros para la atención en su arribo a los puertos; así como crear una cultura permanente en la atención y servicio al cliente en la industria de cruceros turísticos.

Los beneficios obtenidos con la acreditación es una Acreditación Avalada y reconocida por la Florida–Caribbean Cruise Association (FCCA); el cumplimiento de las Políticas y Procedimientos de los estándares de calidad internacional reconocidos y respetados en la industria de cruceros y la inclusión en la lista de Tour Operadores de las líneas de cruceros miembros de la Florida–Caribbean Cruise Association (FCCA); siendo los beneficiados con esta acreditación 13 Tour Operadores.



## Curso de inocuidad alimentaria para actores de cruceros

En noviembre de 2015 se realiza una capacitación a actores claves del sector turístico salvadoreño, ofreciendo insumos prácticos que propicien el fortalecimiento y aplicación de la inocuidad alimentaria e higiene denominado “Inocuidad alimentaria para actores de cruceros”.

Se ha obtenido como beneficio directo una mejora sustancial en la prestación del servicio y en la atención al cliente. En total han sido 25 personas capacitadas en el marco de las acciones para la actualización de los conocimientos en atención de cruceros y manipulación de alimentos impartida con el apoyo del Ministerio de Salud.



Curso de inocuidad alimentaria e higiene

## Curso básico de inglés técnico

CORSATUR desarrolla en noviembre y diciembre de 2015 una capacitación especial para 18 personas dedicada a representantes de Comités de Desarrollo Turístico, personal de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), guías turísticos y personal de alcaldías, con el fin de brindar herramientas para lograr una comunicación a nivel básico en el idioma inglés, dentro del marco del Programa de actualización y fortalecimiento en la atención de cruceros; fortaleciendo de esta manera a los actores directos en la atención de turistas extranjeros que ingresan al país vía cruceros.

Siendo los beneficios directos un mayor índice de satisfacción para el visitante; aumento en la competitividad como destino y cualificación que permite aumentar la posibilidad de prestación de servicio y alianzas estratégicas en el sector de la atención a cruceros.



## SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Con el objetivo de mejorar el desempeño interno y externo de la Corporación Salvadoreña de Turismo y las acciones que se realizan, a través de la optimización de los procesos del Sistema de Gestión de Calidad, elevando así la calidad de los servicios para lograr alcanzar los objetivos trazados por la Institución y fomentar la mejora continua, tanto en la institución, como en las MIPYMES de la industria turística.

Siendo los principales beneficios de contar con una certificación de calidad:

**CONFIANZA**, el empresario está asegurando al cliente que cumple con los requisitos de calidad y el cliente puede sentirse confiado de que obtendrá lo que el servicio turístico especifica.

**TRANSPARENCIA**, ya que las normas de calidad, en general, son conocidas, de carácter público y de acceso general, lo que asegura cumplir con los requisitos mínimos con los que puede contar el cliente al momento de elegir entre un servicio y otros.

**SEGURIDAD**, en cuanto a contar con personas capacitadas, evidenciado de manera objetiva, disminuye potenciales riesgos para los visitantes y aumenta la seguridad de los mismos.



**SATISFACCIÓN**, lo que se traduce en la recomendación del servicio utilizado por parte del usuario a cercanos suyos.

**DIFERENCIACIÓN**, en cuanto a que posicionarse en la mente del cliente permitirá que éstos vuelvan en el futuro, además de servir de influencia sobre terceros para que éstos también utilicen sus servicios.

## Renovación de Certificación de Calidad ISO 9001:2008

El Sistema de Gestión de Calidad (SGC) es una estrategia operacional de trabajo, donde se establecen documentos y registros para implementar, mantener y mejorar continuamente la eficacia y eficiencia de la Gestión Institucional.

Su objetivo es lograr la calidad de los servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos que influyen en satisfacción de nuestros clientes y en el logro de los resultados deseados por CORSATUR.

Siendo los beneficios:

- El reconocimiento internacional de CORSATUR y el impacto de contar con su respaldo al ser una institución certificada bajo la norma ISO 9001:2008, provee ventaja competitiva en sus áreas de desarrollo y un referente en materia de turismo.
- Mayor credibilidad de CORSATUR certificada hacia sus usuarios y proveedores ya que se observa ser consistente con la misma empresa certificadora.
- Proporciona el práctico, continuo seguimiento y monitoreo en la marcha de CORSATUR y en la evolución de los procesos críticos.

En diciembre 2015 renovar la Certificación de Calidad ISO 9001:2008 para dar cumplimiento a la norma ISO 17021, misma que rige a la Corporación Salvadoreña de Turismo en virtud de la certificación de calidad, la cual indica que una vez lograda la certificación se deben realizar auditorías de seguimiento para comprobar el mantenimiento y mejora del Sistema de Gestión de Calidad de la institución.

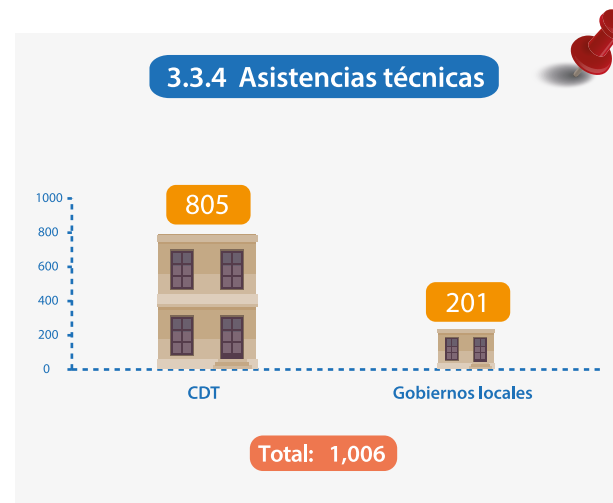
## Programa de Certificación a pequeños Hoteles

Entre agosto 2015 y marzo 2016, se ejecuta el proyecto de certificación a pequeños hoteles con el propósito de mejorar los estándares de calidad de los servicios que prestan.

El proyecto se impulsa bajo un convenio con la Organismo Salvadoreño de Normalización y bajo el que CORSATUR ha cubierto el 80% de los costos de las certificaciones para 6 pequeños hoteles de diferentes zonas del país.

Ejecutado el programa, los hoteles han logrado la certificación de Norma NTS03.44.01:06 Norma de Calidad Turística de Servicios e Instalaciones para Pequeños y Medianos Hoteles, Hostales y Apartahoteles.

## Consolidado de Beneficiarios





## EVENTOS Y POSICIONAMIENTO MEDIÁTICO

La Unidad de Comunicaciones ha trabajado durante el año en gestión en contribuir a que el tema de turismo se divulgue desde la perspectiva de un rubro importante para el desarrollo económico y social del país, a partir de una estrategia integrada de acciones comunicativas individuales y conjuntas de los diferentes actores vinculados con la institución.

### Intercambio de experiencia sobre periodismo turístico

El marco de la presidencia Pro Tempore de Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), la unidad de comunicaciones lleva a cabo el 10 y 11 de diciembre de 2015, el taller de intercambio de experiencias sobre periodismo turístico regional.

El evento ha tenido por objetivo intercambiar experiencias sobre la importancia de la capacitación en materia de periodismo turístico, así como analizar la importancia de los medios de comunicación en la percepción que se tiene sobre la construcción de la imagen positiva del destino turístico.

Asimismo, se ha buscado debatir sobre el impacto que tiene el periodismo sobre el turismo, su desarrollo y promoción.

Se contó con la presencia de 20 participantes, de los cuales 12 fueron regionales y el resto nacionales. Los fondos fueron proveídos por la Cooperación española, por lo que la institución no incurrió en gastos más solo en logística y desarrollo de la actividad.



Lanzamiento periodismo turístico regional



Participación de periodistas

### Entrevistas en medios de comunicación

Durante junio 2015 y mayo 2016, la Unidad de Comunicaciones ha realizado la gestión en espacios televisivos, radiales y de prensa escrita con el objetivo colocar en la agenda pública el trabajo de los funcionarios en favor del desarrollo económico y local del país a través el Turismo.

Se han programado 60 espacios de entrevista en radio, televisión y prensa escrita, a fin de cumplir los objetivos de la unidad enfocados en mantener una imagen positiva de los funcionarios y exponer ante la población el desarrollo de proyectos turísticos en el país.



## Noticias publicadas en prensa escrita

La Unidad de Comunicaciones ha logrado la publicación de 429 publicaciones de noticias en los principales medios de comunicación escrita: Diario de Hoy, La Prensa Gráfica, Diario Co-Latino y Diario El Mundo entre junio de 2015 a mayo de 2016.

**429**  
PUBLICACIONES  
EN PRENSA ESCRITA



El publicity obtenido en prensa escrita está valorado en \$684,365.54

traducido en ahorro de publicidad, tomando en cuenta el valor del espacio en cada medio de prensa escrita.

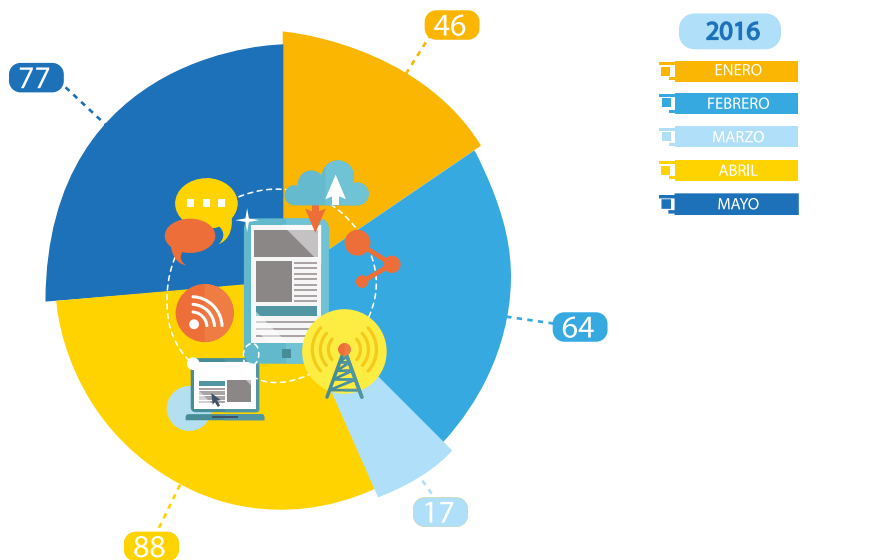
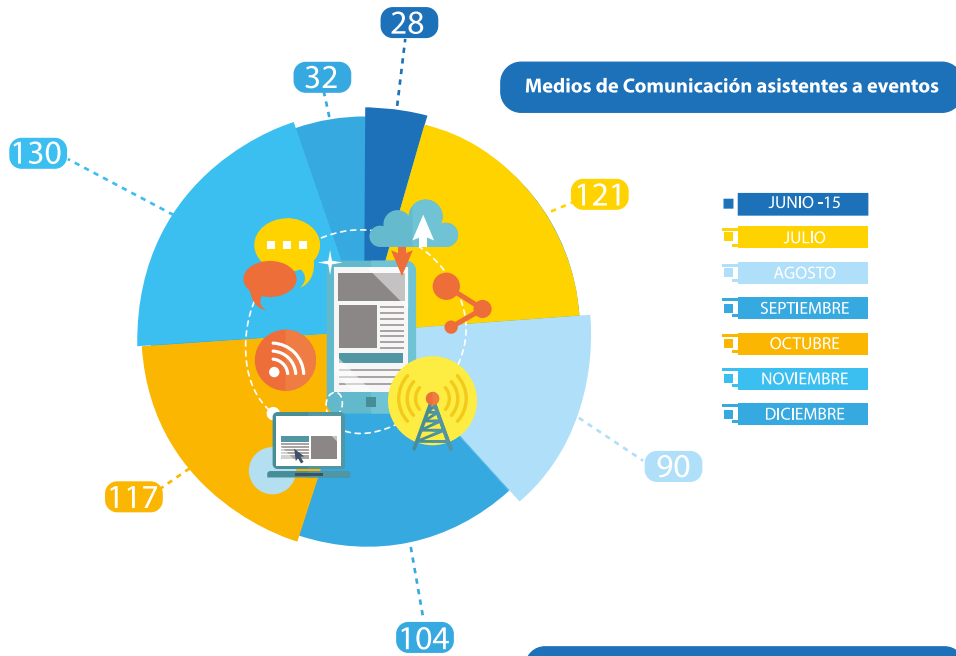
**\$684,365.54**

**PUBLICITY** OBTENIDO EN PRENSA ESCRITA



## Participación de los medios de comunicación

Durante el mismo período, la Unidad de Comunicaciones contabiliza la frecuencia de 914 medios de comunicación asistentes a eventos y conferencias de prensa, que se traducen en noticias a través de prensa escrita, radial, televisiva y digital. (Dato hasta diciembre 2015).





Volcán Chaparrastique, San Miguel



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016



EVENTOS





## EVENTOS ESTRATÉGICOS

### Visita de inversionistas internacionales

En diciembre de 2015, se realiza una gira especial para atender a inversionistas internacionales, con el propósito de presentar las oportunidades de inversión turística de naturaleza pública e iniciativas privadas nacionales.

Las actividades de promoción de inversión turística ha contado con el apoyo de PROESA y de la presencia de los inversionistas Sr. José Luis Cervantes Director Ejecutivo del Parque Acuático Playa Mia de Cozumel – México, y el Dr. Bruno Omori, Presidente de la Asociación de la Industria Hotelera de Sao Paulo – Brasil, a quienes se les presentaron

proyectos turísticos públicos Hotel de Montaña Cerro Verde y Proyecto Turístico en El Icacal.

Asimismo, se ha facilitado reuniones individuales con las gremiales turísticas nacionales Cámara Salvadoreña de Turismo y PROMAR para intercambiar experiencias empresariales.

El proyecto ha beneficiado a gremiales de empresarios turísticos nacionales, a quienes se les ha facilitado la negociación directamente con los empresarios inversionistas internacionales.



Recorrido Hotel de Montaña Cerro Verde



Funcionarios durante recorrido en El Cerro Verde



## Primer Congreso de Turismo y Seguridad

Del 15 al 17 de noviembre de 2015, la Corporación Salvadoreña de Turismo apoya en la organización del Primer Congreso de Turismo y Seguridad, denominado un espacio para facilitar la seguridad turística en Centroamérica y República Dominicana.

La actividad ha sido desarrollada en alianza con el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Oficina de Naciones Unidas (UNODC), la Organización Mundial del Turismo y el Ministerio de Turismo.

El objetivo del evento ha sido fomentar un debate regional de alto nivel sobre los retos que plantea la delincuencia organizada transnacional a la industria turística y la manera en la que dichos retos impactan la economía nacional de los países antes mencionados.

