

Informe DE RENDICIÓN de Cuentas

Junio 2009- Mayo 2014

Corporación
Salvadoreña
de Turismo
CORSATUR





Iglesia de Juayua, Sonsonate.

JUNIO 2009-MAYO 2014

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN.	3
II. INFORME EJECUTIVO	4
III. ESTADO EN QUE SE RECIBE LA INSTITUCIÓN	31
IV. GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE SE PROPUSO EN ESTA ADMINISTRACIÓN	34
V. LOGROS Y PRINCIPALES LEGADOS QUE SE DEJAN A LA CIUDADANÍA	41
VI. PLANES Y PROYECTOS EN EJECUCION	87
VII. PROYECTOS Y PROGRAMAS EN GESTIÓN QUE LA NUEVA	89
ANEXO 1: INFORME FINANCIERO	98
ANEXO 2: INFORME ESTADÍSTICO	110



Río El Sapo, Morazán.

1. PRESENTACIÓN



Al asumir el uno de junio del año 2009 la Administración de Turismo en el Gobierno del Señor Presidente Mauricio Funes, el sector turístico presentaba una caída estrepitosa del 26.6% con relación a los meses de enero mayo 2009 con respecto al mismo periodo del año anterior, en cuanto a turismo receptor se refiere, entonces decidimos implementar una estrategia para desacelerar la caída, pasar a la estabilización y posteriormente al crecimiento sostenible del turismo en El Salvador.

Tras cinco años de gestión esta administración, ha dado continuidad al proceso de crecimiento en las metas trazadas, avanzando hacia el objetivo principal de “Convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional, así como estimular el turismo interno.”

Actualmente el turismo en nuestro país

se encuentra en una etapa de crecimiento inicial, tanto a nivel del turismo internacional como del turismo interno, esto se confirma con las estadísticas contenidas en el presente informe.

Con el objetivo de consolidar la cultura de la participación social, en la actual gestión del Señor Presidente Mauricio Funes, y con la finalidad de facilitar la integración de la ciudadanía y los servidores públicos, en el logro de las metas del sector turístico del país, damos cumplimiento a la obligación ética, que tenemos los funcionarios públicos, de presentar el informe sobre Rendición de Cuentas de la gestión junio 2009 a mayo 2013 y detallar las acciones realizadas y los logros alcanzados, valorar el nivel de eficacia y eficiencia en la administración de los fondos públicos y demostrar la relevancia y el impacto del turismo en el desarrollo económico y social de nuestro país.

El nivel de gobernanza alcanzado en CORSATUR, con la participación del sector privado, los gobiernos municipales, los Comités de Desarrollo Turísticos (CDT), la cooperación de las ONG’s, la Policía de Turismo (POLITUR) y el personal de la Institución, manifiestan claramente que la cooperación, integración, confianza y responsabilidad son componentes esenciales del éxito alcanzado.

Agradezco a todos y cada uno de los que han participado y hecho posible los resultados que a continuación se detallan.

Lic. José Napoleón Duarte,
Presidente de CORSATUR

II. INFORME EJECUTIVO

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), presenta a nuestros usuarios, instituciones privadas, públicas, entes vinculados al sector turístico y ciudadanía en general, su Informe de Rendición de Cuentas Período Junio 2009 a Mayo 2014, el cual especifica el estado en que se recibió la Institución al inicio de esta gestión, las estrategias implementadas, logros alcanzados, legados en materia de turismo, proyectos ejecutados y la inversión que estos generaron; así como los proyectos a ejecutar en los próximos meses.

Para la gestión que iniciaba en junio del 2009 el presupuesto para esta cartera de Estado fue de US\$14,539,650.00, habiéndose ejecutado de enero a mayo U\$4, 190,642.74, quedando un remanente de US\$ 10, 349,007.26 para la ejecución de junio a diciembre de 2009, esta administración logra ejecutar US \$6,097,450.66, equivalente al 71% del total del presupuesto.

Con respecto a la llegada de visitantes estos presentaban una caída del 26.6% (Grafico 1) y los ingresos turísticos del 43.3% (Gráfico 2), al comparar enero-mayo 2008 con enero mayo 2009.

Grafico 1

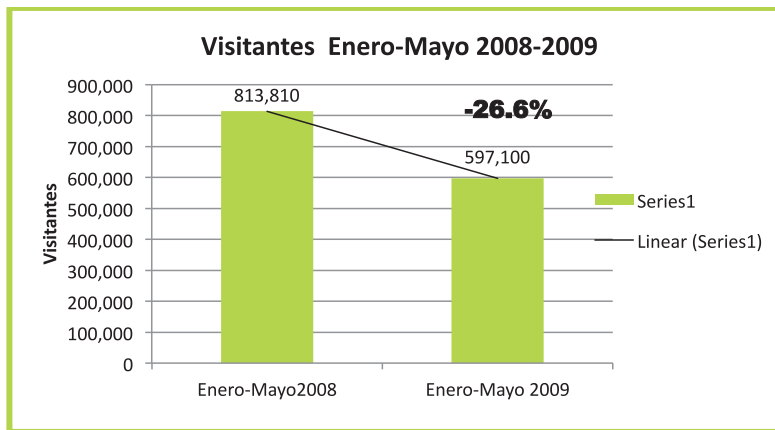
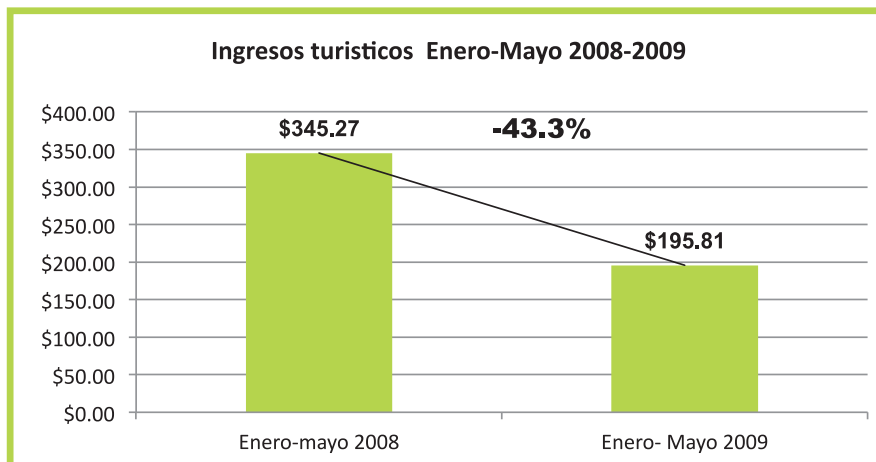


Grafico 2

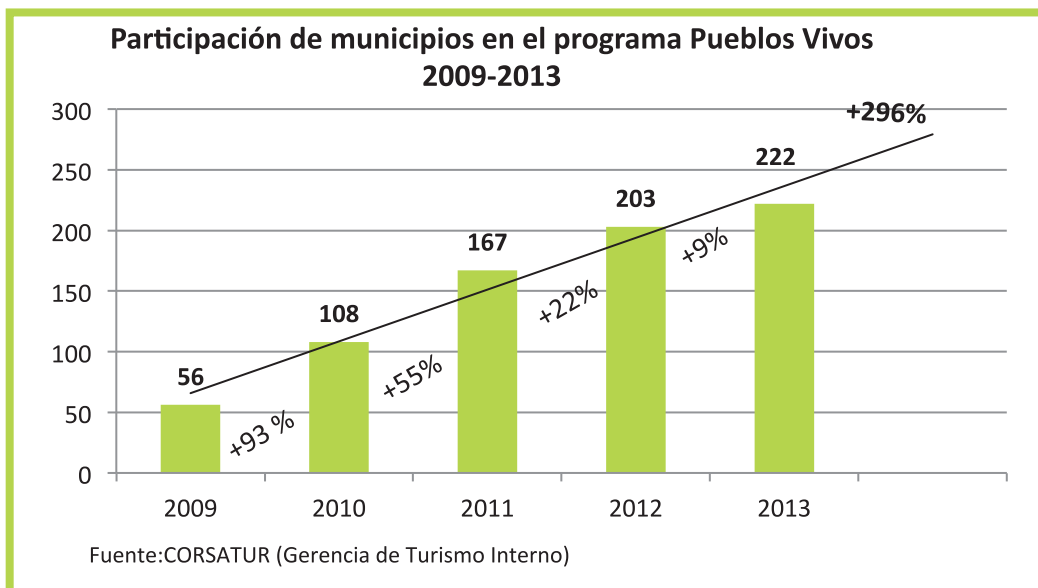


Por otra parte las obras de construcción no estaban siendo supervisadas diligentemente, poniendo en riesgo las inversiones más significativas de CORSATUR, para citar un ejemplo el edificio administrativo del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad se encontraba estancado, retomándolo la nueva administración lo cual permitió la inauguración del edificio de estacionamiento, en diciembre de 2009.

Ante la situación en la que se encontraba esta cartera de Estado, la administración dirigida por el Licenciado José Napoleón Duarte Durán, se implementó la estrategia para dinamizar el sector turístico. Formulando desde sus inicios una propuesta de cambio seguro para el desarrollo turístico del país, partiendo de una moderna visión se definió el camino estratégico a seguir: comenzando por desacelerar la tendencia de una precipitada caída en el número de visitantes y estabilizar su comportamiento, posteriormente pasar a la etapa de recuperación de la confianza con los diferentes actores del sector e iniciar un período de crecimiento progresivo, que nos permitieran sentar las bases para el logro de objetivos estratégicos de crecimiento sostenible en el largo plazo, así nació la “ESTRATEGIA TRANSVERSAL DE PUEBLOS VIVOS”, sustentada en el crecimiento de adentro hacia afuera con reciprocidad activa.