La actividad ha tenido como resultado la presentación de iniciativas regionales sobre seguridad y Turismo Sostenible, enfocada en el fortalecimiento de las capacidades nacionales de los países de Centroamérica y La República Dominicana.

Asimismo, se ha acordado formular y suscribir una declaración política sobre Turismo y Seguridad, que contenga los conceptos ideológicos de la política institucional de seguridad y turismo, con acuerdos regionales que aborden el problema de inseguridad efectivamente, evitando así que este se desplace de un territorio a otro.

## Encuentro con ejecutivos de la FCCA

Con el objetivo de promover la atracción de cruceros al país y fortalecer el apoyo a la empresa privada salvadoreña se ha participado en octubre de 2015 en el 22º encuentro internacional de la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA) en Cozumel, México.

Se ha apoyado con el pago de inscripciones a las empresas Salvadorean Tours y Nanch Tours y un delegado de la CEPA como socio estratégico en la atención de cruceros dentro del país.

CORSATUR junto a CEPA han realizado presentaciones de los principales atractivos turísticos y portuarios del país, con la finalidad de promover a El Salvador como destino de Cruceros, en ese sentido, acompañaron a los empresarios para fortalecer la gestión empresarial del país.

Con la participación en este encuentro con ejecutivos de las líneas navieras, El Salvador se ha mantenido como miembro activo de la Ruta Mesoamericana de Cruceros, conformada por México, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica.

## Llegada de Cruceros

### MS Serenissima

El 5 y 7 de enero de 2016 atraca en el Puerto de Acajutla, Sonsonate el barco MS SERENISSIMA, un barco boutique de la compañía inglesa Noble Caledonia, con un aproximado de 120 turistas ingleses en cada uno de sus toques.

La Corporación Salvadoreña de Turismo ha realizado un acto de bienvenida para los pasajeros que ha incluido una exhibición de danza folclórica, ventas de artesanías y música nacional. Los cruceristas visitaron durante su estadía destinos como: El Cerro Verde, Joya de Cerén, Sitio Arqueológico San Andrés, ciudad de Santa Ana y Ruta de Las Flores.



Crucero inglés Serenissima

### Azamara Journey

El 19 de febrero de 2016 atraca en el Puerto de Acajutla, Sonsonate el crucero turístico Azamara Journey, de la empresa Azamara Club Cruises y que es subsidiaria de Royal Caribbean Cruises, con un aproximado de 1,120 pasajeros de origen estadounidense.

El público target de Azamara Club Cruises han sido turistas que valoran características de confort, servicios y detalles de lujo a bordo, y buscan lugares y puertos exóticos con valor histórico-cultural, prefiriendo destinos poco visitados por otros cruceros, con servicios y detalles de alto nivel.

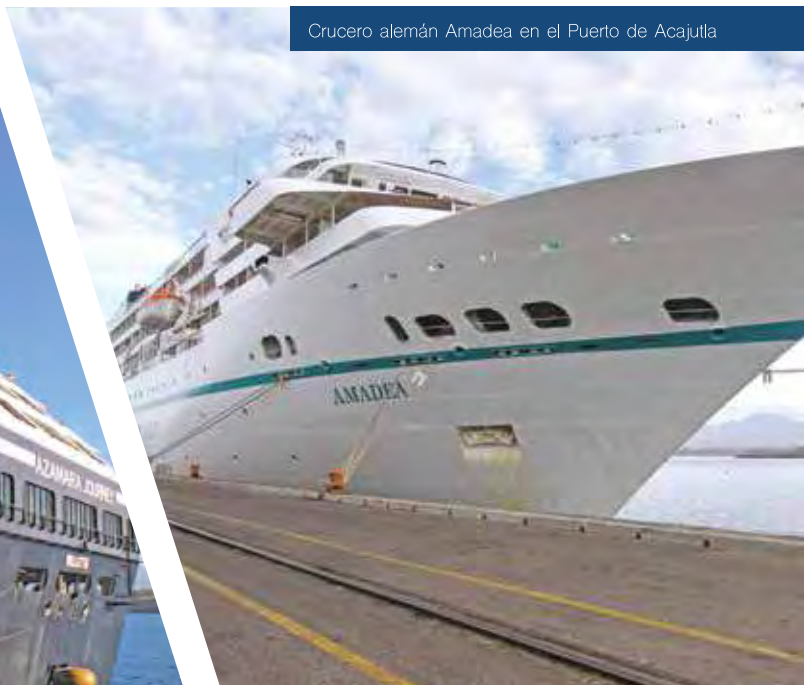


La llegada de este crucero ha ratificado la confianza en el destino y la calidad de los servicios turísticos de la empresa privada por parte de la compañía de navíos deluxe.

Los cruceristas han visitado destinos como: Ruta Maya, Parque Nacional El Cerro Verde, Ruta de las Flores, Parque Nacional El Imposible, Playas en La Libertad.



Crucero estadounidense Azamara Journey en el Puerto de Acajutla



Crucero alemán Amadea en el Puerto de Acajutla

## MS Amadea

El 25 de febrero de 2016, El Salvador recibe en el Puerto Acajutla, Sonsonate el crucero Ms Amadea, perteneciente a la empresa Amadea Shipping Company, con un aproximado de 600 cruceristas alemanes.

Con el apoyo de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA) y la Corporación Salvadoreña de Turismo se adecuó una zona especial para los cruceristas que no tomaron

tours, en el área recreacional del Puerto Acajutla, la cual cuenta con acceso al mar, jardines, sanitarios y acceso a internet. Además, CORSATUR brindó el servicio de microbús “Shuttle – Recreational Area” para todos los pasajeros y tripulantes que permanecieran en el barco.

Los paquetes turísticos de los pasajeros han incluido destinos como: San Salvador – Centro Histórico, El Cerro Verde y Ruta de Las Flores.

## Cuarto Foro Tecnológico de Turismo “Futurista 2015”

En septiembre de 2015, se realiza el 4º Foro Tecnológico de Turismo con el objetivo de generar espacios de acercamiento entre el sector empresarial turístico con profesionales expertos en el ramo de tecnología, eficiencia energética, calidad, diseño de productos turísticos e instituciones públicas y privadas que fondean y financian proyectos de inversión turística desde la banca nacional y privada.

El evento se ha realizado con la estrecha coordinación y apoyo de la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) y el Ministerio de Economía (MINEC). El evento ha contado además con la feria de proveedores para el sector turismo,

brindando asesoría a cada uno de los empresarios y emprendedores turísticos que tuvieran proyectos, los cuales fueron presentados a nueve mesas de negocios con el fin de obtener apoyo técnico o de financiamiento.

Bajo esta nueva modalidad del encuentro, se brindaron 100 asesorías individuales, se montaron nueve mesas de negocios, se desarrollaron cuatro talleres para ideas de negocio y se realizó un conversatorio de mujeres empresarias exitosas para la implementación de la calidad en la empresa turística. En total se ha beneficiado a 317 personas del sector académico en forma directa.



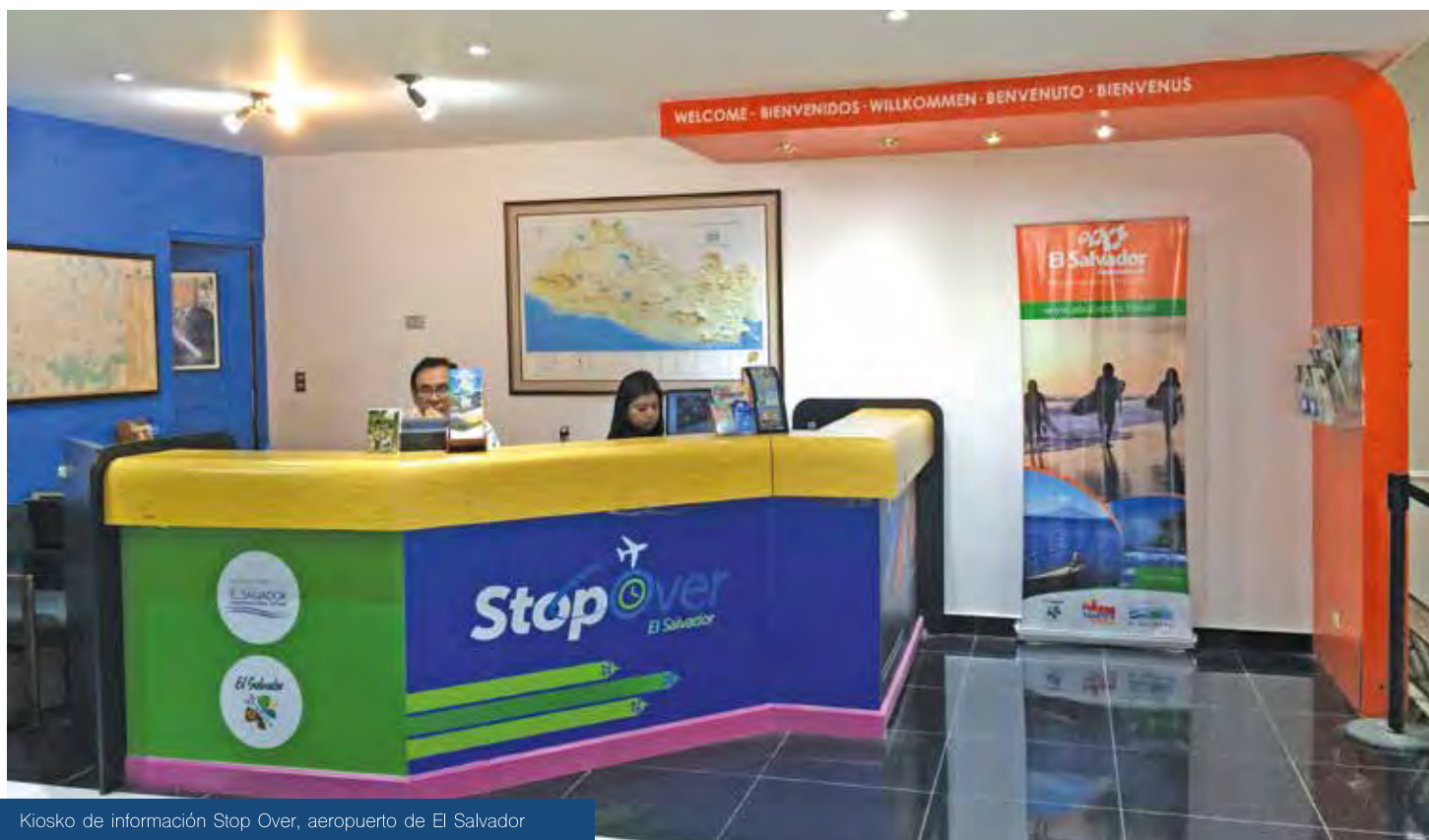
Futurista 2015

## Tercer Foro de Inversión Turística El Salvador 2015

En diciembre de 2015, con el apoyo de PROESA, se lleva a cabo el foro de inversión turística con el objetivo de impulsar y promover espacios de negocios con inversionistas nacionales e internacionales a fin de identificar potenciales socios y desarrolladores de proyectos turísticos. La actividad ha contado con una rueda de negocios en la modalidad de asesorías personalizadas a los empresarios nacionales, las cuales han sido brindadas por los expertos



internacionales invitados de México, Estados Unidos y Brasil. Bajo esta modalidad se dieron 38 asesorías a proyectos turísticos del sector privado. calidad en la empresa turística.



Kiosko de información Stop Over, aeropuerto de El Salvador

## Cielos abiertos: Stop Over

Entre junio 2015 y mayo 2016, se desarrolla un nuevo producto turístico denominado "Stop Over", con el objetivo de incentivar el flujo de turistas en nuestro país, captando exclusivamente a pasajeros en tránsito para realizar viajes de hasta 48 horas en el país.

Es un producto desarrollado en coordinación con el sector privado, a fin de articular la comercialización óptima de los paquetes turísticos.

Las acciones realizadas se han posicionado a través de publicidad en las salas de espera 11, 13, 15 y 18; y la producción de un kit publicitario para la distribución entre los potenciales turistas.

Se ha obtenido un impacto positivo al recibir 2,269 visitantes, la mayor parte de ellos procedentes de países como: Colombia, Estados Unidos, México, Ecuador, Perú, Costa Rica, Argentina, Panamá, Canadá, Chile, Brasil, Españoles, y otros.

## Expovacaciones 2015

El 11 y 12 de julio de 2015, se realiza la feria EXPOVACACIONES la cual ha tenido como objetivo contribuir con el desarrollo turístico de El Salvador y fomentar la unificación de la región en la comercialización de los destinos turísticos. Durante el desarrollo de la feria, se han otorgado 10 espacios a las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo, quienes tuvieron la oportunidad de exponer los servicios que ofrecen.



Funcionarios en recorrido EXPOVACACIONES 2015

## Surf WSL

Del 6 y 9 de agosto de 2015, se realiza el torneo de Surf WSL en la playa Punta Roca, Puerto de La Libertad con el objetivo de promocionar a El Salvador como destino de calidad para la práctica del surf, presentando la oferta de los más de trescientos kilómetros de playa.

Se tuvo una exposición de la marca país durante el evento, el cual fue visitado por más de 7,500 personas y ha reportado un nivel de audiencia en los canales de transmisión en vivo de 1.5 millones de personas a nivel mundial. El evento ha contado con la participación de 73 surfistas de 17 países.





## Surf Copa Alas

Entre el 22 y 24 de octubre de 2015, se realiza el torneo de surf Copa Alas en playa Las Flores San Miguel, una de las actividades más importante a nivel mundial para los practicantes del surf, evento propicio para posicionar la marca país, con la finalidad de reactivar la zona costera marina en el oriente del país, para su desarrollo económico y social.

La marca país tuvo presencia en TV., radio, pantallas electrónicas gigantes, vallas publicitarias, muppies, así como en Internet en las siguientes páginas web y redes sociales:



[www.alaslatintour.com](http://www.alaslatintour.com)



[www.surfalaselsalvador.blogspot.com](http://www.surfalaselsalvador.blogspot.com)



[www.facebook.com/alassurfsv](https://www.facebook.com/alassurfsv)



<https://instagram.com/ALASLatintour>



<https://twitter.com/ALASLatintour>



Playa Las Flores, San Miguel

Transmisión en vivo: el streaming se constituye en uno de los valores más ponderados del evento, siendo TVX Latin Pro 2015 el encargado de transmitirlo a la afición surfista latinoamericana y el resto del mundo, obteniendo del 22 al 25 de octubre un total de visitas de 25,565.

La exposición de El Salvador Impressive, ha sido vista aproximadamente por 5,000 personas, incluyó la transmisión en vivo, afiches, backing, sitio web del evento, en la tarima de jueces, áreas de público, área VIP, área de premiación y tarima de competidores.

Con el objetivo de fortalecer la marca destinos a nivel internacional se ha producido promocionales, tales como: camisetas para el staff, organizadores del evento y público, conferencias de prensa, prensa escrita y un tour para los medios de comunicación.