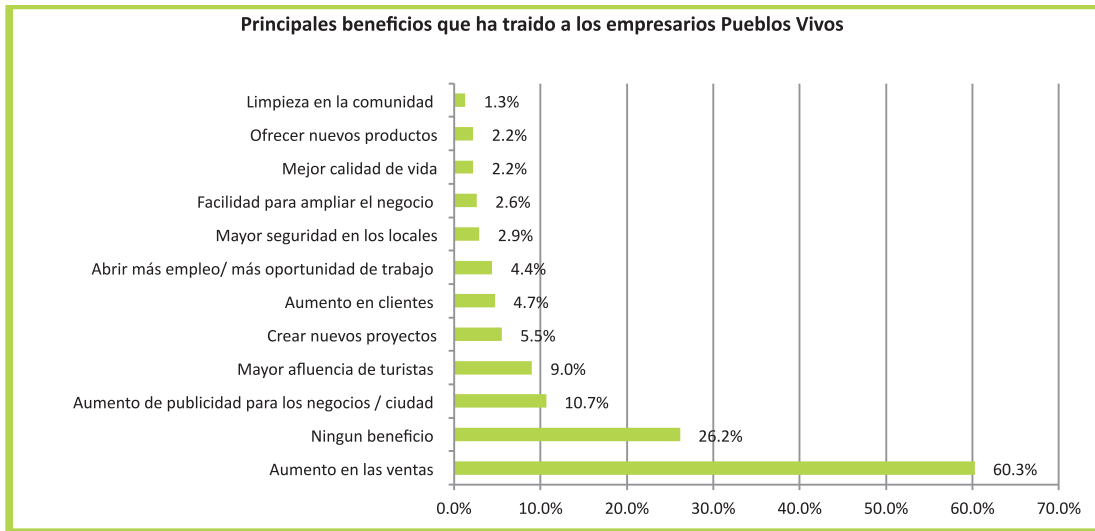
Partiendo de la estrategia anteriormente planteada, se han obtenido logros significativos que han sido evidentes para el desarrollo del turismo en nuestro país, dentro de los cuales se destacan: En el evento Pueblos Vivos, se muestra que desde el 2009 al 2013 aumentó la inscripción de los municipios en el programa de 56 a 222 respectivamente, representando el 85% del total de 262 que consta el territorio nacional, con respecto al incremento de participación año 2009-2013 este es del 296%.

Grafico3



Dentro de los beneficios que ha traído esta estrategia a los empresarios de los municipios que han abrazado el programa Pueblos Vivos se puede mencionar el incremento en sus ventas, el aumento de la publicidad y una mayor afluencia de turistas, así lo demuestra la investigación de impacto realizada para tal fin en el año 2010.

Grafico4



Este programa Pueblos Vivos ha dado un salto cualitativo y cuantitativo, a través de la sensibilización en su población, muchos municipios se han transformado y los concejos municipales incorporan en su presupuesto una partida para el desarrollo del turismo, habilitando áreas exclusivas, oficinas de turismo, desarrollando actividades turísticas hasta la consecución de circuitos turísticos, creación de marcas turísticas, permitiendo un mayor reconocimiento del destino en todo el país; dinamizando la economía local a través de la creación de emprendimientos turísticos y la generación de empleos directos e indirectos para el sector; por otra parte de acuerdo a datos de la encuesta realizada en el evento pueblos vivos 2013 realizado en la Feria Internacional de El Salvador, más del 73% de las micro empresas participantes han sido creadas en los último 5 años.

El programa ha recibido reconocimiento internacional por su apoyo al desarrollo local de los municipios y por la labor que se realiza en el rescate de la identidad de la memoria histórica, costumbres y tradiciones que nos identifican como salvadoreños, entre los que podemos destacar: Premio a la excelencia por la estrategia Pueblos Vivos entregado en la Feria FITUR 2014, realizada en España.

La sistematización del Programa Pueblos Vivos por parte del PNUD. Este programa fue seleccionado por el PNUD, para ser presentado en el segundo Foro Mundial de Desarrollo Económico Local en la ciudad de Foz, Iguazú, Brasil, 2013.

Uno de los esfuerzos realizados desde el año 2011 en conjunto DIGESTYC con CORSATUR-MITUR y BCR (Convenio interinstitucional entre las tres instituciones) para ofrecer información cuantitativa sobre la situación del turismo en el país, es la Encuesta sobre Turismo Doméstico de los Residentes Salvadoreños Dentro del Territorio Nacional, una investigación nacional que describe los perfiles de viajeros y gastos realizados por los hogares residentes en viajes por turismo dentro y fuera del país. Mediante este estudio se monitorea el impacto de la demanda turística doméstica, a fin de dimensionar su tamaño y determinar sus características sociodemográficas y de hábitos de viaje.

En el año 2011 más de 4.0 Millones de salvadoreños realizaron viajes de turismo interno en El Salvador, en el año 2012 lo hicieron 4.2 millones y para el 2013 un total de 6.7 salvadoreños realizaron turismo interno en el Salvador, representando un 60% de incremento con respecto al año 2012 y los ingresos fueron de US\$107236,399. Con un aumento del 47.9% con respecto al año 2012. Tabla I

Tabla I

PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO INTERNO					
	Años			Variación Relativa (%)	
	2011	2012	2013	2011-2012	2012-2013
Condición del visitante					
Visitante (personas que hacen Viajes turísticos fuera de su entorno habitual)	4050,907	4191,594	6704,528	3.5%	60.0%
Ingresos en US\$				19.6%	47.9%
	\$60,620,653	\$72,517,253	\$107,236,399		

Fuente: DIGESTYC-CORSATUR 2011-2013 datos preliminares –Visitantes se refiere a personas que hacen viajes de un día y más de un día por otra parte visitante cuenta el número de viajes que una persona realiza durante el año.

De Junio 2009 a diciembre 2013 la plataforma de trabajo con los municipios ha permitido ir reconociendo en los territorios, aquellos municipios con mayor potencial e infraestructura instalada para luego ser reconocidos en una nueva fase como Pueblos Encantadores, determinando así un modelo de desarrollo turístico a seguir en el que la localidad sea un referente tanto nacional como internacional. La estrategia Pueblos Vivos ha tenido una inversión de US\$739,148.31 en los años correspondientes del 2009 al 2013 .

La implementación de esta estrategia ha implicado diversas acciones, que incluyen el Levantamiento de Inventario Turístico, creación de mapas turísticos amigables, Documentos de Planeación Territorial Turística Catalogo de Fortalecimiento de Rutas Turísticas, Catálogos Especializados, Portafolios, diseño e instalación de vallas, Paradas de Buses Turísticas, Catálogos Especializados, Mupies con el mapa turístico Instalados en Las Fronteras, Toldos para Lanchas, Canopies y el desarrollo de la expo feria Pueblos Vivos. Monto Invertido US\$ 627,795.66

Los indicadores del rubro turístico demuestran que la gestión realizada ha sido favorable, las iniciativas de emergencia adoptadas por la nueva administración para frenar la caída (26.6%) que se dio desde mayo del 2009, causado por la crisis financiera mundial y la recesión económica, se implementó la estrategia de desaceleración y estabilización, lográndose cerrar el año 2009 con un saldo negativo del 21%.

Se establecieron proyecciones en la llegada de visitantes internacionales, utilizando como parámetros la meta formulada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) (4%) esperando poder superarla, es así que a partir del segundo año de gestión se comienza a visualizar resultados positivos, cerrando ese año con un crecimiento del 5.3% respecto al año primero de gestión.

Durante el tercer año de gestión, los resultados obtenidos muestran que el turismo internacional se ha venido consolidando de manera responsable y constante, obteniéndose un incremento en visitantes del 2,7% con respecto al segundo. Para el cuarto año hubo un alza del 5.8% comparado con el año anterior, y para el quinto año el crecimiento es del 5.3%). Cerrando así el quinquenio con un crecimiento total del 20.5% (Tabla 2/ Gráfico 5).

Tabla 2

<i>Llegada de Visitantes internacionales por año de gestión presidencia</i>		
<i>Años de Gestión¹</i>	<i>Visitantes</i>	<i>% de Crecimiento</i>
<i>Año 1</i>	1539,452	
<i>Año 2</i>	1620,850	5.3%
<i>Año 3</i>	1664,835	2.7%
<i>Año 4</i>	1760,989	5.8%
<i>Año 5</i>	1854,314	5.3%
<i>Crecimiento año 1 Vrs año 5</i>		20.5%

Fuente: Encuesta de Conteos de Visitantes internacionales 2009-2014 CORSATUR-ARALDI -IT CORNER

¹ Año 1 = Junio 2009-Mayo 2011, Año 2 = Junio 2011-Mayo 2012, Año 3 = Junio 2012-Mayo 2013, Año 4 = Junio 2013-Mayo 2014, Año 5 = Junio 2013- mayo 2014.

Gráfico 5



Con respecto a los ingresos económicos del sector turístico, se recibieron con una caída del 43.3% / (Comparado Enero-Mayo 2008 con Enero Mayo- 2009). Al cerrar el segundo año de gestión los resultados alcanzados fueron positivos, alcanzando 1.4% de incremento con respecto al año anterior.