### El Salvador Travel Market 2015 “ESTM”

Del 8 al 14 de noviembre de 2015, se realiza la III edición de ESTM para fomentar la inversión en turismo, promover programas, proyectos de cooperación y acciones conjuntas entre el sector privado y el sector público, para fortalecer el desarrollo de la industria turística en El Salvador.

La participación de la empresa privada, como expositor, es con el fin de mostrar la oferta turística salvadoreña, cerrar negocios y establecer relaciones comerciales e incluir dentro de su catálogo los destinos, rutas y

circuitos, para que estos sean comercializados en sus mercados.

Con la participación de 40 empresarios, entre tour operadores y hoteles a nivel internacional, se establecieron ruedas de negocio para lograr un total de 1,160 posibilidades de negocio.

La participación ha sido de 40 tour operadores internacionales, 29 empresarios salvadoreños y 10 medios de comunicación internacionales.



Reunión con periodistas internacionales ESTM 2015



El Salvador Travel Market 2015





Visita de inversionistas



## Acciones para atracción de inversiones turísticas

### Visita de Inversionistas internacionales al país

Con el objetivo de socializar los proyectos de inversión turística de naturaleza pública en el país, se ha realizado jornadas con empresarios y líderes turísticos internacionales interesados en conocer las oportunidades de inversión.

Se ha logrado contar con la visita de Sr. José Luis Cervantes Director Ejecutivo del Parque Acuático Playa Mia de Cozumel – México, y al Dr. Bruno Omori Presidente de la Asociación de la Industria Hotelera de São Paulo – Brasil, a quienes se les presentaron proyectos turísticos públicos Hotel de

Montaña Cerro Verde y Proyecto Turístico en playa El Icacal. Asimismo, se ha facilitado reuniones individuales con las gremiales turísticas nacionales como CASATUR y empresarial PROMAR, a efecto de que expusieran los proyectos en desarrollo e identificar oportunidades de intercambio de experiencias empresariales.

Esta acción es desarrollada en coordinación y apoyo con PROESA, con quien se sostienen reuniones a fin de presentar las facilidades de inversión en el país.

## Jornadas para impulso de la Inversión Restaurantera en El Salvador

Con el objetivo de identificar oportunidades de inversión en el sector de gastronomía, se ha realizado una jornada de 50 visitas a fin de proveer a los propietarios, opinión técnica especializada de chef, que les oriente a optimizar las inversiones en las empresas gastronómicas.

Se ha realizado visitas técnicas a los restaurantes, principalmente a los inscritos en el Registro Nacional de Turismo y ubicados en las 6 áreas de injerencia de los Centros de Amigos del Turista (CAT).



Visitas técnicas a restaurantes



El Turismo de aventura y ecoturismo implica la exploración o el viaje a áreas remotas, en donde el viajero puede esperar lo inesperado.

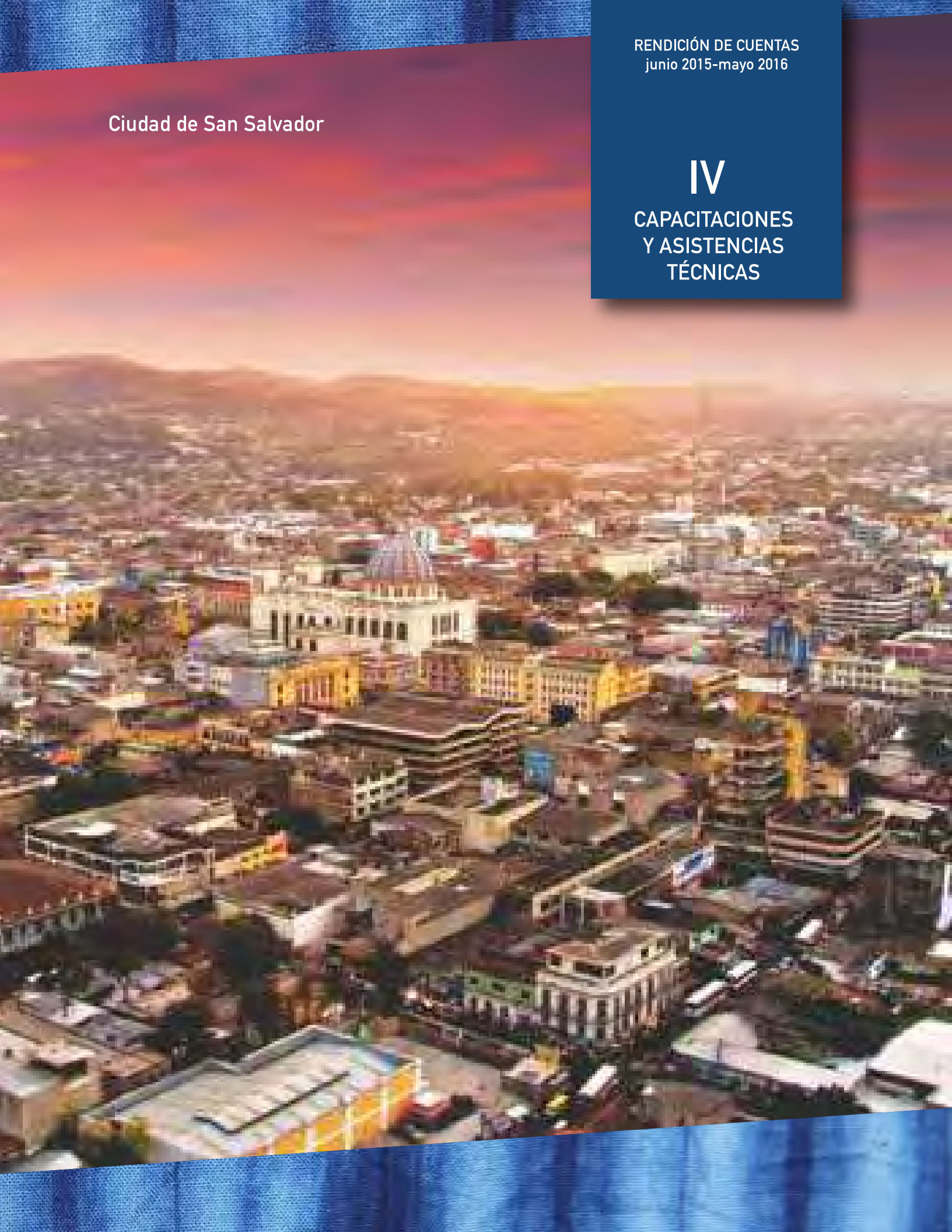
~ Ministro de Turismo José Napoleón Duarte.



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

Ciudad de San Salvador

**IV**  
**CAPACITACIONES  
Y ASISTENCIAS  
TÉCNICAS**



La Gerencia de Planificación, a través de la Unidad de Asistencia Técnica y en el marco del cumplimiento de la Línea Estratégica L.1.10.4. “Fortalecer la calidad de los servicios turísticos, brindando formación turística a las empresas del sector y ampliando la asistencia y seguridad a las y los turistas” del Plan Quinquenal de Desarrollo del Gobierno Central y con el Eje VII “Posicionamiento competitivo” de la Política Nacional de Turismo, tiene como objetivo estratégico Institucional “Generar las condiciones en los territorios a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye Asistencia al Turista, la capacitación y el desarrollo territorial”.

Lo anterior, a través de FORMATURES, programa de especialización técnica con un formato dirigido para el sector empresarial, el cual está dedicado al turismo. El propósito es ser un filtro de los conocimientos y las capacidades más importantes para que puedan desarrollarse y competir en los mercados internacionales; integrando cursos especializados, capacitaciones puntuales y formación técnica de cómo desarrollar las actividades turísticas y atención al visitante de manera eficiente; por ello, juegan un papel importante en el establecimiento de metas y objetivos estratégicos institucionales; siendo las acciones realizadas según áreas de capacitación, en el periodo de junio 2015 a mayo 2016, las siguientes:

## **ASISTENCIA TÉCNICA Y CAPACITACIONES**

Busca la formación del recurso humano, principales actores del sector, tales como MIPYMES turísticas, guías turísticos, Comités de Desarrollo Turísticos, Agentes de la Policía de Turismo, educadores, entre otros; así como la formación que el personal recibe a lo interno. A la vez permite conocer los principales objetivos de las mismas y los alcances e impactos que se obtendrán en la población.

### **Programa de Guías Turísticos Locales**

El Programa de Guías Turísticos Locales busca la preparación de los participantes para brindar los servicios de guiado turístico con altos estándares de calidad que mejoren la competitividad y den los resultados

esperados; a través de la transferencia de conocimientos tanto en temas generales como la Historia de El Salvador, sus costumbres y tradiciones, así como en temas especializados como son la naturaleza, medio ambiente, calidad y competitividad, seguridad y prevención de accidentes; asegurando, en términos razonables, un excelente servicio al turista nacional y extranjero.

El Programa se encuentra estructurado por 8 temas y un total de 89 horas, de las cuales 60 horas son teóricas y 29 horas prácticas; desarrollándose en el año 2015, con una duración de seis meses, en los departamentos de Santa Ana, Sonsonate, Ahuachapán, San Miguel, San Vicente y San Salvador; finalizando en el mes de diciembre de 2015, con un total de 132 Guías Turísticos Locales carnetizados.



Asimismo, y como parte de las acciones y relaciones interinstitucionales durante el mes de febrero, se ha apoyado a la Dirección Ejecutiva Nacional del Plan Trifinio de El Salvador, a través de la Cámara Trinacional de Turismo Sostenible (CTTS) y el Plan Trifinio-PROTUR, en la capacitación y

carnetización de 62 Guías Turísticos Locales en la Ruta Fresca, de los cuales, 30 pertenecen al departamento de Chalatenango y 32 al departamento de Santa Ana; entregando además, 62 kits de Guías Turísticos Locales.



Capacitación de guías turísticos locales

## Cursos Básicos de Idiomas

Con los cursos básicos de idiomas se busca apoyar, especializar y promover la mejora de las capacidades y destrezas de los actores claves en el sector turístico de manera que tengan los conocimientos esenciales para una comunicación eficaz y fluida con el turista al momento de prestar sus servicios.

### Inglés Técnico

Durante los meses de junio y agosto del año 2015, se ha realizado el curso Básico de Inglés Técnico, beneficiando a 45 actores de la industria turística en los departamentos de Santa Ana y San Salvador, a través de la consultoría profesional para fortalecer los conocimientos en dicho idioma.

## Portugués Técnico

En el período comprendido entre septiembre y noviembre de 2015, CORSATUR ha dictado el curso básico en el idioma portugués, impartido a 15 personas representantes de hoteles de la zona oriental del país, específicamente en la Playa El Cuco del municipio de Chirilagua departamento de San Miguel.

Dicha acción ha sido la respuesta a petición del sector privado dedicado al rubro hotelero, al detectar un aumento en la afluencia de turistas de nacionalidad brasileña, necesitando el apoyo para el aprendizaje básico del idioma portugués y poder de esta forma mejorar su servicio de atención.



Graduados curso básico de portugués técnico

## Curso especial a la POLITUR

Entre los meses de noviembre y diciembre de 2015, se dicta el curso especial denominado “Productos y Rutas Turística” dirigido a 55 agentes del cuerpo de la Policía de Turismo y Policía Nacional Civil; realizándose de forma paralela el curso de formador de formadores en Cultura Turística.

El objetivo del curso “Productos y Rutas Turísticas”, es fortalecer las habilidades y conocimientos de los agentes los miembros de la división policial que tienen contacto con turistas.



Capacitación de agentes de la POLITUR



## Capacitación en Cultura Turística

Entre agosto y noviembre de 2015, se llevan a cabo nueve jornadas de capacitación en Cultura Turística, beneficiando a 150 actores del rubro turístico de la zona central y occidental del país.

Los beneficiados fueron docentes, estudiantes, microempresarios, artesanos, miembros de Comités de Desarrollo Turístico, Alcaldías Municipales y guías turísticos.

El objetivo ha sido propiciar la sensibilización y fortalecimiento de los conocimientos generales de una verdadera cultura turística y de esta manera abonar al fortalecimiento y puesta en valor de los destinos turísticos de El Salvador.



Graduados en Cultura turística

## Capacitación de Medios de Comunicación

En el mes de noviembre, se capacita a 25 profesionales del periodismo, sobre la importancia del turismo y el impacto que tienen sus noticias en la población y la industria turística en el país y su economía; siendo el objetivo la transmisión de conocimientos en cuanto al estilo de redacción, con énfasis al buen uso de los adjetivos al momento de la redacción de noticias sobre turismo.



Capacitación medios de comunicación



El Malecón, Puerto de La Libertad, El Salvador



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

V

CARPETAS TÉCNICAS  
Y PROYECTOS  
EN PROCESO





## INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La Gerencia de Proyectos e Inversión ejecuta proyectos estratégicos relacionados con la infraestructura turística, a fin de fortalecer la imagen de los municipios creando espacios recreativos para atraer turistas a las zonas beneficiadas.

Los proyectos se han realizado a fin de dinamizar la economía local a través del Programa Pueblos Vivos y creando productos originarios que impriman singularidad, atractivos y marca en el territorio con vocación turística.

### Mirador Isla Conchagüita, La Unión

Entre los meses de octubre y diciembre de 2015, se ejecuta el proyecto de mejoramiento de un sendero y la construcción del mirador turístico en Isla

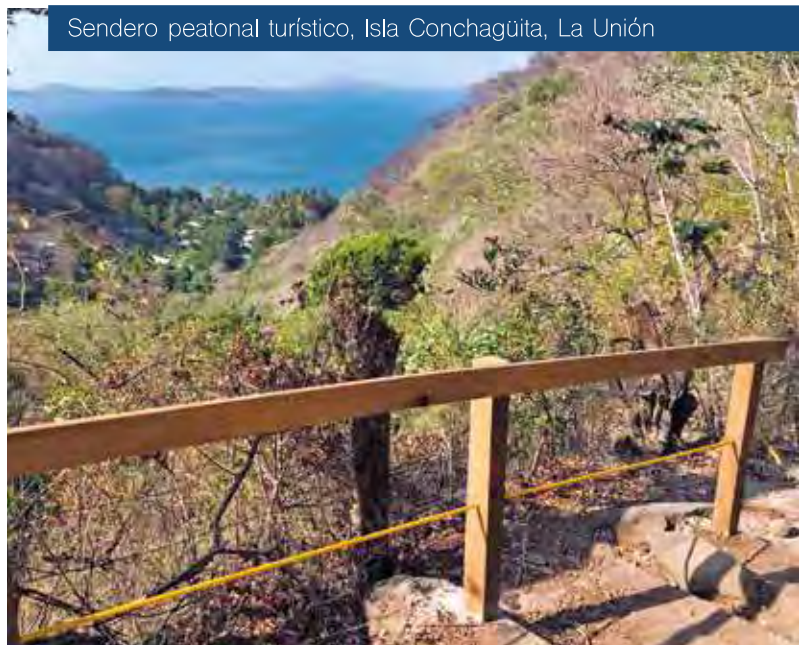
Conchagüita, Municipio de Meanguera del Golfo, Departamento de La Unión, con el objetivo de mejorar las condiciones de infraestructura turística a través de la accesibilidad, transitabilidad y seguridad en la isla.

El proyecto ha buscado fortalecer el turismo de aventura en El Salvador, potenciando al Golfo de Fonseca en el segmento de turismo de aventura, posicionándolo como un punto estratégico para el desarrollo económico y como un destino de atracción para el visitante nacional y extranjero, dada la variedad de oferta turística natural con la que se cuenta.

Con el proyecto de inversión turística pública se ha beneficiado a más de 5,000 personas, entre visitantes, excursionistas y turistas que frecuentan el lugar.



Mirador turístico Isla Conchagüita. La Unión



Sendero peatonal turístico, Isla Conchagüita, La Unión



## Mirador Turístico Loma de La Cruz, La Palma, Chalatenango

Entre los meses octubre y diciembre 2015, se ejecuta el proyecto de mejora de las condiciones de infraestructura turística en el municipio de Chalatenango a través del mejoramiento de un mirador turístico y su accesibilidad.

Lo anterior, ha buscado fortalecer el turismo en El Salvador, potenciando a la Ciudad de La Palma en el segmento de turismo cultural, posicionándolo como un punto estratégico para el desarrollo económico y como un destino de atracción para el visitante nacional y extranjero, dada la variedad de oferta turística cultural y natural con la que se cuenta.

Con el proyecto de inversión turística pública se ha beneficiado a más de 5,000 personas entre visitantes, excursionistas y turistas que visitan el lugar, así como también a los habitantes de la ciudad.

## Movilidad y desplazamiento en Suchitoto, Cuscatlán

Entre los meses de diciembre de 2015 a enero de 2016, se lleva a cabo el plan de movilidad para el desplazamiento sustentable en la Ciudad de Suchitoto que ha incluido la instalación de mobiliarios urbanos que cuentan con señalización turística y depósitos de basura.

El objetivo ha sido direccionar al visitante y turista, dentro de los límites del casco urbano de la ciudad de Suchitoto, hacia la actividad turística y productos que ofrece a través de



Mirador turístico Loma de La Cruz, Chalatenango



Develación de placa en Mirador Loma de La Cruz



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, de igual forma a contribuir con la limpieza y ornato del lugar.



Señalización turística Suchitoto, Cuscatlán



Colocación de mobiliario urbano

## Carpeta técnica Hotel de Montaña Cerro Verde, Santa Ana

Entre diciembre de 2015 y abril de 2016, se desarrolla la carpeta técnica para el mejoramiento de las instalaciones del Hotel de Montaña Cerro Verde, con el objetivo de promover el desarrollo turístico del destino a través de un nuevo proyecto de inversión turística pública de reparación y mejoramiento de las instalaciones del hotel.



Diseño interior Hotel de Montaña Cerro Verde



Diseño exterior Hotel de montaña Cerro Verde



## Carpeta técnica Parque Turístico, Juayúa

Entre el 23 de diciembre de 2015 al 28 de febrero de 2016, se ha realizado la carpeta técnica del proyecto del parque turístico de la Ciudad de Juayúa, ancla de desarrollo turístico de la Ruta de Las Flores.

El proyecto busca sentar las bases para una futura ejecución que incluirá componentes tales como: restaurantes, mercado de artesanías, anfiteatro, servicios sanitarios, estacionamiento, mobiliario urbano, entre otros servicios complementarios. En total el proyecto beneficiará de forma directa a 119 familias, con más de 521 personas.



Diseño plaza turística de Juayúa, Sonsonate

## Carpeta técnica Plaza Turística Izalco, Sonsonate

En diciembre de 2015 hasta febrero de 2016, se ha realizado la carpeta técnica del diseño arquitectónico integral de la plaza turística del municipio de Izalco, en el lugar conocido como “El Pupusodromo”.

El proyecto busca promover y fortalecer el desarrollo turístico de la Ciudad de Izalco, por medio de la construcción de una nueva plaza turística, que sea atractiva hacia los visitantes y turistas que gustan de la oferta gastronómica del lugar, impulsando de esta

forma beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad local.

La creación de la carpeta técnica para la ejecución del proyecto de la plaza turística en el año 2016, se realiza como un apoyo a los Pueblos Vivos del país.

En total el proyecto beneficiará de forma directa a 54 familias, con más de 216 habitantes, distribuidos en 81 niños, 65 mujeres y 70 hombres.



Diseño plaza turística de Izalco, Sonsonate



## Señalización Turística

Entre agosto y noviembre del año 2015, se ha implementado un plan de señalización turística a nivel nacional, que ha incluido nueva señalética de los productos identificados y de los proyectos nuevos desarrollados por CORSATUR y la reubicación y reparación de aquella señalización turística existente que lo requiera.

El objetivo ha sido facilitar a los turistas 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.

Entre los municipios beneficiados se tienen: Puerto de La Libertad, San Salvador, La Palma, La Unión, Meanguera del Golfo, San Vicente, Santo Domingo, Tecoluca, Apastepeque, Apaneca, Juayua, San Lorenzo, etc.



Señalización turística



## Fortalecimiento de las anclas turísticas propiedad de CORSATUR

Entre los meses de junio 2015 y mayo 2016, se impulsa el proyecto de fortalecimiento de las anclas turísticas de CORSATUR, en el cual se incluyen 26 observatorios turísticos distribuidos a nivel nacional.

El objetivo ha sido garantizar la conservación y mantenimiento general de las diferentes instalaciones, inmuebles e infraestructuras turísticas edificadas con inversión pública, entre las cuales se encuentran: Complejo Turístico Puerto de La Libertad, Parque Nacional El Boquerón, Mirador de Los Planes de Renderos y 26 Observatorios Turísticos.

En las instalaciones del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, específicamente en el área conocida como "El Malecón" se han llevado a cabo activaciones turísticas mensuales, en el período comprendido de Junio de 2015 a mayo de 2016, lográndose tener una mayor visitación al lugar y fortaleciendo el gasto en el lugar para beneficio de los empresarios.





Mejoras en la iluminación en El Malecón.



Nuevo rótulo luminoso

### Mejoramiento de iluminación, en El Malecón.

Entre octubre y noviembre de 2015 se contrató los servicios privados para mejorar las condiciones de infraestructura turística del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, desarrollando obras de iluminación, ampliando sus servicios e instalaciones, transformando un destino para el turismo nacional e internacional, en el marco de mejorar la oferta turística a través de un modelo de desarrollo sostenible.







Puerto de La Libertad, La Libertad



## Reparación de infraestructura turística en El Malecón

En diciembre de 2015 a enero de 2016, se ha iniciado el proceso de reparación de la infraestructura turística del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, desarrollando obras de reparación de infraestructura civil y mobiliario urbano, iluminación, aplicación de pintura, señalización turística, entre otras actividades, en el marco de mejorar la oferta turística a través de un modelo de desarrollo sostenible.

El proyecto surge luego de las peticiones de los afectados por el evento denominado “Mar de Fondo” ocurrido en el mes de mayo de 2015 y considerando los daños ocasionados del mismo, se tuvo la necesidad de implementar un plan de reparación de las instalaciones del Complejo Turístico, en virtud de seguir contando con un lugar en armonía con el medio ambiente, seguro y de contemplación.



Reparación de infraestructura turística

“ La protección de nuestro medio ambiente es una responsabilidad que todos compartimos. Cuanto más viajamos por el mundo más concientes somos de las inagotables maravillas de nuestro planeta.

~ Taleb Rifai, Secretario General de OMT ”







# VI

## PRODUCTOS TURÍSTICOS

Laguna Verde, Apaneca, Ahuachapán





Manglares en bahía de Jiquilisco

## NUEVOS PRODUCTOS

El Salvador, en su misión de promocionarse permanentemente a nivel nacional e internacional como un destino turístico coordinado con los diferentes actores de la industria turística, desarrolla productos que aporten al posicionamiento del país como un destino sostenible, atractivo y competitivo.

Con la diversidad de productos turísticos que se generan, se da cabida a las iniciativas de las micro y grandes empresas locales que pueden encontrar en el turismo una vía para verse beneficiados con la derrama económica que genera la visitación turística, promoviendo a su vez el vivir experiencias turísticas impregnadas de la interacción con la tradición, cultura y carisma de nuestro país.

### Tour de pesca artesanal

El 14 de agosto de 2015, se lanza este nuevo producto turístico con el objetivo de impulsar el desarrollo local por medio de la promoción de servicios turísticos ofrecidos por pescadores. Con el tour de pesca artesanal se invita a experimentar una travesía a novatos y expertos que quieran practicar técnicas y manejo de equipo de pesca artesanal, combinadas con otras actividades como paseos en lancha, buceo, observación de aves y fauna marina. Todo esto se realiza

en las zonas de la reserva de biosfera Xiriualtique en la bahía de Jiquilisco o en el majestuoso golfo de Fonseca. Las acciones de soporte en tema de promoción de este nuevo producto turístico contemplan material digital e impreso, un video oficial del tour, catálogos y brochures promocionales.

Se realiza la producción de conferencias de prensa, prensa escrita y un tour para los medios de comunicación, catálogos, brochures, video, entre otros.



## Ruta del Café / Fase II

En virtud del potencial turístico de las actividades y espacios ligados al proceso del café, se lanza el 23 de noviembre de 2015, la Ruta del Café en su segunda fase, comprendiendo una red de fincas y prestadores de servicios de origen cafetero, incentivando la diversificación de las fuentes de ingresos y desarrollo social, cultural y económicos del sector cafetalero del país.

La continuidad de este esfuerzo institucional en alianza con el sector privado, busca además propiciar el mejoramiento o la creación de mejores servicios e infraestructura para la actividad turística, de manera que se cuente con una oferta innovadora, competitiva y atractiva que cuente con el sello de la “Esencia de Café Salvadoreño”. Se invirtió además en el soporte de material promocional digital e impreso como video y catálogo del producto turístico.



Beneficio de café Los Ausoles, Ahuachapán



Firma de contrato con facilitadores internacionales

## El Salvador Destination for Health

Teniendo como finalidad el posicionar al país como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo en el mercado del turismo médico, se lanza “El Salvador Destination For Health”, una nueva opción para quienes están en busca de una solución a su necesidad médica, estética o de salud. Este nuevo producto contempla una red de empresas salvadoreñas proveedoras de turismo médico caracterizadas por sus servicios de calidad, su nivel de competitividad y el empleo de tecnología de punta y profesionales altamente capacitados.

El Salvador se introduce a nivel internacional como destino de turismo médico, a causa de diferentes acciones que han permitido establecer bases para organizar esfuerzos del sector público y privado para impulsar la exportación de servicios de salud y turismo salvadoreños. El proceso de desarrollo de este producto ha comprendido entre otras actividades, la realización de viajes de validación y espacios de negociación entre empresas de la red y tour operadores nacionales, reuniones y un lanzamiento nacional en diciembre de 2015.



Imagen de la campaña El Salvador Destination for Health



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

# VII

## RECONOCIMIENTOS

Parque Nacional El Boquerón





## RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

### El Salvador reconocido como mejor iniciativa local por destino de cruceros

En el marco de la Feria Sea Trade Cruise Global, llevada a cabo en las instalaciones del Fort Lauderdale Convention Center, en Estados Unidos del 14 al 17 de marzo de 2016, El Salvador es reconocido por Cruise Insight 2015 Awards, como “La mejor iniciativa local: Acajutla El Salvador”. El reconocimiento es entregado luego de un proceso de votación realizado por la revista, donde los pasajeros de cruceros luego de valorar sus experiencias en los destinos, emiten su voto.



Entrega de reconocimiento Cruise Insight





## Reconocen en España proyecto Ruta del Café

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, recibe el premio “Excelencias Gourmet” por el proyecto Ruta del Café, reconocimiento entregado por el Grupo Excelencias, en Madrid, España, en el marco de la inauguración de la edición 36 de la Feria Internacional de Turismo, FITUR, realizada el 24 de enero de 2016.

La Ruta del Café es el nuevo producto turístico de la Corporación Salvadoreña de Turismo, Corsatur, con la cual busca atraer a turistas europeos motivados por la experiencia que se ofrece por medio de actividades ligadas al proceso de café, mezclando naturaleza y destinos con historia cultural.



FITUR 2016

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



Reconocimiento Destino Estrella EUROAL

## El Salvador reconocido como País Estrella en España

El Salvador participó en el Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura (Euroal) bajo la bandera de “País Estrella”, un reconocimiento entregado a países que constantemente han demostrado un compromiso en la promoción turística de su territorio y ayuda a proyectar a dichas naciones en el mercado europeo.

Durante la feria, El Salvador, que ocupó el espacio central en el recinto con 120 metros cuadrados a su disposición, mostró su oferta turística, gastronomía y folclore artístico, convirtiéndose en el foco central de la décima edición Euroal 2015.





Playa El Zonte





RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

# VIII

DOCUMENTOS  
PRODUCIDOS

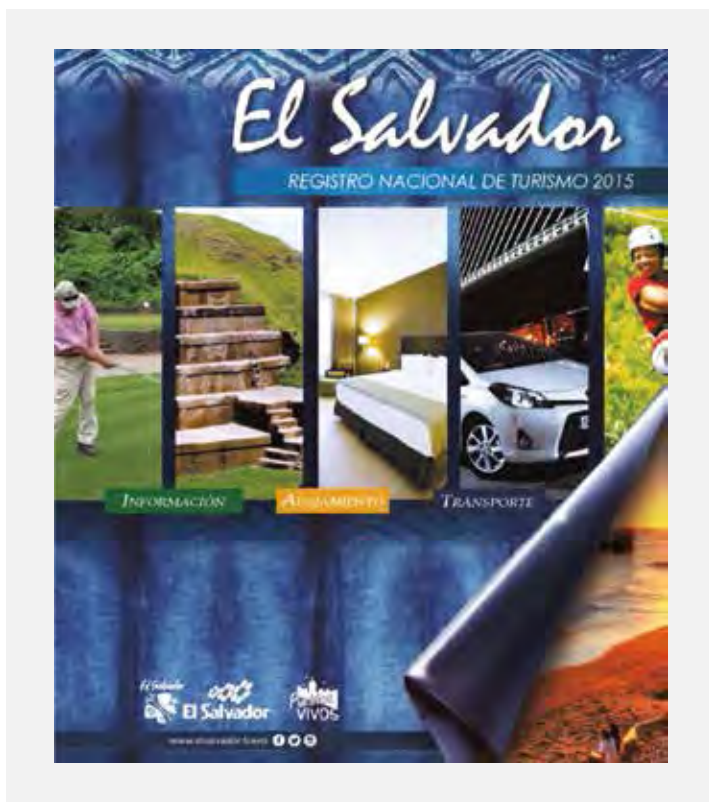




## DOCUMENTOS ESTRATÉGICOS

Durante junio 2015–mayo 2016, CORSATUR ha impulsado la realización de una serie de documentos estratégicos con el fin de fortalecer las áreas de acción de la institución que abonan a su misión de promoción del destino.