Para el tercer año de gestión el turismo se va consolidando en materia económica, pasando del 1.4% registrado en el segundo año de gestión al 27.10% en tercer año, y para el cuarto año el incremento es de 17.7%. Al concluir el quinto año con 27.9% con respecto al año anterior, cerrando el quinquenio con incremento del 93.8% (Tabla 3 Gráfico 6)

Es importante señalar que los ingresos turísticos percibidos durante el año fiscal 2013 fue de US\$893.84 Millones de Dólares es el ingreso más alto percibido en la historia del turismo. (Gráfico 6.1)

Tabla 3

Ingresos turísticos por año gestión presidencial		
Años de Gestión ¹	Visitantes	% de Crecimiento
Año 1	\$ 527.6	
año 2	\$ 534.8	1.4%
Año 3	\$ 679.9	27.1%
Año 4	\$ 799.9	17.7%
Año 5	\$ \$1,022.75	27.9%
Año 1-5		93.8%

Fuente: Encuesta de Censos de Visitantes internacionales 2009-2014 CORSATUR-ARALDI -IT CORNER

Gráfico 6

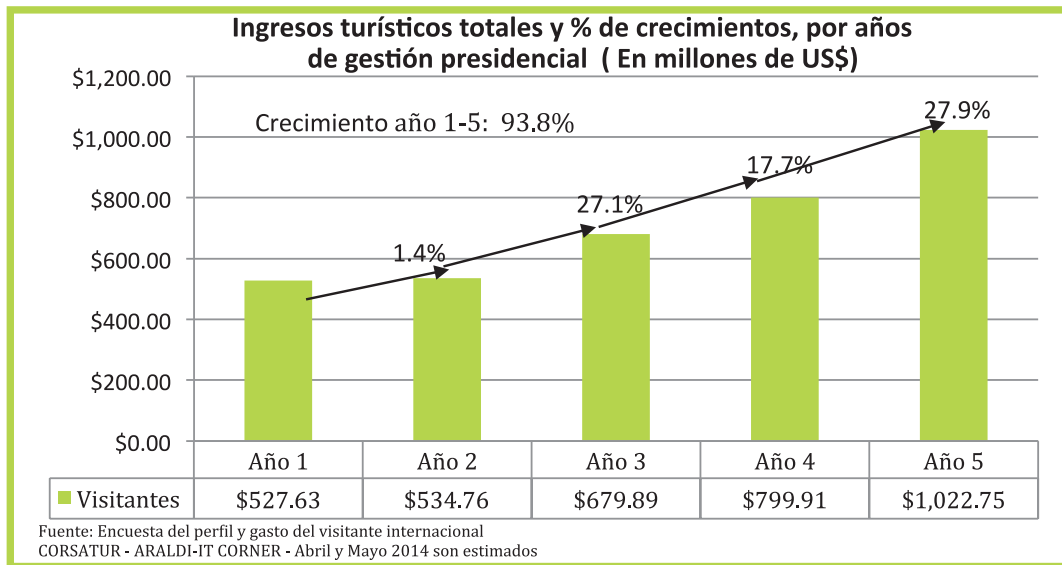
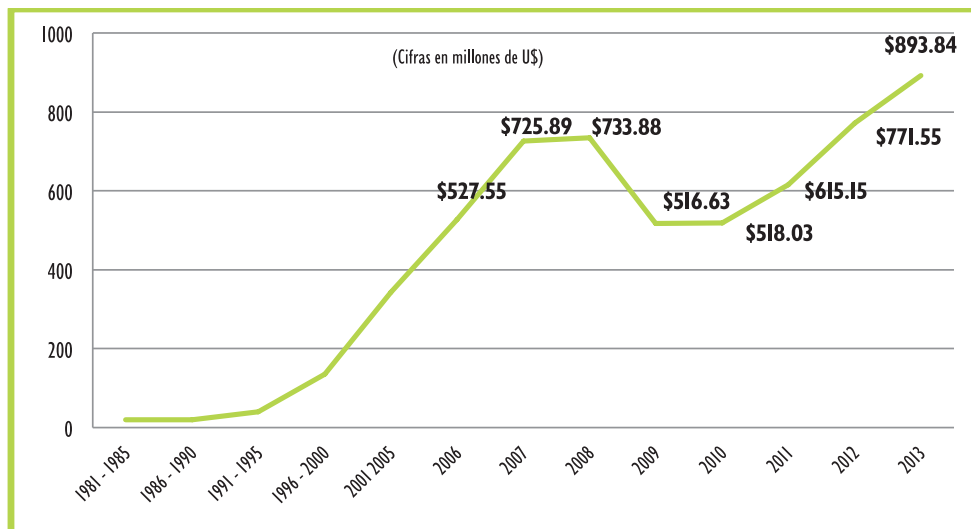


Gráfico 6. I: Comportamiento Histórico de Ingresos Turísticos



¹Año 1 = Junio 2009-Mayo 2011, Año 2 = Junio 2011-Mayo 2012, Año 3 = Junio 2012-Mayo 2013, Año 4 = Junio 2013-Mayo 2014, Año 5 = Junio 2013- mayo 2014.

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.

Específicamente en Semana Santa se registró un repunte importante de crecimiento del 24.1% durante el año 2010 comparado con 2009. Al comparar los años 2009 con 2014 el crecimiento es del 94.01% (Gráfico 7). En cuanto a los ingresos turísticos estos crecieron en 2010 en 15.7% con respecto al 2009 y al analizar el comportamiento desde el año 2009 hasta el 2014 el aumento es del 224.40% (Gráfico 8).

Gráfico 7

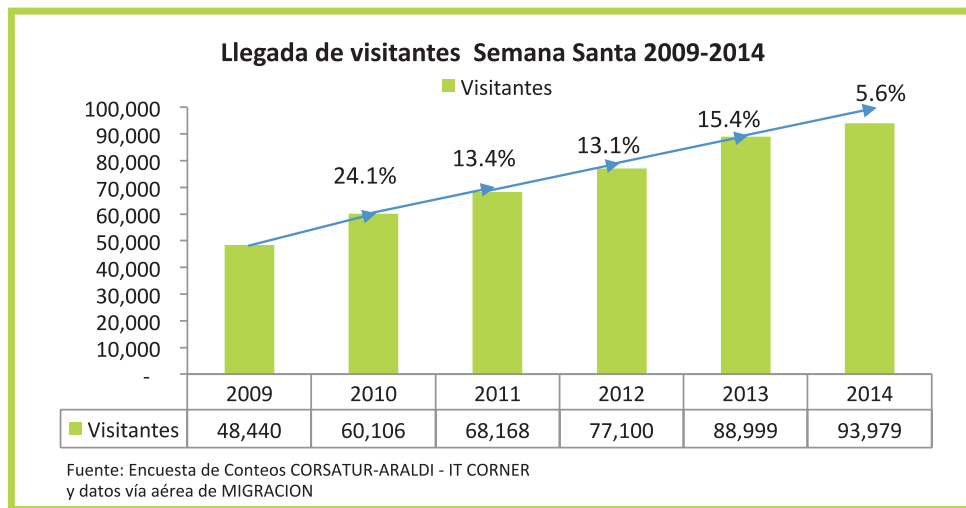
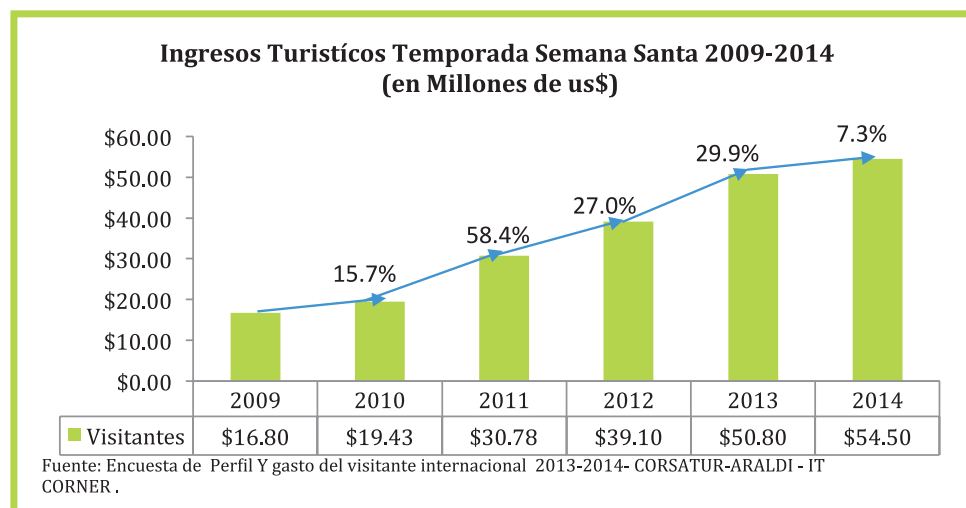


Gráfico 8



Por otra parte las llegadas de visitantes para las vacaciones de agosto el crecimiento fue del 15.2% en el año 2010 comparado con el año 2009. El incremento entre los años 2009-2013 fue del 24.98%, (Gráfico 9) los ingresos aumentaron en los periodos 2009-2010 en 75.7% y 95.15% del 2009 al 2013 respectivamente (Gráfico 10).

Gráfico 9

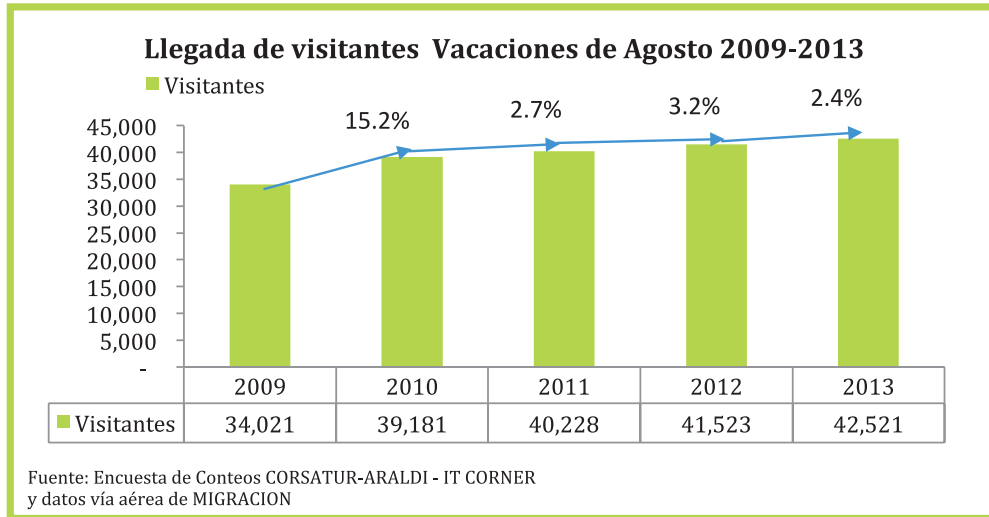


Gráfico 10



En cuanto a la llegada de visitantes para la temporada de navidad, se registró un decrecimiento del 9.1% en el año 2010 comparado con el año 2009, a raíz de la falta de recursos no se realizó publicidad para esa temporada. Desde el año 2011 los crecimientos son constantes, siendo el incremento del 16.3% entre los años 2009-2013. Los ingresos crecieron en el mismo periodo en 12.9% (Gráfico 11 y 12).

Gráfico 11

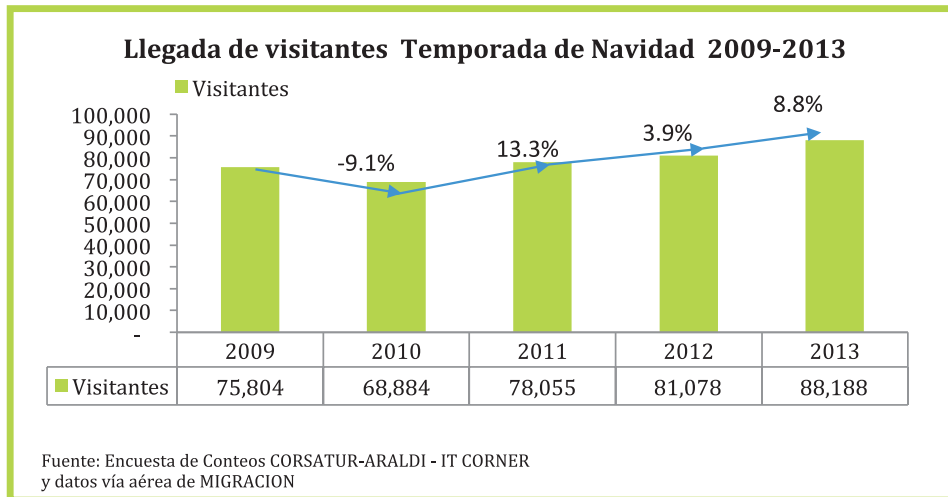
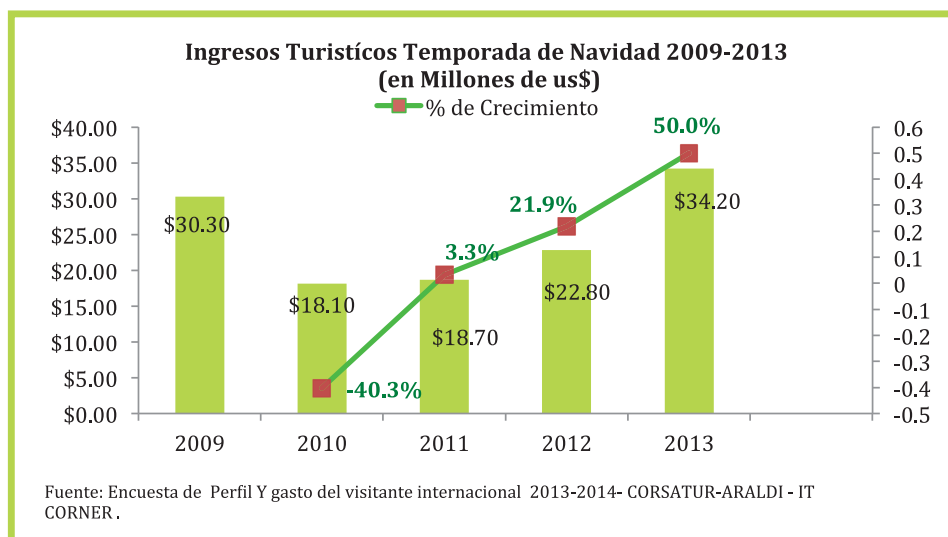


Gráfico 12



Uno de los obstáculos identificados al recibir la administración de la Corporación Salvadoreña de Turismo, era el estancamiento en el que se encontraba la apertura y opciones para el acceso de nuevas líneas aéreas y cruceros al país. En ese sentido se consideró como una prioridad darle atención a esos rubros, llevando a cabo las gestiones necesarias con los organismos locales e internacionales que manejan la industria aérea y de cruceros. Como resultado de las gestiones realizadas se logró el ingreso de nuevas líneas aéreas, permitiendo el incremento en el flujo de turistas.



Tomando en cuenta la importancia que representa el fomento de la conectividad aérea para el aumento de las llegadas de turistas, se han realizado acciones encaminadas a fortalecerla, por ser un componente estratégico para el desarrollo turístico. En este sentido, se han incrementado los esfuerzos para concretar el inicio de operaciones de nuevas líneas aéreas y el aumento de frecuencias, ejemplo de ello es la llegada de la línea aérea Iberia, que el 2 de octubre 2010 inauguró su vuelo directo San Salvador - Madrid, con 4 frecuencias a la semana, según datos de CEPA esta línea aérea ha movilizadado durante los años 2010-2013 un total de 57,544 pasajeros hacia El Salvador.

Es importante mencionar la llegada de la línea aérea Spirit, primera línea aérea de bajo costo que inició operaciones en junio del año 2011 a precios mucho más competitivos y con vuelos provenientes de Estados Unidos, representa una nueva ventaja en materia de conectividad entre Norteamérica y El Salvador. Todos estos elementos han coadyuvado la fuerza de vectores de lo que CORSATUR ha denominado transversalidad para producir más y mejores resultados. Éste se convierte en un logro relevante de esta gestión, al satisfacer una demanda que no había sido atendida, sobre todo por los salvadoreños en el exterior que necesitaban contar con una línea aérea que brindara sus servicios a precios más bajos, según datos proporcionados por CEPA esta línea aérea ha movilizadado desde su apertura un aproximado de 32,876 pasajeros hacia El Salvador. Aeroméxico inició operaciones en mayo del año 2012, de igual manera se menciona el vuelo directo Bogotá - San Salvador de TACA a partir del 9 de agosto de 2010.

En agosto de 2010 TACA inauguró el vuelo El Salvador – Guayaquil (Ecuador). Cabe mencionar que a finales del mes de mayo 2013 esta línea aérea se convierte en Avianca, realizando vuelos directos a Colombia, Perú y Ecuador. El impacto a nivel anual es un incremento del 23.9 %. TACA reporta la llegada de 10 mil colombianos a El Salvador.

En el mes de junio 2010 American Airlines Inc. (AA) inauguró vuelo directo de San Salvador – Dallas (USA) con 5 vuelos semanales.



Inauguración Routes Américas 2014

Otro logro significativo es que en febrero de 2014, se llevó a cabo en El Salvador la séptima edición de Routes Américas, evento comercial de aviación más representativo de la región de las Américas, orientado en el desarrollo de rutas y conectividad de la región, que reunió a altos ejecutivos y representantes de aeropuertos, aerolíneas, autoridades de turismo y aviación civil.

Con la sede de este evento, se logró incentivar oportunidades para nuevas conexiones aéreas directas al país, lo cual coadyuvará a promovernos como destino turístico a nivel internacional y con conectividad aérea para una mayor competitividad. Algunas de las negociaciones de las cuales se vislumbran buenas oportunidades de nuevas conexiones son las hechas con aerolíneas como Viva Colombia, Southwest, Jet Blue, y como un fruto de los esfuerzos realizados se inaugurará

el vuelo directo Los Ángeles – San Salvador, con Delta Airlines, siendo importante destacar que Los Ángeles es un hub importante para dicha aerolínea pues conecta con ciudades importantes de Estados Unidos.

El cinco de noviembre del año 2013, los Diputados de la Asamblea Legislativa aprobaron una serie de reformas a la “Ley Orgánica de Aeronáutica Civil”, para el establecimiento de una política de “Cielos Abiertos”, con la finalidad de “liberalizar los mercados de transporte aéreo, reduciendo la intervención gubernamental en los servicios de pasajeros, carga y combinados, para vuelos regulares y no regulares”.

Durante los cinco años de gestión la oferta de alojamiento en El Salvador pasó de ser de 394 hoteles a 408 registrados por CORSATUR. Obteniendo un crecimiento del 3.55%.

Con respecto al número de habitaciones, estas pasaron en el mismo periodo evaluado de 8,284 a 8,805 habitaciones, el Departamento de San Salvador posee una participación de 102 hoteles y 3,002 habitaciones, que corresponde al 31.1% de la oferta total a nivel nacional.