A continuación se detallan los documentos impresos elaborados por las diferentes gerencias de CORSATUR:



## Sistema Nacional de Turismo

En el marco del proyecto de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina que impulsa el Ministerio de Turismo con el apoyo de CORSATUR, se ha iniciado en enero 2016, la elaboración de los términos de referencia del diagnóstico, diseño, desarrollo y ejecución del Sistema de Registro Nacional de Turismo.

El proyecto tiene como objetivo incluir la excelencia en el servicio de empresas turísticas; evaluando el valor y la proyección futura, bajo la eficacia y eficiencia dentro del rubro de servicios turísticos con calidad a nivel de país. El proyecto culminará en 2017.

## Fortalecimiento de los territorios

CORSATUR a través de la Gerencia de Turismo Interno ha realizado tres documentos estratégicos como parte del apoyo a los municipios acreditados como Pueblos Vivos, empresas inscritas en el RNT, inversionistas locales y turísticas en general.

Los documentos han sido: Catálogo de Empresas Turísticas RNT 2015, Catálogo de Inventario Turístico y Catálogo de Fortalecimiento de Rutas Turísticas.

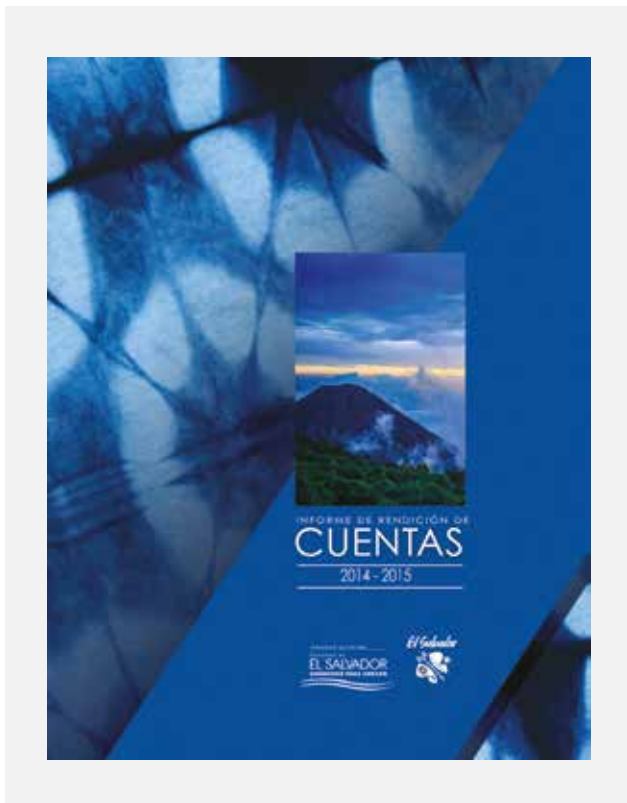
Los productos impresos que contienen información actualizada de la oferta turística de El Salvador como parte del fortalecimiento del desarrollo turístico de los territorios.

## Catálogo de Empresas Turísticas

Entre julio y diciembre de 2015, se imprime el catálogo de Empresas Turísticas inscritas en el Registro Nacional de Turismo (RNT), beneficiando a 243 empresas registradas.

En total se han impreso 800 documentos distribuidos en Hoteles, Restaurantes, Arrendadores de vehículos, Operadores de Turismo, Oficinas de Gobierno, entre otros.





## Informe de Labores y Rendición de Cuentas 2014-2015

La Unidad de Comunicaciones con el propósito de dar cumplimiento al artículo 102 del Reglamento Interno de la Asamblea Legislativa, se presenta ante dicho Órgano de Estado, el Informe de Labores de CORSATUR con la finalidad de informar a los honorables diputados sobre los proyectos impulsados durante el año presidencial.

En total se han impreso 280 documentos de rendición de cuentas, los cuales han sido distribuidos entre empresarios privados, sector académico, medios de comunicación y población en general.

Además en agosto de 2015, el informe de Rendición de Cuentas cuyo objetivo es

informar a la público sobre los proyectos y actividades desarrolladas en un período determinado, evaluando avances y logros en relación al cumplimiento del plan institucional y su coherencia con el Plan de Gobierno y las expectativas ciudadanas, así como explicar y justificar al público las decisiones o resoluciones tomadas por la entidad sobre aspectos relevantes de la gestión; y desarrollar un diálogo con los ciudadanos que contribuya a fortalecer a las entidades del sector público y mejorar las prácticas de participación ciudadana.

Se han producido 500 documentos digitales, los cuales han sido entregados a diferentes sectores de la industria y población civil.

## Distribución de herramientas técnicas para impulsar la inversión turística en el país

Con el objetivo de impulsar el emprendedurismo en las Cadenas de Valor Turístico y en el rubro de gastronomía nacional, se ha realizado la edición y distribución gratuita de 1,000 ejemplares de herramientas técnicas que buscan incentivar las inversiones turísticas nacionales e internacionales poniendo de manifiesto los proyectos turísticos públicos y privados ejecutados.

Con esta acción se dan a conocer los mecanismos de articulación en la Formación de la Cadena de Valor como un escenario propicio para impulsar las inversiones turísticas sostenibles, generando información técnica especializada de interés para los empresarios turísticos y creando el modelo de desarrollo de destinos turísticos con especial encanto para el visitante.

Las herramientas editadas son:

- Impulsando la Inversión Restaurantera en El Salvador. Turismo Gastronómico Accesible.
- Portafolio de Proyectos de Inversión 2015.
- Cadenas de Valor Turísticas: Un Eje de Desarrollo Clave para la Inversión Turística en El Salvador. Estudio de Caso en La Libertad se ha desarrollado con el apoyo de CEPAL, sede subregional en México, IFDA y MINEC.







Playa El Tunco, La Libertad



La Montañona, Chalatenango





RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

# IX

ACCIONES  
ADMINISTRATIVAS





## IX. ACCIONES ADMINISTRATIVAS

La Gerencia Administrativa, tiene como finalidad principal brindar el apoyo para la mejora de la calidad de las herramientas que sirven como medio para que la Corporación Salvadoreña de Turismo brinde un servicio de calidad al sector, enfocados con el desarrollo y crecimiento del turismo en El Salvador.

La administración de los recursos bajo criterios de ahorro y austeridad, a adoptado medidas administrativas de estricto cumplimiento para todo el personal, optimizando el uso de la capacidad instalada y de los recursos financieros disponibles; garantizando el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales. Se detallan a continuación algunas de las acciones administrativas realizadas:

### Procesos de contratación de Personal

En el período del 1 de junio 2015 al 31 de mayo 2016 se realizaron 16 procesos de selección de personal para plazas vacantes, de acuerdo al siguiente detalle:



Contrataciones de Personal		
Año	Período Junio a diciembre 2015	Período enero a mayo 2016
Procesos tramitados	7	13
Plazas contratadas	7	13
%	100%	100%

Del total de 20 procesos tramitados, 11 correspondieron a mujeres y 9 a hombres.



## Creación de Unidad de Género

En cumplimiento a la Ley de igualdad, equidad y erradicación de discriminación contra las mujeres, en Mayo 2015 se creó la Unidad de Género, como un instrumento para consolidar el cumplimiento de los principios de igual y equidad de género. Se brinda a continuación el detalle del personal que labora en la institución en el período informado, clasificado por género

Distribución de Género		
Junio 2015 al 31 de mayo 2016	Mujeres 	Hombres 
Total personal contratado	55	46
%	54.00%	46.00%

## Suministro de bienes y servicios de apoyo institucional

- Se ha gestionado la compra de bienes para el quehacer institucional: agua, café, productos de limpieza, materiales de oficina, productos de papel, etc., por un monto de \$32,264.89
- Se han contratado Seguros de Bienes, Vigilancia, Limpieza, mensajería, Telecomunicación, Arrendamientos, etc., por un monto de \$429,164,32
- Se han tramitado 712 solicitudes de bienes de consumo para atender las necesidades de las Gerencias y Unidades.
- Se han atendido 1,963 solicitudes de transporte, lo cual representa un 28% más que en 2014 (1,532). Como parte del incremento de las acciones institucionales en el fortalecimiento turístico de los territorios y la participación de más de 250 municipios en el programa Pueblos Vivos 2015.
- El kilometraje anual recorrido por las unidades de transporte ha aumentado en un 40%, mientras que el consumo de combustible ha incrementado en un 7.8%, ambas cifras respecto al año anterior, con lo cual se refleja una optimización en el desempeño de misiones de transporte y el consumo de combustible, en relación a las misiones desarrolladas en el período anterior.



Golfo de Fonseca, la Unión



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

X

CONTRATACIONES Y  
ADQUISICIONES  
CELEBRADAS



## Adquisiciones y Contrataciones Realizadas

Entre el período del 1° de junio de 2015 al 31 de mayo de 2016, se han realizado diversos procesos de adquisiciones y contrataciones de Obras, Bienes y Servicios, tal como se detalla a continuación:

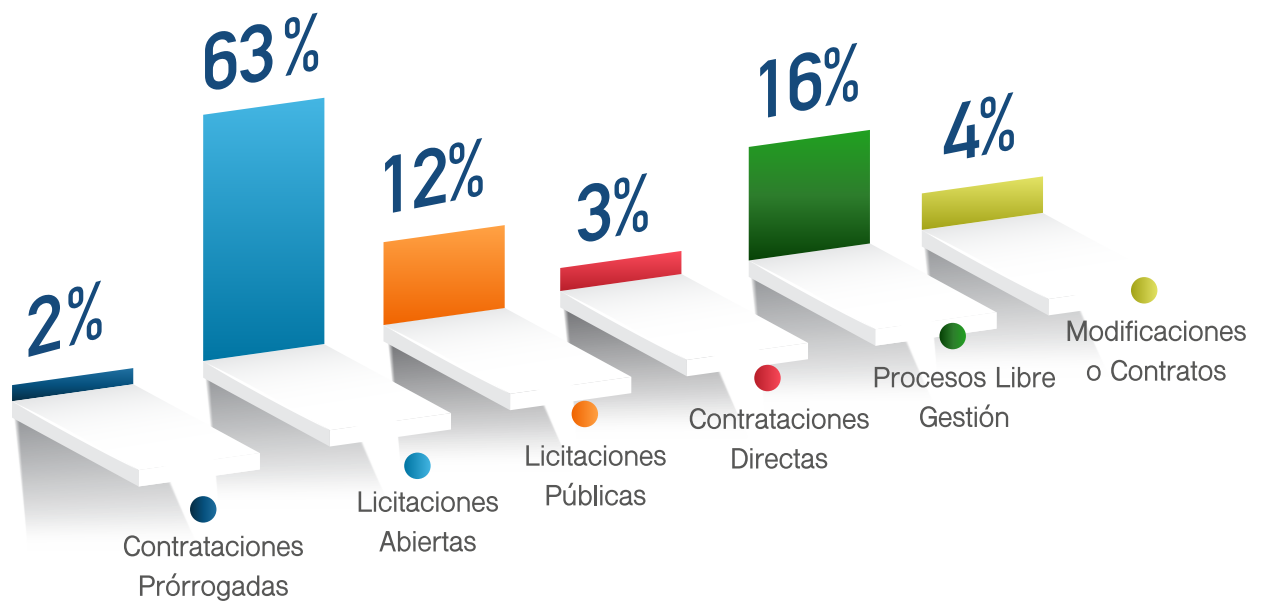
7 Contrataciones prorrogadas por un monto de \$166,295.76; 3 Licitaciones abiertas por un monto de \$6,676,070.00; 12 Licitaciones públicas por un monto de \$ 1,222,771.80; 4 Contrataciones Directas

por un monto de \$ 272,672.47; 125 Libre Gestiones por un monto de \$1734,604.96 y 7 Modificaciones a contratos por un monto de \$463,144.13, cifras que se reflejan en la Gráfica No. 1, siendo el de la modalidad de compra las licitaciones abiertas de mayor peso. Estos procesos de contrataciones y adquisiciones contribuyen al cumplimiento de la Misión de CORSATUR, que es "Promocionar permanentemente a El Salvador, a nivel nacional e Internacional, como un destino turístico, coordinadamente con los diferentes actores del sector".

Cantidad de Procesos	Modalidad de Compra	Montos Adjudicado	%
7	Contrataciones Prorrogadas	\$166,295.76	1.58
3	Licitaciones Abiertas	\$6,673,070.00	63.36
12	Licitaciones Públicas	\$1,222,771.80	11.61
4	Contrataciones Directas	\$272,672.47	2.59
125	Libre Gestión	\$1,734,604.96	16.47
7	Modificaciones a Contratos	\$463,144.13	4.40
Total adjudicado del 1° de junio de 2015 al 31 de Mayo de 2016		\$10,532,559.12	100.00

Tabla No. 1: Adquisiciones y contrataciones





Gráfica No. 1: Adquisiciones y contrataciones





Playa Los Cobanos, Sonsonate



RENDICIÓN DE CUENTAS  
junio 2015-mayo 2016

GESTIÓN FINANCIERA  
Y EJECUCIÓN  
PRESUPUESTARIA



## PRESUPUESTO ASIGNADO Y EJECUTADO

La Gerencia Financiera se rige bajo la normativa del Sistema de Administración Financiera Integrada (SAFI), con el propósito de garantizar el cumplimiento de las políticas y objetivos institucionales, permitiendo la oportuna disposición y custodia de los recursos.

Además es importante mencionar que se logró integrar eficientemente las diferentes fases del proceso administrativo, relacionadas con la supervisión de las actividades de Presupuesto, Tesorería y de Contabilidad.

En el transcurso del período reportado, se ha tenido una participación activa en las comisiones de evaluación y calificación de procesos de licitación, libre gestión, así como

también en la evaluación financiera de los interesados en arrendar los locales de la zona gastronómica del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, con el propósito de transparentar los procesos de adjudicación.

Con el propósito de conocer los fondos disponibles de la Contribución Especial, se ha mantenido una comunicación constante entre el Ministerio de Hacienda y la Corporación.

Siempre bajo la óptica de lograr el mejor aprovechamiento de los recursos, se presentan los principales logros por cada una de las áreas que conforman la Gerencia Financiera:

### Presupuesto Junio – Diciembre 2015

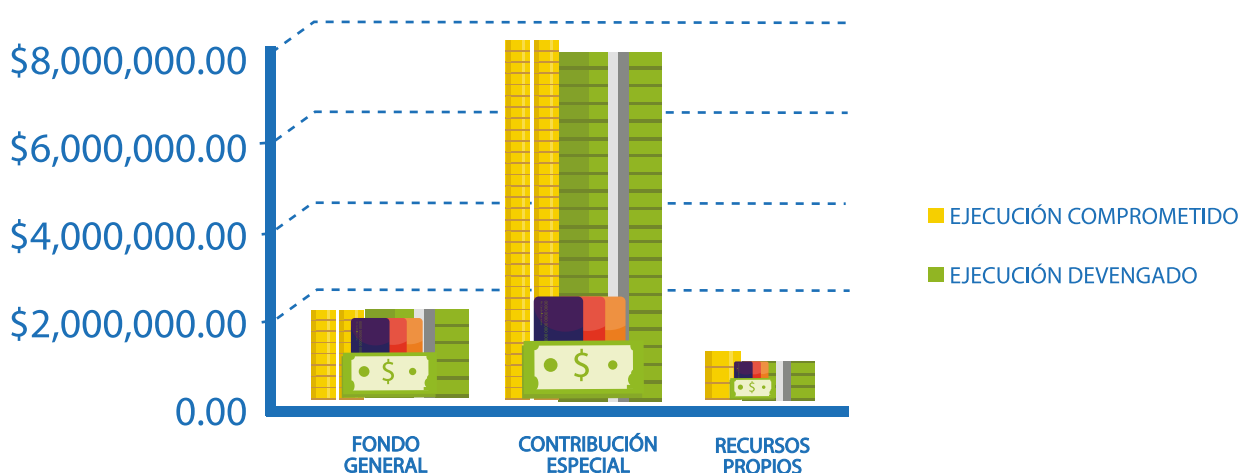
- Gestión oportuna para la aprobación de modificaciones presupuestarias ante la Dirección General del Presupuesto (DGP), así como también en aquellos casos que se hayan ejecutado proyectos de inversión, y adquisición de activo fijo.
- Se ha cumplido oportunamente con la elaboración y digitación del proceso de formulación presupuestaria, en el Módulo Presupuestario del SAFI, con la participación activa del Comité de Formulación Presupuestaria, en cumplimiento con lo requerido por la Dirección General del Presupuesto (DGP).
- Elaboración oportuna del registro de compromisos presupuestarios de acuerdo a las necesidades de cada una de las unidades organizativas de la institución, los cuales fueron un promedio de 881 Compromisos Presupuestarios los cuales ascienden a la cantidad de \$8,547,154.71.
- Elaboración de Reprogramaciones Presupuestarias a la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP) institucional al cierre de cada mes de las cuales se elaboraron 9 reprogramaciones trasladando los disponibles los cuales son por un total de \$4,722,603.15.



- Elaboración de informes de: Ejecución Presupuestaria por Fuente de Financiamiento, Política de Ahorro, Físico y Financiero del período reportado para seguimiento del presupuesto institucional.
- Durante el período reportado se ha alcanzado un porcentaje de ejecución presupuestaria aproximado del 93%, de acuerdo al período reportado la ejecución presupuestaria se presenta, así:

RESUMEN DE EJECUCION PRESUPUESTARIA JUNIO - DICIEMBRE 2015 POR FUENTE DE FINANCIAMIENTO					
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN			
		COMPROMETIDO	%	DEVENGADO	%
FONDO GENERAL	\$1,241,480.40	\$1,186,543.12	96	\$1,186,543.12	96
CONTRIBUCIÓN ESPECIAL	\$8,382,068.83	\$7,948,350.88	95	\$7,948,350.88	95
RECURSOS PROPIOS	\$472,811.02	\$298,994.62	63	\$264,552.19	56
<b>TOTAL</b>	<b>\$10,096,360.25</b>	<b>\$9,433,888.62</b>	<b>93</b>	<b>\$9,399,446.19</b>	<b>93</b>

Gráficamente se presenta el comportamiento de la ejecución comprometida y devengada del período:

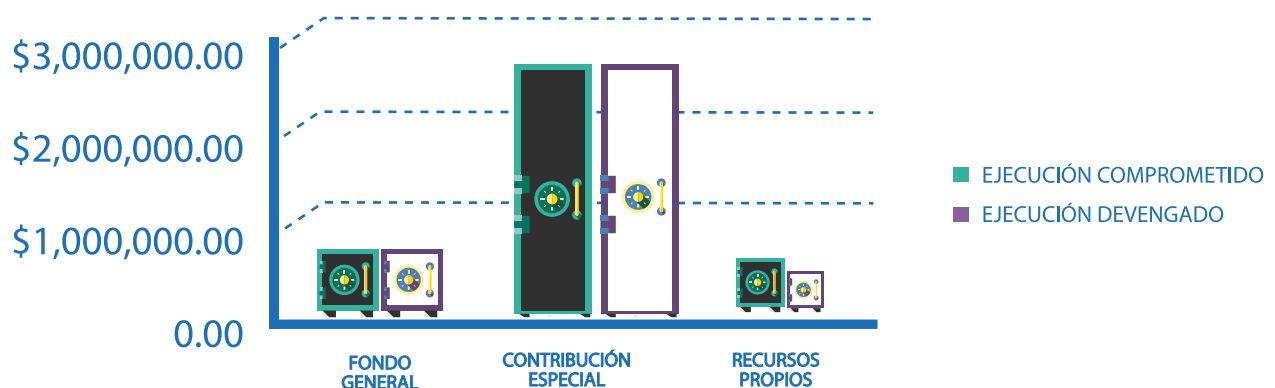


## Enero – Mayo 2016

- Elaboración oportuna de la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP), para la aprobación de los presupuestos ante la Dirección General del Presupuesto (DGP).
- Elaboración oportuna del registro de compromisos presupuestarios de acuerdo a las necesidades de cada una de las unidades organizativas de la institución, los cuales fueron un promedio de 438 Compromisos Presupuestarios, los cuales ascienden a la cantidad de \$3,805,178.14.
- Elaboración de Reprogramaciones Presupuestarias a la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP) institucional al cierre de cada mes de las cuales se han elaborado 8 reprogramaciones trasladando los disponibles los cuales son por un total de \$3,486,600.15.
- Elaboración de informes de: Ejecución Presupuestaria por Fuente de Financiamiento, del periodo reportado para seguimiento del presupuesto institucional.
- Durante el período reportado se ha alcanzado un porcentaje de ejecución presupuestaria aproximado del 98%, de acuerdo al período reportado la ejecución presupuestaria se presenta así:

RESUMEN DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA ENERO-MAYO 2016 POR FUENTE DE FINANCIAMIENTO					
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRESUPUESTO	EJECUCIÓN			
		COMPROMETIDO	%	DEVENGADO	%
FONDO GENERAL	\$895,742.97	\$817,466.11	91	\$809,117.12	90
CONTRIBUCIÓN ESPECIAL	\$2,734,482.15	\$2,734,481.15	100	\$1,587,798.56	58
RECURSOS PROPIOS	\$253,230.88	\$253,230.88	100	\$127,670.75	50
<b>TOTAL</b>	<b>\$3,883,456.00</b>	<b>\$3,805,178.14</b>	<b>98</b>	<b>\$2,524,586.43</b>	<b>65</b>

Gráficamente se presenta el comportamiento de la ejecución comprometida y devengada del periodo:





## Tesorería Junio – Diciembre 2015

- Pago oportuno de las obligaciones de Bienes y Servicios contraídas por la institución así como también las Remuneraciones, administrando efectivamente los recursos financieros de conformidad a las disposiciones legales y técnicas vigentes.
- Registro oportuno de las obligaciones por pagar para el envío de requerimientos de fondos al Ministerio de Turismo y gestionando oportunamente el desembolso de las transferencias de fondos ante la Dirección General de Tesorería del Ministerio de Hacienda para el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por la institución, haciendo un aproximado de 117 Requerimientos de Fondos, los cuales ascienden a \$9,068,559.35 del cual \$7,973,215.16 son de la Contribución

Especial, \$165,549.21 del Fondo General y \$929,794.98 de Remuneraciones.

- Cumplimiento de las obligaciones tributarias ante el Ministerio de Hacienda de los compromisos fiscales tales como IVA y Renta en las fechas establecidas.
- Implementación de procedimientos de control interno para salvaguardar los recursos financieros de la Institución, se realizan visitas al Complejo Turístico del Puerto de La Libertad para el cobro de arrendamientos a los arrendatarios del Complejo Turístico, así como también la recolección diaria de ingresos al Parque el Boquerón.
- Implementación de nuevos procesos para el mejoramiento del ciclo administrativo de acuerdo a lo establecido en las leyes y normas que regulan la administración pública.

## Enero – Mayo 2016

- Pago oportuno de las obligaciones de Bienes y Servicios contraídas por la Institución así como también las Remuneraciones, administrando efectivamente los recursos financieros de conformidad a las disposiciones legales y técnicas vigentes.
- Registro oportuno de las obligaciones por pagar para el envío de requerimientos de fondos al Ministerio de Turismo y gestionando oportunamente el desembolso de las transferencias de fondos ante la Dirección General de Tesorería del Ministerio de Hacienda para el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por la institución, haciendo un aproximado de 59 Requerimientos de Fondos, los cuales ascienden a \$3,521,412.27 del cual \$2,709,317.92 son de la Contribución Especial, \$114,793.82 del Fondo General y \$697,300.53 de Remuneraciones.

- Cumplimiento de las obligaciones tributarias ante el Ministerio de Hacienda de los compromisos fiscales tales como IVA y Renta en las fechas establecidas.
- Implementación de procedimientos de control interno para salvaguardar los recursos financieros de la Institución, se realizan visitas al Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, para el cobro de arrendamientos a los arrendatarios del Complejo Turístico, así como también la recolección diaria de ingresos al Parque el Boquerón.

## **Contabilidad**

### **Junio – Diciembre 2015**

- Elaboración de los Estados Financieros de CORSATUR al 31 de junio 2015, así como también las notas explicativas correspondientes al primer semestre del 2015.
- Durante el período reportado se han realizado acciones pertinentes para efectuar los cierres mensuales y remitirlos a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (D.G.C.G.) dentro de los plazos establecidos y así contar con información útil y oportuna para el análisis financiero de la información.
- Durante el período se brindó respuesta a 2 solicitudes de información solicitada por la Unidad de Auditoría Interna, en dichas auditorías no se tuvieron observaciones reportables del área financiera; todo esto refleja un manejo transparente de los recursos institucionales con que cuenta la corporación.
- Atención de 4 visitas por parte del supervisor de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental, en dichas visitas no dejó ninguna observación; lo que indica que se está cumpliendo con las leyes, normas y controles contables.
- Se presentaron 7 cierres contables en el período reportado.

### **Enero – Mayo 2016**

- Elaboración de los Estados Financieros de CORSATUR y cierre anual 2015 al Ministerio de Hacienda, así como también las notas explicativas correspondientes al cierre anual del 2015.
- Durante el periodo reportado se han realizado acciones pertinentes para efectuar los cierres mensuales y remitirlos a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (D.G.C.G.) dentro de los plazos establecidos y así contar con información útil y oportuna para el análisis financiero de la información.
- Durante el periodo se brindó respuesta a 1 solicitudes de información, solicitada por la Unidad de Auditoría Interna.
- Se presentaron 4 cierres contables en el periodo reportado.





Juayúa, Sonsonate

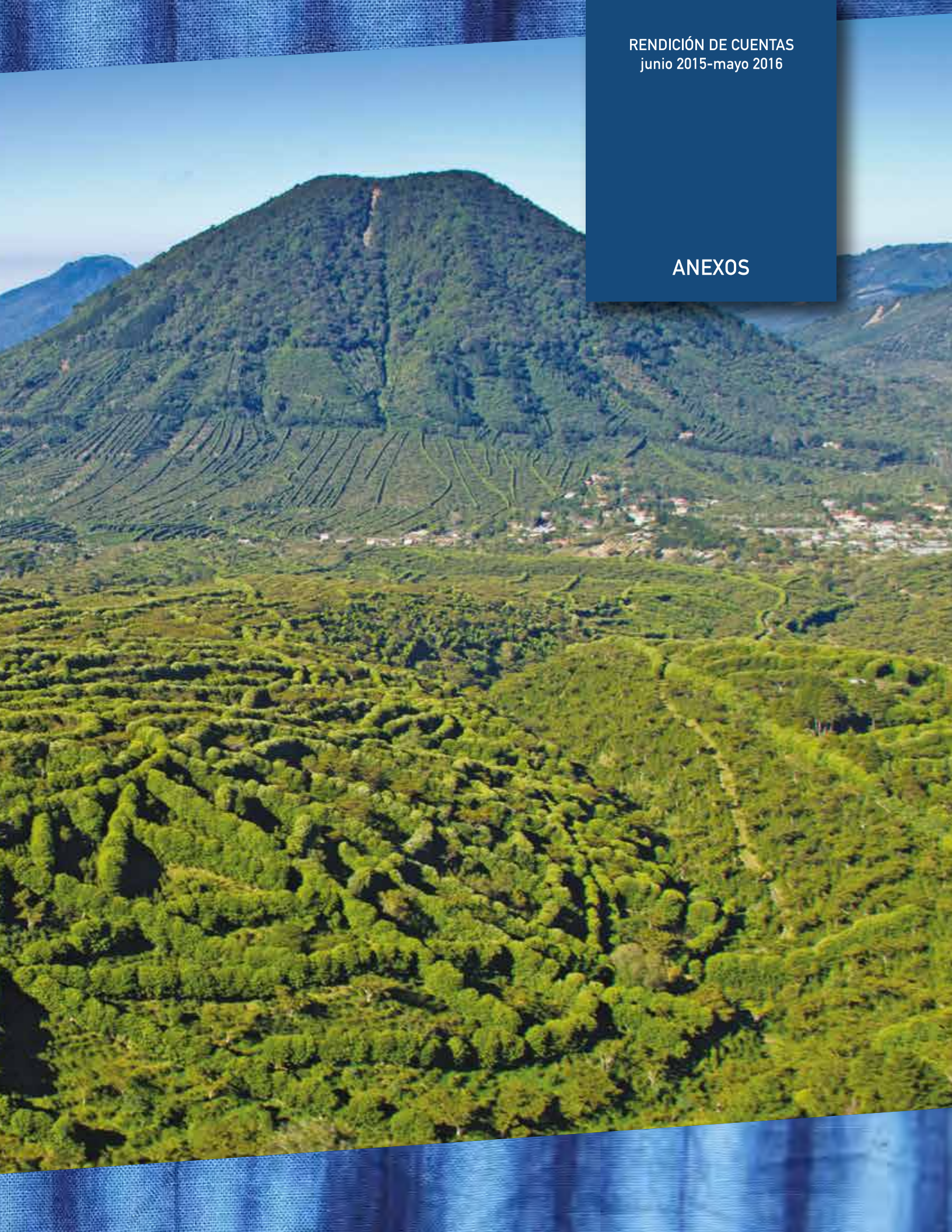




Cerro Los Naranjos, Sonsonate



ANEXOS










# 1. ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA CORSATUR

**COMORACION SALVADOREÑA DE TURISMO (COMASAT)**  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
(EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS)