Los índices de ocupación promedio anual de los hoteles del Gran San Salvador paso de 63.78 % en el 2010 al 69.73% en el 2013, con un incremento de 5.95 puntos porcentuales.

Gráfico 13



El empleo es una variable de gran importancia en el análisis económico de las actividades productivas, para el caso del turismo, este paso de 41,236 empleos promedios durante el año 2009 a 45,527 para el año 2013, obteniendo un crecimiento del 10.4% , siendo la actividad de restaurantes, bares y similares y otras actividades donde se concentra dicho crecimiento. Grafico 13.

Para lograr los resultados antes citados se han realizado una serie de estrategias encaminadas a la atracción de turistas a El Salvador tales como:

- Campañas de promoción y publicidad:

Campaña nacional, orientada a fortalecer el turismo interno y la internacional, con un componente regional de corto y medio alcance, y otro de largo alcance. Invirtiendo en esta acción US\$12,385,652.34 los cuales fueron invertidos en la campaña nacional \$5,689,491.62 y la Internacional: \$6,696,160.72.

- Ferias de turismo internacionales:

Durante esta gestión (Junio 2009 a mayo 2014) El Salvador se promociono internacionalmente a través de ferias turísticas en mercados estratégicos para la atracción de turistas tales como, Centroamérica (15 ferias) Norteamérica (31 ferias), Suramérica (15 ferias) y Europa (30 ferias). Invirtiendo un total de US\$ \$4,974,017.84 (Tabla 4)

Tabla 4

Principales regiones	Participación en ferias	Monto Invertido en US\$
Junio 2009-Mayo 2014		
Centroamérica	15	\$1,091,790.75
Norteamérica	31	\$613,879.71
Suramérica	15	\$727,358.71
Europa	30	\$2,499,058.73
Asia	0	\$0.00
Otros	3	\$41,929.94
Total	94	\$4,974,017.84

Fuente: CORSATUR.- Gerencia de Mercado (Unidad de Comercialización y Ferias Internacionales)

El objetivo de la participación en ferias internacionales es promocionar la oferta turística de El Salvador a nivel internacional y posicionarlo como un destino turístico muy diverso, contando con una creciente participación de los empresarios del sector que asisten y realizan citas de negocios con tour operadores de nivel mundial.

En el periodo 2009-2010 asistieron 65 empresarios a las ferias turísticas internacionales, entre el año 2010 y 2011 el número paso a 109 empresarios. Mientras que en el periodo 2011 y 2012 la participación de empresarios fue de 63, en los años 2012-2013 este fue de 92 empresarios. Cerrando el periodo 2013-2014 con la participación de 112 empresario, lográndose un incremento del 72.3% desde el año 2009 a mayo 2014. Siendo en total de empresarios participantes en el periodo antes mencionado de 441.

•Viajes de familiarización y prensa:

En lo referente a viajes de familiarización y prensa en el periodo junio 2009 a mayo 2014 fueron de 152, lo que representa un aumento de 25.93% desde el inicio de la gestión. Invirtiéndose la cantidad de US \$483,600.00. (Tabla 5)

Periodo	FAM	PRENSA	MONTO INVERTIDO en Miles de US\$
2009-2010	12	15	\$63.6
2010-2011	20	18	\$66.2
2011-2012	18	17	\$131.5
2012-2013	11	7	\$76.2
2013-2014	22	12	\$146.1
Total	83	69	\$483.6

Fuente: CORSATUR.- Gerencia de Mercado (Unidad de Comercialización y Ferias Internacionales)

A partir del año 2011 se refuerza la parte de promoción y desarrollo turístico mediante eventos que se han desarrollado durante esta gestión tales como: Eventos de Surf, Futbol Playa y Mundo Maya que ayudaron, especialmente el área de Sol y Playa y el área arqueológica y cultural, incentivando a que estas zonas tengan un desarrollo económico muy importante, involucrando a los diferentes sectores como los gobiernos municipales, comités de desarrollo turístico y el sector privado. Invirtiéndose en estas actividades US\$ 1, 322,233.00.

Tabla 6

De junio-mayo de cada año	No. De eventos realizados	Monto Invertido	Número de Asistentes
2011-2012	6	\$548,200.00	16,100
2012-2013	9	\$330,000.00	46,700
2013-2014	3	\$444,033.00	19,300
Total	18	\$1,322,233.00	82,100

Fuente: CORSATUR -Gerencia de Mercadeo (Unidad de Información Turística)

- Acciones Co-marketing :

Entre los años 2012 y 2013 se desarrollaron 12 acciones de co-marketing que permitieron posicionar a El Salvador en Estados Unidos, Canadá y España. Entre las acciones desarrolladas se destaca la promoción digital, boletines de promoción turística, brochures con promoción de El Salvador, Roadshows, seminarios para agencias de viaje. Lo antes mencionado es parte de la estrategia de posicionamiento de El Salvador a nivel internacional, lo cual permitió llegar por medio de alianzas estratégicas a los mercados meta e incrementar su impacto, ya que las acciones llegó directamente a los nichos interesados en la venta de paquetes turísticos, también busca posicionar nuevos destinos. Monto Invertido US\$ 547,983.37

- Estrategia de promoción digital:

La estrategia Digital de CORSATUR ha permitido posicionar la página web promocional www.elsalvador.travel a nivel nacional e internacional, convirtiéndola en una herramienta de información y ayuda a los turistas que visitan los diferentes destinos del país. En el ámbito de redes sociales tales como Facebook y Twitter, El Salvador impresionante se encuentra en los primeros puestos a nivel centroamericano. Logrando en Enero de 2013 a los 200 mil fans y colocando nuestro fan page como uno de los predilectos y con más seguidores a nivel nacional.

Los datos están basados en las estadísticas otorgadas por las diferentes redes sociales que siguen el comportamiento de la estrategia que se desarrolló a lo largo de estos meses la cual incluía un calendario de conversación que se renovó mes a mes, el desarrollo de aplicaciones para Facebook, Campañas específicas para cada uno de los diferentes medios digitales, así como la pauta optimizada dentro de la Red Social Facebook. Monto Invertido \$ 198,013.000.

La promoción digital, es una estrategia utilizada para la difusión turística, en los medios electrónicos de mayor demanda por parte de los usuarios, entre los cuales se destaca como producto principal el sitio de promoción turística del país www.elsalvador.travel. Además se cuenta con las diferentes redes sociales Facebook, Twitter y YouTube. Inversión: \$48,938.04

Sitio web rediseñado. El sitio web www.elsalvador.travel fue rediseñado para facilitar la navegación del usuario a través de la variedad de oferta turística de El Salvador. El rediseño permitió la incorporación de información de los negocios de las diferentes gremiales turísticas del país, dicha información se obtuvo mediante la implementación del proyecto denominado “Desarrollo de Fichas de Promoción Turística” para la publicación en sitio web. Inversión: US\$225,568.20

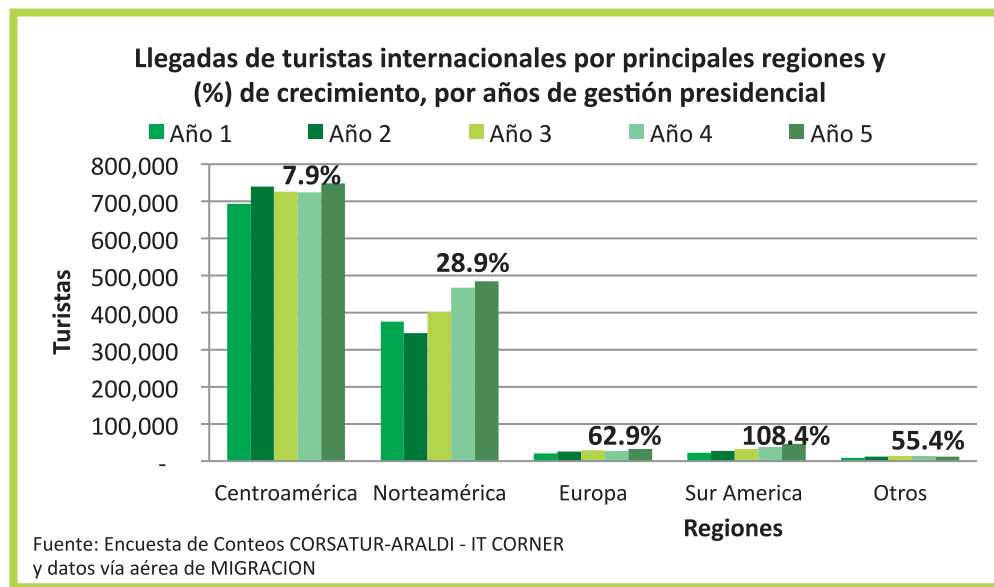
El diseño de la página web en la promoción de turismo fue renovado y se incrementó a 18,000 el número de las visitas por mes al sitio www.elsalvador.travel

Otro de los logros en el área de la Web ha sido posicionar a El Salvador dentro de las Redes Sociales como Facebook y Twitter, lo que ha permitido tener más de 27,000 usuarios en estas redes. Además, el crecimiento del sitio en Facebook “El Salvador Impressive” fue de 200.3%. Todo este esfuerzo ha dado frutos con el reconocimiento en el certamen Arroba de Oro 2010, al obtener el segundo lugar en la Categoría de Campañas Integradas.

Entre los productos turísticos que se diseñaron para fortalecimiento a la oferta turística podemos mencionar: a) Fortalecimiento para la Puesta en Valor Turístico de la Ruta La Flores. b) Creación del producto turístico Circuito Bahía – Sierra. c) Comercialización y puesta en valor turístico de la Ruta Colonial y de Los Volcanes. d) Seguimiento a Producto Turístico Geoturismo. / Establecimiento de la Ruta Turística Café de El Salvador. e) Acciones Para la Creación de la Ruta Náhuatl – Pipil. f) Implementación de Ruta Mundo Maya / Ruta Náhuatl – Pipil. g) Primera Fase Ruta Monseñor Romero, “City Tour Monseñor Romero”. h) Seguimiento a la implementación del turismo médico. i) Lanzamiento del producto turístico sitios arqueológicos sub acuáticos de El Salvador. j) Tour de Islas del Golfo.

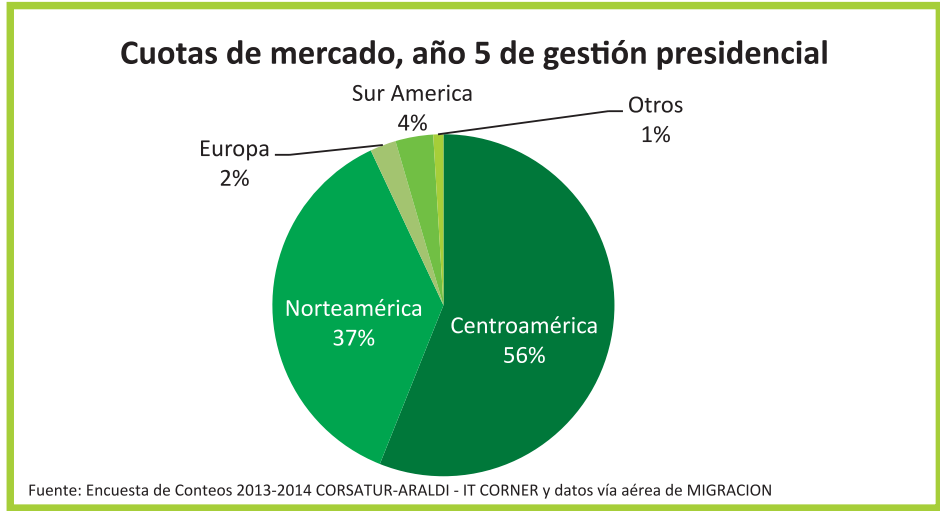
Los resultados obtenidos en turismo receptivo, producto de estas estrategias de promoción a nivel regional e internacional para el período de junio 2009 a mayo 2014 por orden de importancia son: Centroamérica que muestra un crecimiento importante del 7.9%, Norteamérica con un 28.9%, Suramérica 108.4%, Europa 62.9%, mientras que otras regiones también muestran un resultado positivo del 55.4% de crecimiento a lo largo de esta gestión.

Gráfico 14



Para el último año de gestión se identifica que la importancia de los mercados que más aporte en número de turistas hacia a El Salvador, la región de mayor impacto es Centroamérica con 56% del turismo recibido; en segundo lugar, la región de Norteamérica con el 37%; y en tercer lugar, Suramérica con el 4%. Las otras regiones del mundo incluyendo Europa representan el 3% del total de turistas. Gráfico 15

Gráfico 15



2.39 En infraestructura pública se han culminado diferentes obras dentro de las cuales se destacan:

a) Construcción del Edificio del Estacionamiento del CTPLL, con capacidad para albergar 252 vehículos, 9 espacios para auto buses turísticos, 5 espacios para minusválidos y 5 espacios para mujeres embarazadas y una pasarela elevada que conecta al Complejo Turístico con el edificio del estacionamiento, brindando seguridad a los vehículos de los visitantes. Conviene aclarar que el proyecto del edificio administrativo se encontraba estancado, retomándolo la nueva administración lo cual permitió la inauguración del edificio, en diciembre de 2009. El diez de enero de 2010, sufrió desperfectos serios en la cubierta de lona y sus anclajes, dañando adicionalmente parte de la infraestructura del edificio, habiendo solventado y superado los fallos, por medio de los canales correspondientes de garantías. Monto Invertido US\$2,457,639.77



Primer Nivel del Estacionamiento



Segundo Nivel del Estacionamiento

b) Construcción paso adoquinado peatonal Malecón CTPLL. En alianza entre el gobierno central y gobierno municipal, en el segundo semestre del año 2009, se finalizó la construcción de 600 metros de paso adoquinado peatonal, en el malecón del Puerto de La Libertad; esto permitió el apuntalamiento del surf nocturno de la zona convirtiéndose en una atracción única en Centroamérica. Monto invertido: \$528,531.05 .

c) Por otra parte para mejorar la imagen de la zona de acceso a la playa el tunco, se construyeron 527 metros lineales de calle. La inversión fue de US\$109,540.00, el proyecto genero 50 empleos directos y más de 140 indirectos, además de nuevas fuentes potenciales de trabajo por la nueva infraestructura de la calle, siendo un dato relevante que la playa el Tunco es un referente mundial para practicar el surf y está catalogada entre las primeras 5 mejores playas a nivel mundial para realizar este deporte



Adoquinado paso peatonal Malecón CTPL

c) En el Complejo Turístico Puerto de La Libertad se ha ejecutado los trabajos de mantenimiento general de infraestructura, plantas de tratamiento, administración del inmueble y servicios de seguridad privada. Monto invertido US\$400,000 mil Dólares por año.



Instalaciones del Edificio Administrativo en Complejo Turístico Puerto de La Libertad

d) Para fortalecer la infraestructura del atractivo turístico en el año 2010 se construyeron cuatro nuevos Miradores Turísticos, en el municipio ganador del concurso Pueblos Vivos 2009 “Alegría”; el segundo, en el Parque Nacional El Boquerón y los dos restantes en los municipios de Meanguera y Tamanique. Monto invertido: \$57,555.82 dólares.

Mirador Ubicado en Torola



Mirador de Alegría



Mirador El Boquerón



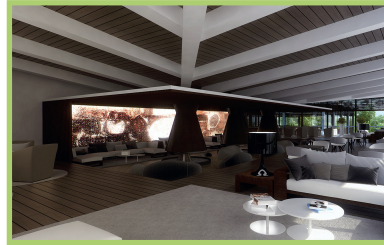
Mirador de Tamanique

e) En el año 2010 se desarrolló el proyecto del Plan de Señalización Turística, para identificar las diferentes rutas turísticas de las zonas norte de Morazán y La Unión, así como la atención de los 56 municipios inscritos en el concurso Pueblos Vivos 2009 y la micro región del Bálsamo. Mediante la instalación de aproximadamente 250 señales, de diversos tamaños, según manual de señalización turística. Monto invertido US \$139,002.80



Ejemplo de señalización turística de Chalatenango y Suchitoto

e) Como parte del Plan de Captación de Inversiones Turísticas, CORSATUR obtuvo el financiamiento del FOSEP, para desarrollar los Estudios de Factibilidad para el Hotel de Montaña Cerro Verde e inmueble en Playa El Icacal, con una inversión pública de más de \$600,000.00, con lo cual se pone a disposición de los inversionistas, la información técnica necesaria para proyectar e implementar proyectos de inversión turística en estos dos destinos. La Inversión en el Estudio de Factibilidad proyecto “Rehabilitación de Hotel de Montaña Cerro Verde, Cantón Las Lomas en el Departamento de Santa Ana”. Fue de US\$304,351.66 (IVA incluido) y en el Estudio de Factibilidad proyecto “Desarrollo Turístico en Playa El Icacal, en el Departamento de La Unión” Us \$347,460.73 (IVA incluido).



Ilustraciones Estudios de Factibilidad para el Hotel de Montaña Cerro Verde.



Ilustraciones Estudio de Factibilidad para Desarrollo Turístico en Playa El Icacal

e) La edificación del Barco Café tiene como propósito brindar un lugar de esparcimiento al turista nacional y extranjero, que además sirve como lugar donde se obtenga información turística. Inversión US \$ 22,000.00

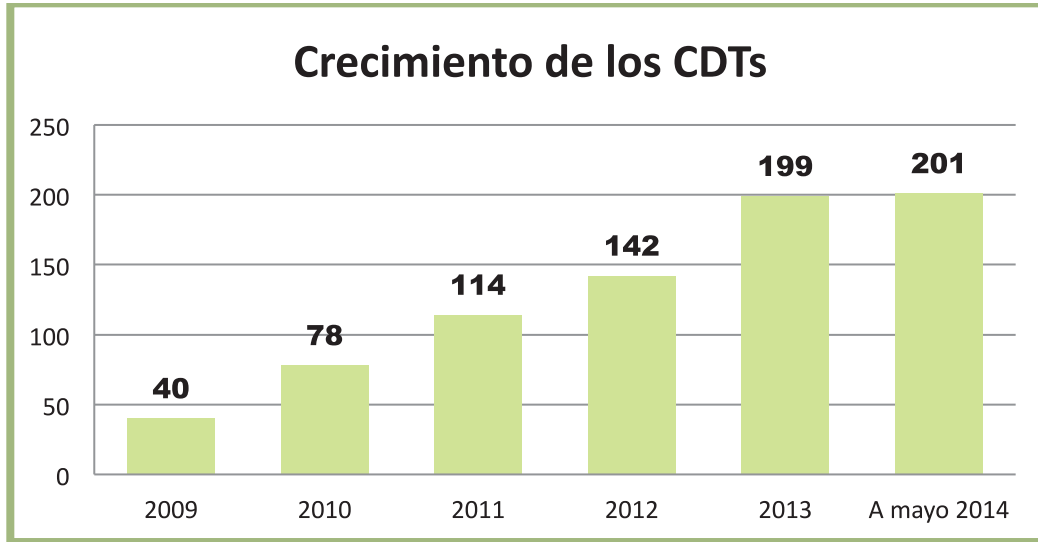


Ilustración de Barco Café ubicado en el CTPL

2.40 Entre los años 2009-2014 se han creado 201 Comités de Desarrollo Turístico (CDT) los cuales están conformados por gobiernos locales, empresarios del Rubro Turismo; por otra parte se han realizado 4,553 asistencias técnicas a CDT's y Gobiernos Locales, beneficiando un aproximado de 43,949 personas. Gráfico 16