RECURSOS		OBLIGACIONES	
<b>FONDOS</b>		<b>DEUDA CORRIENTE</b>	
CONDONACIONES	\$ 294,261.79	DEPOSITOS DE TERCEROS	\$ 14,788.41
BANCOS COMERCIALES	\$ 36.14	DEPOSITOS AJENOS	\$ 14,788.41
FONDOS DEPOSITOS EN SECTOR PUBLICO	\$ 36.14		
<b>ANUENCOS DE FONDO</b>		<b>FINANCIAMIENTO DE TERCEROS</b>	
ANUENCOS POR SERVICIOS	\$ 4.47	ACREEDORES FINANCIEROS	\$ 442,320.12
ANUENCOS A CONTRATISTAS	\$ 8,827.00	PROVISIONES POR ACREEDORES MONETARIOS	\$ 138,284.47
		ACREEDORES MONETARIOS POR PAGAR	\$ 484,604.59
<b>DEUDORES MONETARIOS</b>			
D.M. Y VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	\$ -		
D.M. Y TRANSFERENCIAS CORRIENTES EXORIAS	\$ -		
<b>INVERSIONES FINANCIERAS</b>		<b>PATRIMONIO ESTATAI</b>	
SOUCIONES FINANCIERAS	\$ 429,297.53	PATRIMONIO ESTATAI	\$ 119,328.47
CRÉDITO FISCAL	\$ -	FONDOS	\$ 1,038,244.47
DEUDORES MONETARIOS POR RECIBIR	\$ 429,297.53	PATRIMONIO INTRINSECOS DESCENTRALIZADAS	\$ 903,101.44
<b>INVERSIONES EN BIENES</b>		DONACIONES Y LEGADOS MENOS CORPORALES	\$ 182,446.40
BIENES PAGADOS POR ANTICIPADO	\$ 22,414.24	RESERVA DE EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 104,202.04
DERECHOS DE PROPIEDAD INMUEBLE	\$ 175,987.81	RESERVA EJERCICIOS CORRIENTE	\$ 237,949.43
(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	\$ (12,474.82)	SUPERAVI POR REEVALUACION DE INVENTARIOS	\$ 254,792.01
<b>INVERSIONES EN EXISTENCIAS</b>			
SUSTANCIAS INDUSTRIALES	\$ 295,966.28		
PRODUCTOS ALIMENTICIOS AGRICOLPECUARIOS Y FORESTALES	\$ 936.46		
PRODUCTOS TEXTILES Y VESTUARIOS	\$ 11,412.72		
MATERIALES DE OFICINA, PRODUCTOS DE PAPEL E IMPRESOS	\$ 189,552.53		
PRODUCTOS DE CUERO Y CAUCHO	\$ 4,708.20		
PRODUCTOS QUIMICOS, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	\$ 14,324.79		
MINERALES Y PRODUCTOS DERIVADOS	\$ 108.89		
MATERIALES DE USO O CONSUMO	\$ 4,594.08		
BIENES DE USO Y CONSUMO DIVERSO	\$ 22,343.47		
<b>INVERSIONES EN BIENES DE USO</b>			
BIENES DEPRECIABLES	\$ 1,038,244.47		
BIENES INMUEBLES - ESTRUCTURAS	\$ 1,154,103.16		
BO. DE MANEJO, REACCION Y RELEVACION	\$ 342,027.81		
MAGNANIMA, EQUIPO Y MOBILIARIO DIVERSO	\$ 785,412.41		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (2,271,672.84)		
<b>BIENES DEPRECIABLES</b>			
BIENES PASIBLES - TERRENO	\$ 270,128.62		
<b>INVERSIONES EN PROYECTOS Y PROGRAMAS</b>			
INVERSIONES EN BIENES PRIVATIVOS	\$ 7,080.00		
CIENSO ACUMULADO DE LA INVERSION	\$ -		
MATERIALES EN BIENES DE USO PUBLICO	\$ 48,637.08		
CIENSO ACUMULADO DE LA INVERSION	\$ -		
(-) APLICACION INVERSIONES FISCAL	\$ (39,457.08)		
<b>TOTAL DE RECURSOS</b>	<b>20,006,907.02</b>	<b>TOTAL DE OBLIGACIONES Y PATRIMONIO</b>	<b>20,006,907.02</b>



## 2. METODOLOGÍA

### METODOLOGÍA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

La metodología utilizada para el desarrollo del presente informe de rendición de cuentas para el periodo de junio 2015 mayo 2016, inicia a partir de la instrucción de elaborar dicho informe. Para ello, se ha asistido a reuniones informativas realizadas por la Secretaría de Transparencia, que permiten contar con documentos que han sido utilizados como base para proponer directrices para la elaboración de la guía para orientar su desarrollo.

La elaboración de dicho informe se divide en 12 grandes pasos:

**Paso 1.** Elaboración de guía o formato: consiste 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: emite 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 prepara la información solicitada de acuerdo a su competencia.

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

**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: Critica 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.

### 3. INFORME ESTADISTICO

#### 1. LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en un 4.9% en el segundo año de gestión (junio–diciembre 2015 a enero–mayo 2016) comparado con el primer año (junio–diciembre 2014– enero–mayo 2015, al sobrepasar los 2 Millones de visitantes, según investigaciones realizadas por CORSATUR.

Para el segundo año de gestión el grupo más importante son los turistas ya que estos representaron el 70.7% del total de visitantes, siendo los que pernoctaron por lo menos una noche, el resto 29.3% fueron visitantes de un solo día, lo que se conoce como excursionistas. En el gráfico 1 se compara la llegada de visitantes a El Salvador durante los últimos dos años de gestión, clasificados como turista, excursionistas y visitantes, con sus respectivos crecimientos en cada uno de los conceptos.

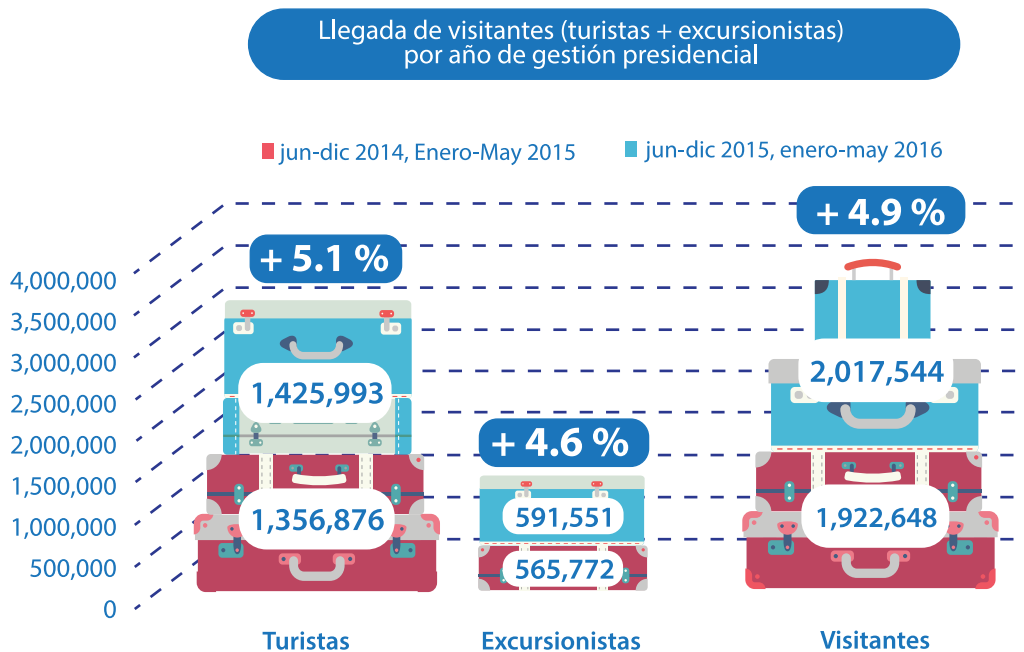


Gráfico 1

Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR SPSS S.A. de C.V. y datos vía aérea de Migración (mes de abril y mayo 2016 son estimados)

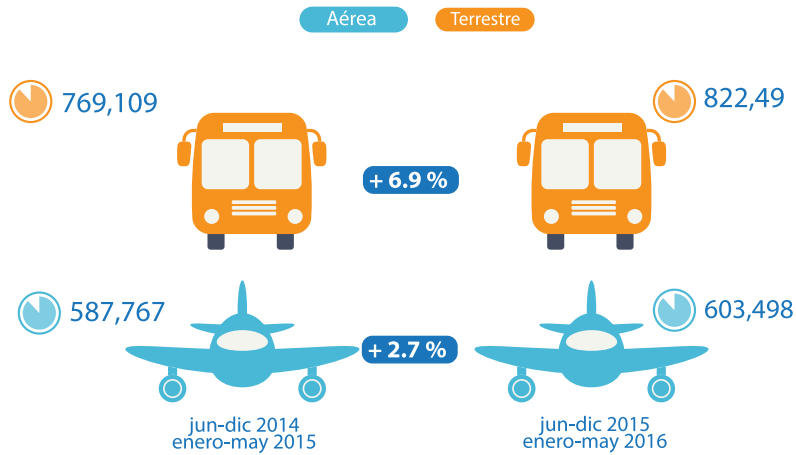
#### 1.1 Llegada de turistas por vía utilizada (aérea y terrestre)

Las fronteras terrestres son la principal vía de ingreso del turismo salvadoreño, en el segundo año de gestión 822,495 turistas utilizaron esta vía para ingresar al país, el resto 603,498, lo hicieron por la vía aérea, específicamente por el Aeropuerto Internacional de El Salvador (Gráfico 2).

Al comparar el segundo año de gestión con el primero, se observa un incremento del 2.7% de la vía aérea, el por la vía terrestre es del 6.9%, (Gráfico 2).



### Llegada de turistas por vía utilizada por año de gestión presidencial



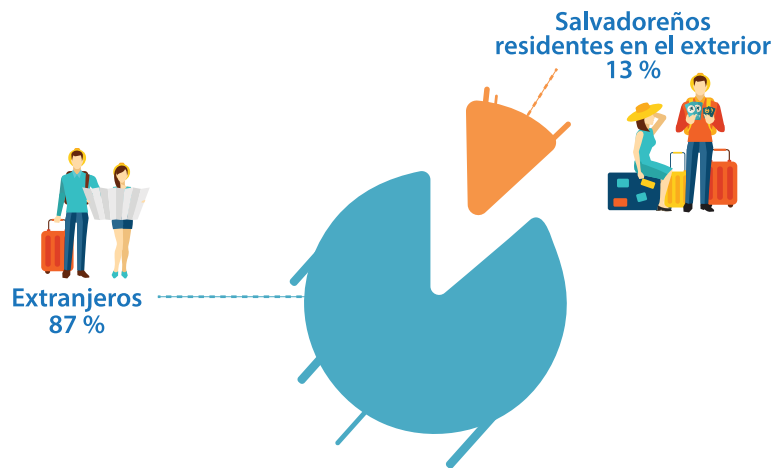
Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR SPSS S.A. de C.V. y datos vía aérea de Migración (meses de abril y mayo 2016 es estimado)

Gráfico 2

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

Con respecto a la nacionalidad de los turistas para el segundo año de gestión el 87% (1,235,148 turistas) son extranjeros y el resto 13% (190,845 turistas) son salvadoreños residentes en el exterior. (Gráfico 3)

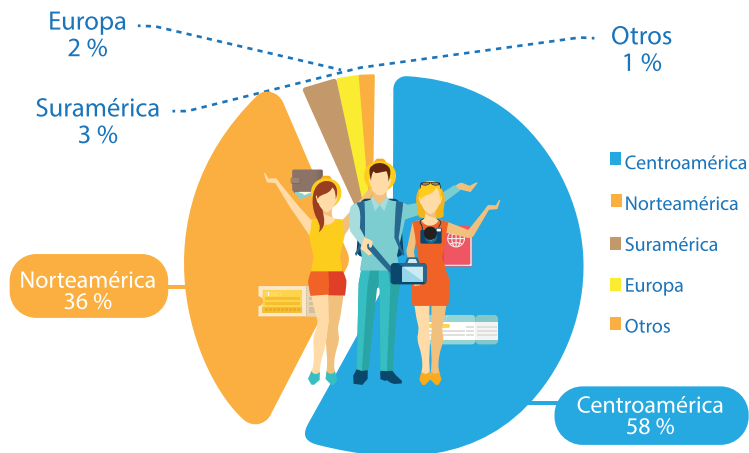
### Nacionalidad de los turistas segundo año de gestión presidencial ( jun-dic 2015, ene-may 2016)



Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR SPSS S.A. de C.V. y datos vía aérea de Migración (mes de abril y mayo 2016 es estimado)

Gráfico 3

**Cuotas de Mercado**  
segundo año de gestión (jun-dic 2015, enero-may 2016)



Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR SPSS S.A. de C.V. datos vía aérea de Migración (mes de abril y mayo 2016 es estimado)

Gráfico 4

### 1.3 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(58%)
- Norteamérica (36%)
- Suramérica (3%)
- Europa (2%)
- y otros países del mundo (1%)

**Centroamérica:** Es uno de los principales mercados para El Salvador ya que durante el segundo año de gestión su participación fue del 58 % del total de llegadas de turistas, cabe destacar que la mayoría de turistas proceden de los países de Guatemala, Honduras y Nicaragua, (Tabla 1, Gráfico 4)

**Norteamérica:** Esta región mantiene el segundo lugar de participación dentro del mercado 36%, la mayor parte de los turistas provienen de Estados Unidos y Canadá (Tabla 1, Gráfico 4)

**Suramérica:** Su participación es del 3%, la mayoría de turistas procedentes de esta región son de Colombia, Perú y Brasil. (Tabla 1, Gráfico 4)

**Europa:** Su participación es del 2%, la mayoría de turistas son procedentes de España, Alemania, Francia e Italia. (Tabla 1, Gráfico 4)

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

Tabla 1. Llegada de turistas internacionales por años de gestión presidencial

Regiones	jun-dic 2014 enero-may 2015	jun-dic 2015 enero-may 2016	Participación
Centroamérica	777,135	823,600	57.8 %
Norteamérica	491,508	510,692	35.8 %
Suramérica	43,599	45,174	3.2 %
Europa	29,982	29,851	2.1 %
Otros	14,652	16,676	1.2 %
<b>Total</b>	<b>1,356,876</b>	<b>1,425,993</b>	<b>100.0 %</b>

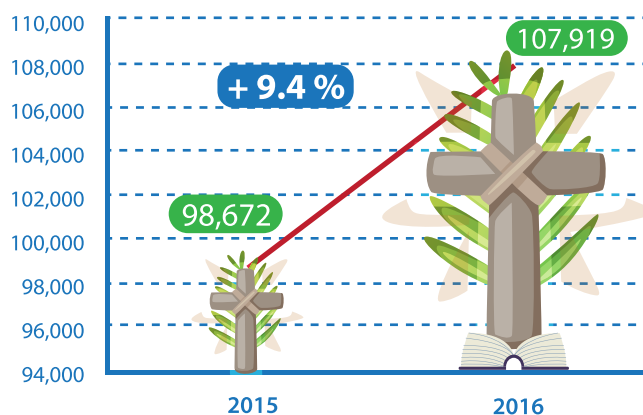


## 1.4 Temporadas vacacionales con mayores crecimientos

Las 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.