∨

Gráfico 16



2.41 Durante la gestión junio 2009 a Mayo 2014, se han realizado 8 eventos Nacionales y regionales bajo la dinámica de “Encuentros”, permitiendo fortalecer las capacidades de los CDT con capacitaciones y Talleres, beneficiando a 1,490 miembros de los CDT's. Monto Invertido US\$ 119,762.6

2.42 Otra de las acciones de fortalecimiento a los Gobiernos locales ha sido: Dotar de basureros e Iluminaria a los Municipios: San Vicente, Tepecoyo, Ilopango, Tapalhuaca, Zacatecoluca, San Julián, Acajutla, El Congo, entre otros; en tanto que los parques acuáticos del ISTU beneficiados son Amapulapa, Los Chorros, Costa del Sol y Apulo. Monto Invertido US\$24,469.35



Evento de Encuentros CDT'S

2.43 Para el año 2013 se modificó el diseño de dichos basureros y se instalaron 262 juegos nuevos, Beneficiando a 25 municipios dentro de los cuales podemos mencionar a los ganadores de Pueblos Vivos, detallándolos a continuación: Atiquizaya, Chalchuapa, Izalco, San Rafael Obrajuelo, Apastepeque, Osicala y La Unión. Monto Invertido US\$49,882.54

2.44 Así mismo se ha realizado la dotación de pintura para mejora de imagen de los municipios participantes en Pueblos Vivos, beneficiando directamente a 45 de ellos, mejorando la imagen de los municipios, mediante la pinta de murales y postes. Monto Invertido US \$24,469.35

Se ha realizado 17 City Tour en coordinación con los Gobiernos Locales, Comités de Desarrollo Turístico y Politur, en los municipios: Dulce Nombre de María, Usulután, Perquín, Tejutla, Tapalhuaca, Santiago Nonualco, Panchimalco, Concepción Quezaltepeque, Cojutepeque, La Unión, Atiquizaya, San Rafael Obrajuelos, Izalco, Apastepeque, Osicala y Chalchuapa. Monto Invertido US\$8,957.50

En materia de convenios para capacitación en Turismo Rural de los municipios pertenecientes al área del Golfo de Fonseca, se firmó en el año 2009 el convenio de Cooperación Japonesa con el JICA para el desarrollo del proyecto denominado: “Fortalecimiento de las capacidades para El Desarrollo del Turismo Rural en la región oriental de El Salvador. Dicho proyecto tuvo una duración de 3 años, en los cuales la zona oriental de El Salvador fue la población beneficiada. Inversión por parte de CORSATUR: fue de US\$396,089.25, dato consolidado de los eventos, horas hombre, diferentes capacitaciones, construcción de infraestructura en la zona y gastos de representación en viajes al exterior del país.

De Junio 2009 a Mayo 2014 se ha fomentado e incentivado progresivamente el desarrollo del turismo interno, desde la Coordinación de los Centros de Amigos del Turista (CAT) ubicados en 6 zonas estratégicas: Ruta de Las Flores (Apaneca), Ruta Fresca (La Palma), Suchitoto, La Libertad, Ruta de Paz (Jocoaitique) y La Unión, atendiéndose a 60,757 turistas, de los cuales el 73.65% corresponde a turistas nacionales y el 26.35% a turistas internacionales, además se promueve el fortalecimiento de las Mipymes turísticas, Mediante la asistencia técnica, planificación, ejecución y evaluación de la participación de los diferentes empresarios en capacitaciones, ruedas de negocios, encuentros empresariales, ferias, entre otros, así como la gestión y apoyo directo con las diferentes municipalidades y sus respectivos comités turísticos, para el desarrollo económico local, a través del turismo. Gráfico 17

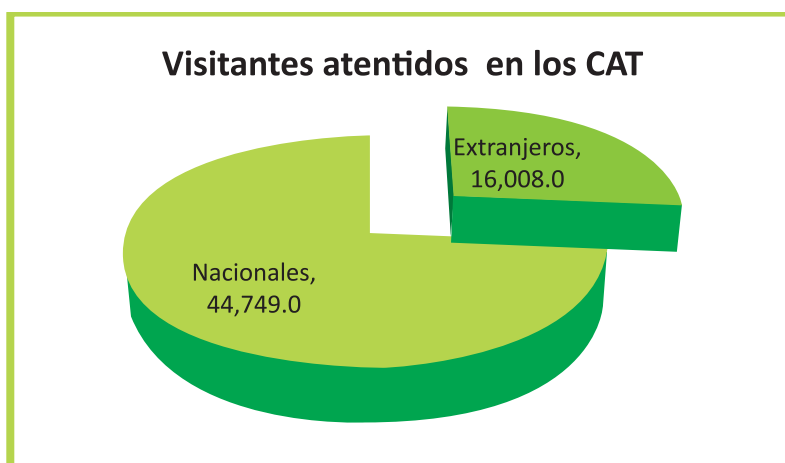


Capacitación de uso apropiado de equipo, proyecto Tour a los Manglares Intipucá.



Mapa de La Unión, Proyecto de Mapas Comunitarios.

Gráfico 17



Con el propósito de fortalecer la oferta turística durante el quinquenio se desarrollaron diferentes capacitaciones destacándose las siguientes: a) Capacitación a Guías Turísticos Locales. b) Implementación de buenas prácticas de calidad para MIPYMES turísticas. c) Taller sobre buenas prácticas en ecoturismo y turismo de aventura. d) Fortalecimiento de la calidad de los servicios de las MYPES turísticas del Golfo de Fonseca. e) Técnicas de rescate acuático a la Policía de Turismo. e) Acciones de fomento a la Calidad de los prestadores de servicios para congresos y convenciones. f) capacitaron a 120 guías turísticos, por medio de un programa de 10 módulos. g) Talleres de Sensibilización Turística h) Taller fortalecimiento de las capacidades para mejoramiento de productos Geo turísticos) Programa de fomento a la competitividad j) Difusión de normas de calidad turísticas y Buenas Prácticas. k) Programa de capacitación de Guías Turísticos de El Salvador. l) Cursos de inglés para elementos de POLITUR. m) Programa de capacitación de Guías Turísticos de El Salvador. n) Clases de inglés para Lancheros del Golfo de Fonseca.

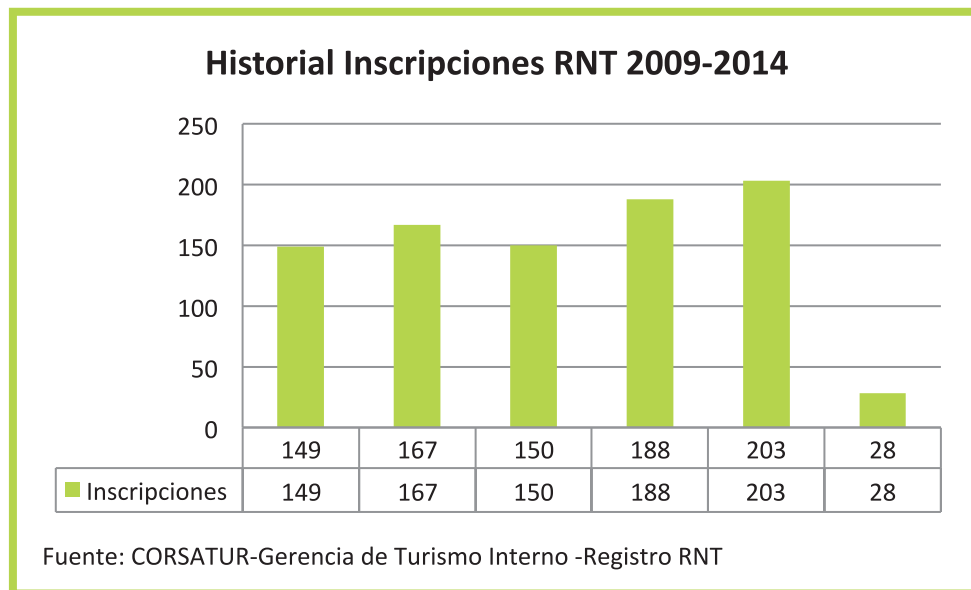
Del 23 de Agosto 2012 al 30 de Noviembre 2012 CORSATUR inicia su recertificación en el sistema de gestión de calidad teniendo como objetivo aumentar la satisfacción del cliente, a través de la dinamización de los procesos del Sistema de Gestión de Calidad. Beneficiando a los 106 empleados de CORSATUR y a la población en general.