La temporada de **Semana Santa** repuntó con un crecimiento del 9.4% en la llegada de visitantes internacionales durante el año 2016, comparado con 2015 (Gráfico 5), esta temporada es la que mayor crecimiento presenta, comparada con las tres temporadas. Con respecto a los ingresos turísticos el aumento fue de 13.9%. (Gráfico 6)

Llegada de visitantes Semana Santa 2015-2016



Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR SPSS S.A. de C.V. y datos vía aérea de Migración

Gráfico 5

Ingresos Turísticos Temporada Semana Santa 2015-2016 (en millones de US\$)

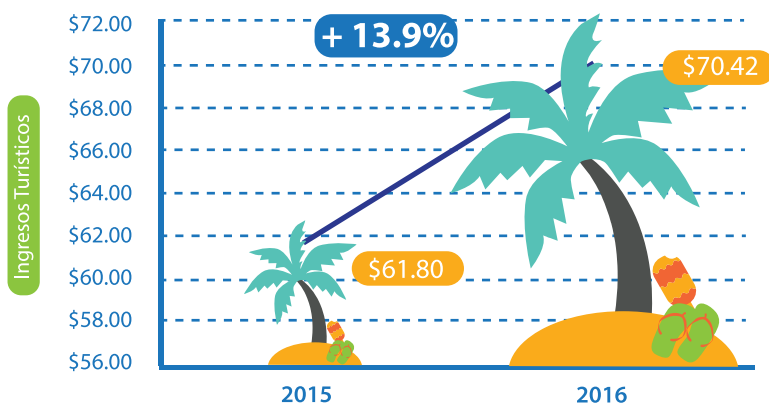
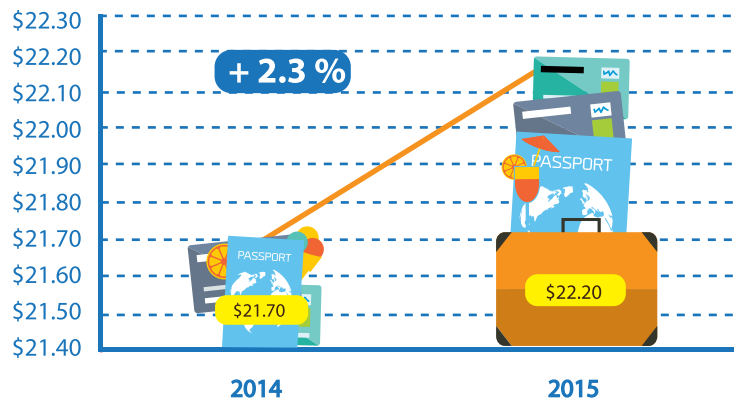


Gráfico 6

Fuente: Encuesta de Perfil y Gasto del Visitante Internacional 2015-2016 CORSATUR SPSS S.A. DE C.V.

Las vacaciones de Agosto el crecimiento estuvo representado en los ingresos turísticos pues estos aumentaron en 2.3 % en 2015, con respecto al año 2014. (Gráfico 7)

Ingresos Turísticos Vacaciones de agosto 2014-2015  
(en millones de US\$)



Fuente: Encuesta de Perfil y Gasto del Visitante Internacional 2014-2015 CORSATUR SPSS S.A. DE C.V.

Gráfico 7

La temporada de navidad obtuvo un crecimiento del 1.3% en el año 2015 comparado con el año 2014 % (Gráfico 8), los ingresos crecieron en 4.5% (Grafico 9)

Llegada de Visitantes Vacaciones de Navidad 2014-2015

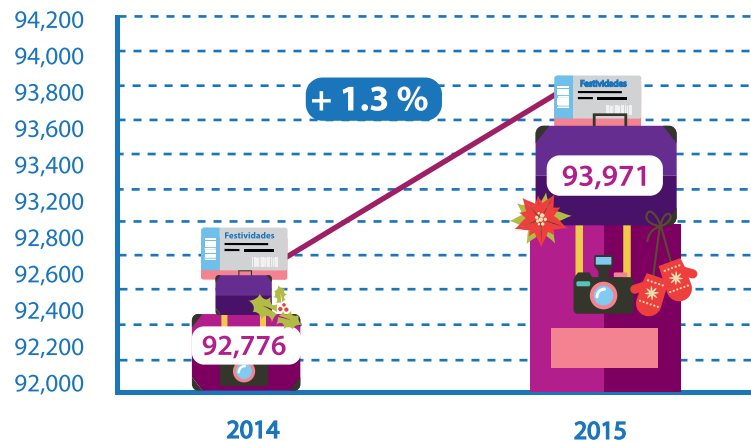
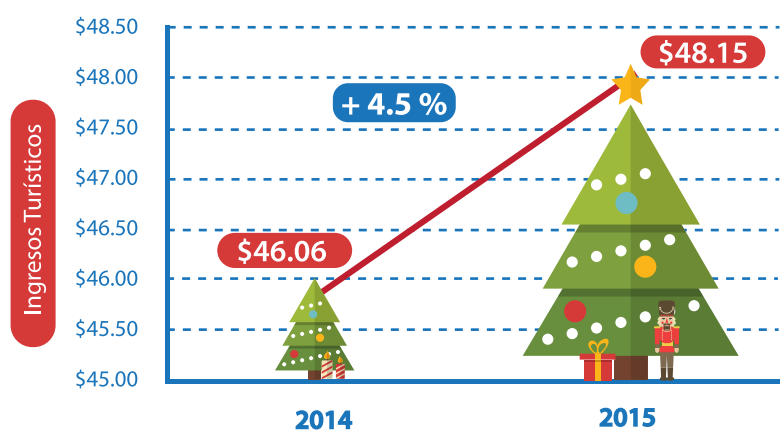


Gráfico 8

Fuente: Encuesta de Censos CORSATUR SPSS S.A. DE C.V. y datos vía aérea de Migración



Ingresos Turísticos Vacaciones de Navidad 2014-2015  
(en millones de US\$)



Fuente: Encuesta de Perfil y Gasto del Visitante Internacional 2014-2015 CORSATUR SPSS S.A. DE C.V.

Gráfico 9

## 2. SECTOR TURISMO EN EL CONTEXTO ECONÓMICO

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.

### 2.1 Ingresos turísticos

Es importante señalar que los ingresos económicos del sector turístico reflejan incrementos, en este período evaluado (jun-dic 2015 a ene-may 2016). En este sentido, los gastos que el visitante realiza durante el viaje por diferentes rubros y motivos, presenta un aumento del (5.1%) con similar periodo anterior. (Gráfico 10)

Ingresos Turísticos por año de gestión  
(en millones de US\$)

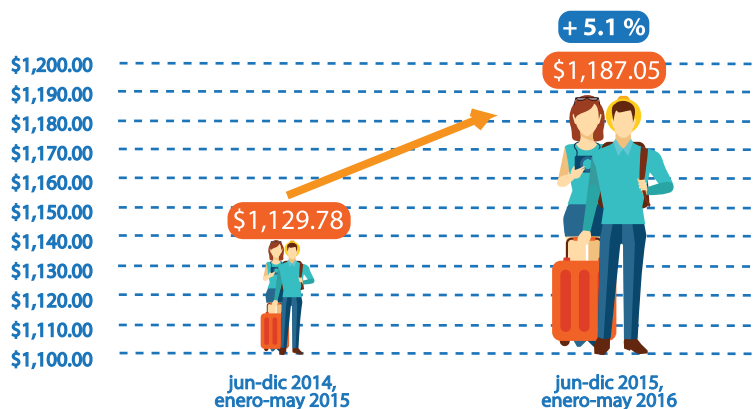


Gráfico 10

Fuente: Encuesta de Perfil y Gasto del Visitante Internacional CORSATUR SPSS S.A. DE C.V. (los meses de marzo, abril y mayo 2016 es estimado)

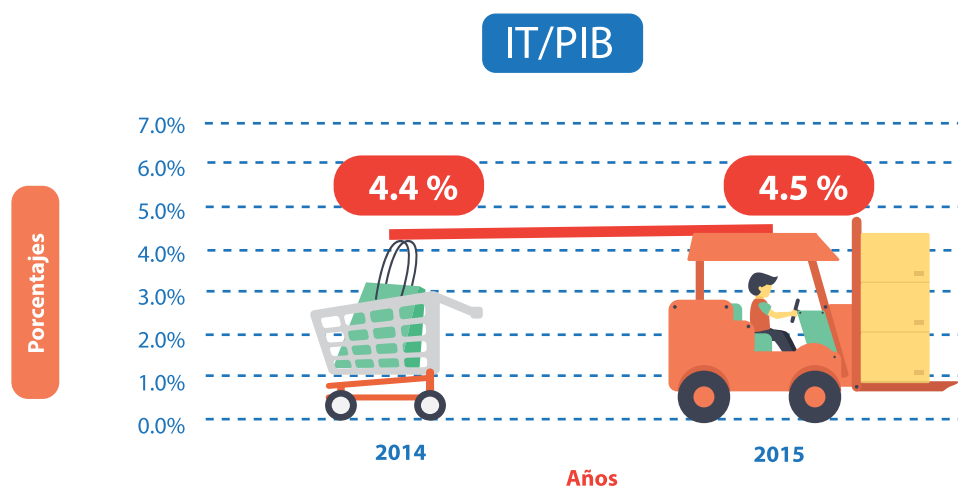
## 2.2 Relación del ingreso turístico en el PIB

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 2015 del total anual del producto interno bruto (PIB) le corresponde el 4.51%, debido a la captación de US\$1,169.4 millones de dólares en ingreso turístico. (Tabla 2, Gráfico 11)

Tabla 2: Ingresos turísticos por año fiscal y PIB a precios corrientes

Años	PIB	Ingreso turístico	IT/PIB
	En millones de US\$	En millones de US\$	
2012	23,831.50	771.5	3.20 %
2013	24,619.60	893.8	3.63 %
2014	25,163.70	1,107.40	4.40 %
2015	25,850.30	1,169.4	4.51 %

Fuente: CORSATUR-BCR- Datos del PIB es a precios corrientes y preliminar



Fuente: BCR- CORSATUR- Datos preliminares PIB a precios corrientes- Ingresos turísticos totales

Gráfico 11



## 2.3 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 segundo año de gestión, da cuenta de un leve crecimiento del 0.6% con respecto al mismo periodo del año anterior, al percibir 49,227 empleos contra 48,937 del año de gestión anterior (Gráfico 12).

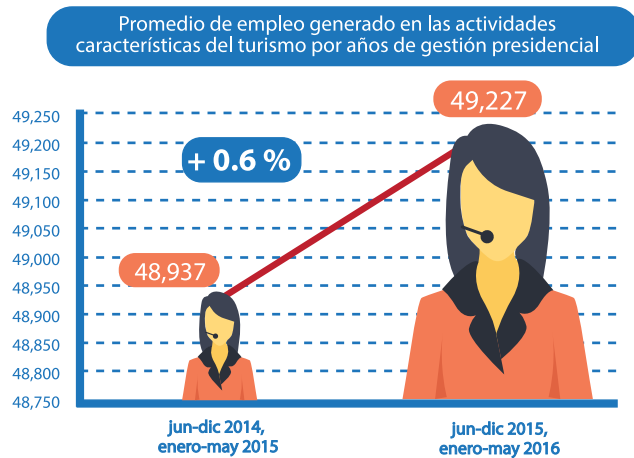


Gráfico 12

Fuente: Elaboración propia con datos del ISSS. Meses de enero-mayo 2016 son estimados.

## 2.4 Oferta y ocupación hotelera

La oferta de alojamiento en el año 2015 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 Tur, La ocupación hotelera en el Gran San Salvador para el año 2015 fue de 65.7% y para el anterior año fue de 65.1%, lo que significa 0.6 puntos porcentuales más. (Gráfico 13)



Porcentaje de ocupación hotelera se refiere al Gran San Salvador, los meses de junio-agosto y enero-febrero son estimados. Fuente Data Tur El Salvador.

Gráfico 13

### 3. TURISMO INTERNO EN EL SALVADOR

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

Se espera finalizar el año 2016 con un total de 9.4 millones de salvadoreños realizaron viajes de turismo interno en El Salvador, representando un 15% de incremento con respecto al mismo periodo del año anterior y los ingresos ascenderían a US\$145.2 millones con un aumento del 13.3% con respecto al mismo periodo del año anterior (Gráfico 14 y 15).

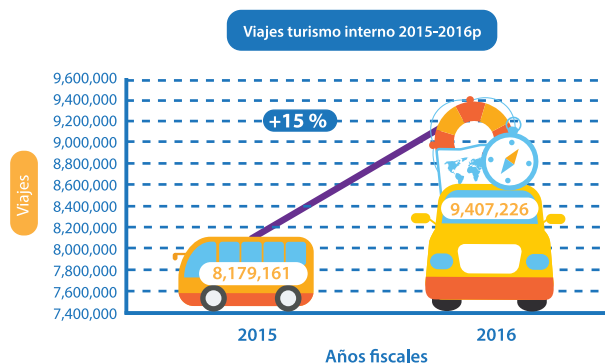


Gráfico 14

Fuente: DIGESTYC- Año 2016 estimado

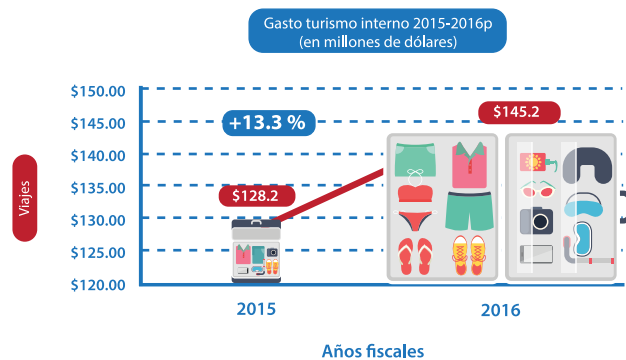


Gráfico 15





Playa El Tunco, Tamanique, La Libertad