Inicialmente se identificaron los procesos necesarios, así como la interacción entre ellos, definiendo los criterios y métodos para asegurar el funcionamiento efectivo, se analizó la disponibilidad de información, se le dio seguimiento, medición y análisis de los procesos y se tomaron acciones necesarias para lograr los resultados esperados, adoptando un enfoque basado en procesos para desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un Sistema de Gestión de la Calidad, aumentando la satisfacción del cliente. Finalmente, se certificó a CORSATUR en Calidad, con la Dirección del Eje Estratégico de Mejorar el Desempeño Institucional, a través de una cultura de calidad que implicó motivación, disciplina y mentalidad de cambio. De esta manera CORSATUR se convirtió en la primera administradora nacional de turismo de Centroamérica con certificación de calidad en ISO 9001-2008. Monto Invertido US\$8,500.00

Con respecto al fortalecimiento del Registro Nacional de Turismo (RNT) y empresas inscritas Del 2009 al 2014 se incrementó la cantidad de inscripciones de empresas turísticas y sus titulares en el RNT y el fortalecimiento a la promoción de las empresas inscritas. El RNT ha logrado inscribir y mantener en vigencia a 203 empresas, logrando un crecimiento de 36.24 % , en lo que va del 2014 ya son 28 empresas entre nuevas y renovadas, con esta acción CORSATUR ha fortalecido los servicios de calidad de la oferta turística de El Salvador. Monto invertido 2009-2014: \$143,530.93. Grafico 18

En materia de promoción del RNT se han divulgado procesos de inscripción, beneficios de estar inscritos, promoción de las empresas a nivel de país a través del sitio WEB, participación en Ferias Internacionales y Nacionales y elaboración de Catálogo de Empresas Turísticas Inscritas en el RNT, Guías, entre otros promocionales.

Gráfico 18

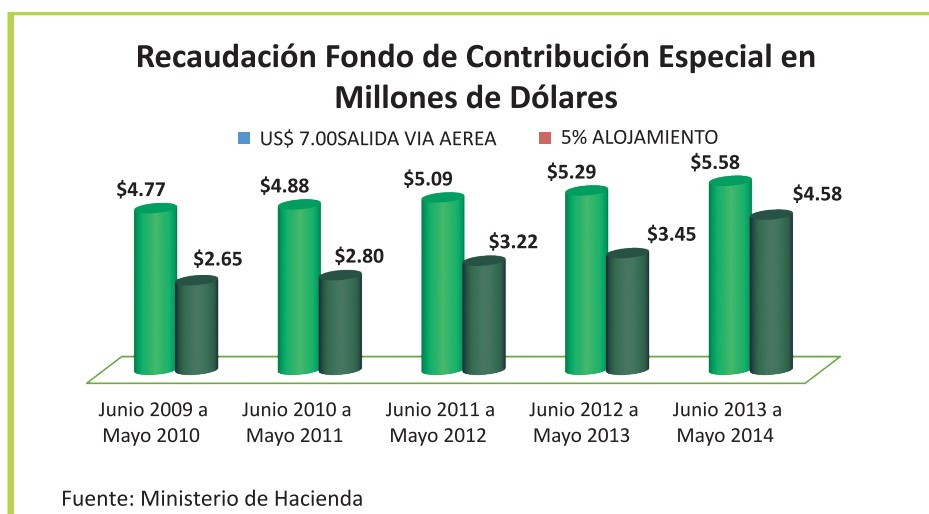


Al analizar la recaudación por año de gestión, en concepto de contribución especial (Alojamiento y salida vía aérea) se observa que esta mejoró positivamente, ya que los componentes del fondo experimentaron un incremento global de un incremento del 37%, considerando desde el primer año de gestión hasta el quinto periodo, según las cifras que presente el cuadro a continuación:

AÑO DE GESTIÓN	US\$ 7.00SALIDA VIA AEREA	% de variación	5% ALOJAMIENTO	% de variación	TOTAL	% de variación
Junio 2009 a Mayo 2010	\$4772,446.00		\$2646,967.35		\$7419,413.35	
Junio 2010 a Mayo 2011	\$4880,142.02	2.3%	\$2795,509.53	5.6%	\$7675,651.55	3.5%
Junio 2011 a Mayo 2012	\$5087,588.68	4.3%	\$3221,019.93	15.2%	\$8308,608.61	8.2%
Junio 2012 a Mayo 2013	\$5292,269.53	4.0%	\$3445,953.43	7.0%	\$8738,222.96	5.2%
Junio 2013 a Mayo 2014	\$5578,626.13	5.4%	\$4579,322.17	32.9%	\$10157,948.30	16.2%
Junio 2009- Mayo 2010		17%		73%		37%

Fuente: Ministerio de Hacienda

Gráfico 19



Los planes y proyectos de la CORSATUR están orientados a mejorar la infraestructura de aquellos lugares con vocación turística y aquellas áreas que demandan capacitación en el conocimiento de mejores prácticas para la atención del turista siendo estos los que se detallan a continuación.

MEJORAMIENTOS DEL CERRO VERDE LAS PAVAS



Condiciones actuales en el Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque Para el tercer trimestre del 2014 se pretende mejorar la oferta turística existente a través del mejoramiento de la imagen de la Plaza Turística en el Cerro de Las Pavas, por medio de la integración de la arquitectura moderna con el medio ambiente, para reactivar la económica del sector, a través de las obras de mejora de la plaza turística existente, incluyendo obras tales como: equipamiento urbano, tratamiento de pisos, elementos urbanos, vegetación, ornamentación, señalización turística, sistemas de iluminación, obras hidráulicas, entre otros. Monto estimado a invertir US\$54,000.00 dólares.



Parque Central de La Palma, Municipio de Chalatenango El proyecto consiste en la creación de atractivos turísticos en el parque central de La Palma, considerando el mejoramiento de infraestructura turística, mobiliario urbano, tratamiento de pisos, señalización turística, entre otros para la adecuación del espacio público, integrándose al medio ambiente que lo rodea con vegetación, jardineras, depósitos de basura y ornato general. Con fecha de inicio estimada de agosto de 2014. Monto estimado a invertir US\$54,000.00 dólares.



Faro Turístico de La Unión: El proyecto comprende la rehabilitación de una serie de obras para la construcción de infraestructura de un faro turístico, para la mejora continua de los servicios que se ofrecen a los turistas y visitantes en el Parque de La Familia, contando con un mirador de 360° a una altura de 6 metros, y el faro con una altura total de 16 metros, dicho componente es parte integral del plan maestro del parque.
Monto a invertir US\$15,027.81

ISLA CONCHAGUITA, MUNICIPIO DE MEANGUERA DEL GOLFO:

El proyecto consiste en adecuar un sendero peatonal, el cual se conduce desde la playa hasta una porción elevada de dicha isla en dónde se encuentran los vestigios de unas ruinas de nuestros antepasados, en la trayectoria se dotará con mobiliario como por ejemplo: basureros, bancas, observatorios, áreas de contemplación y descanso, gradas forjadas en terreno natural, pasamanos, señalización turística. Con fecha de inicio estimada de agosto de 2014. Monto estimado a invertir US\$46,336.59 dólares.



III. ESTADO EN QUE SE RECIBE LA INSTITUCIÓN

En junio del 2009 la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), dio inicio a una nueva página de la historia del Turismo en El Salvador, partiendo de una situación inicial que se detallan a continuación:

El presupuesto votado para el período 2009 fue de US\$14,539,650.00, habiéndose ejecutado de enero a mayo US\$4,190,642.74, quedando un remanente de US\$10,349,007.26 para ejecución en el período de junio a diciembre de 2009, esta administración logra ejecutar US\$6,097,450.66. En total en el año 2009 se ejecutó el 71% del presupuesto votado. La situación financiera al recibir la administración, se presenta en el siguiente balance de situación: (Anexo I)

Con respecto a la llegada de visitantes estos presentaban una caída del 26.6% y los ingresos turísticos del 43.3% .

Los proyectos de inversión se encontraban completamente estancados, pues las obras de construcción no estaban siendo supervisadas diligentemente, poniendo en riesgo las inversiones más significativas de CORSATUR, para citar un ejemplo el edificio administrativo se encontraba estancado, retomándolo la nueva administración lo cual permitió la inauguración del edificio de estacionamiento en diciembre de 2009.

Las relaciones tripartitas entre el Estado, las Alcaldías y CORSATUR eran inexistentes, afectando la ejecución y la armonía del desarrollo turístico en las áreas de interés

Se encontraron deficiencias administrativas como por ejemplo una estructura organizativa institucional completamente centralizada, con excesos de poder en la Gerencia General, lo cual ralentizaba los diferentes procesos administrativos, provocando atrasos en el cumplimiento de los objetivos y metas institucionales. Así mismo, se encontró una planta gerencial incompleta, donde dos gerencias claves como la de Desarrollo de Proyectos y la de Fomento de la Inversión Turística estaban completamente acéfalas, con el consiguiente impacto en la ejecución física y financiera de los proyectos de la Corporación.

Algunos puestos claves de dirección estaban relacionados por vínculos familiares, lo cual facilitaba la ejecución de procesos irregulares en la gestión institucional. Inexistencia de Planes de Capacitación y Desarrollo del Recurso Humano Institucional, lo cual generaba desmotivación y pérdida del talento humano eficiente.

Procesos de compra poco transparentes al no contar con banco de proveedores actualizado que viabilizara la participación de las MIPYMES, en los diferentes procesos de adquisición de bienes y servicios demandados por la Institución. Así como un deficiente sistema de archivos de expedientes de adquisiciones lo cual aumentaba el riesgo de pérdida, con la correspondiente responsabilidad ante lo establecido por la Ley de Adquisiciones y Contrataciones Institucional.

Normas Técnicas de Control Interno, no actualizadas, lo cual además de provocar un incumplimiento legal, propiciaba riesgos adicionales en los diferentes procesos que realizan las diferentes Gerencias y áreas de la Institución. Manuales, Reglamentos e Instructivos Administrativos desactualizados, lo cual no armonizaba con las actividades que realizaba el personal.

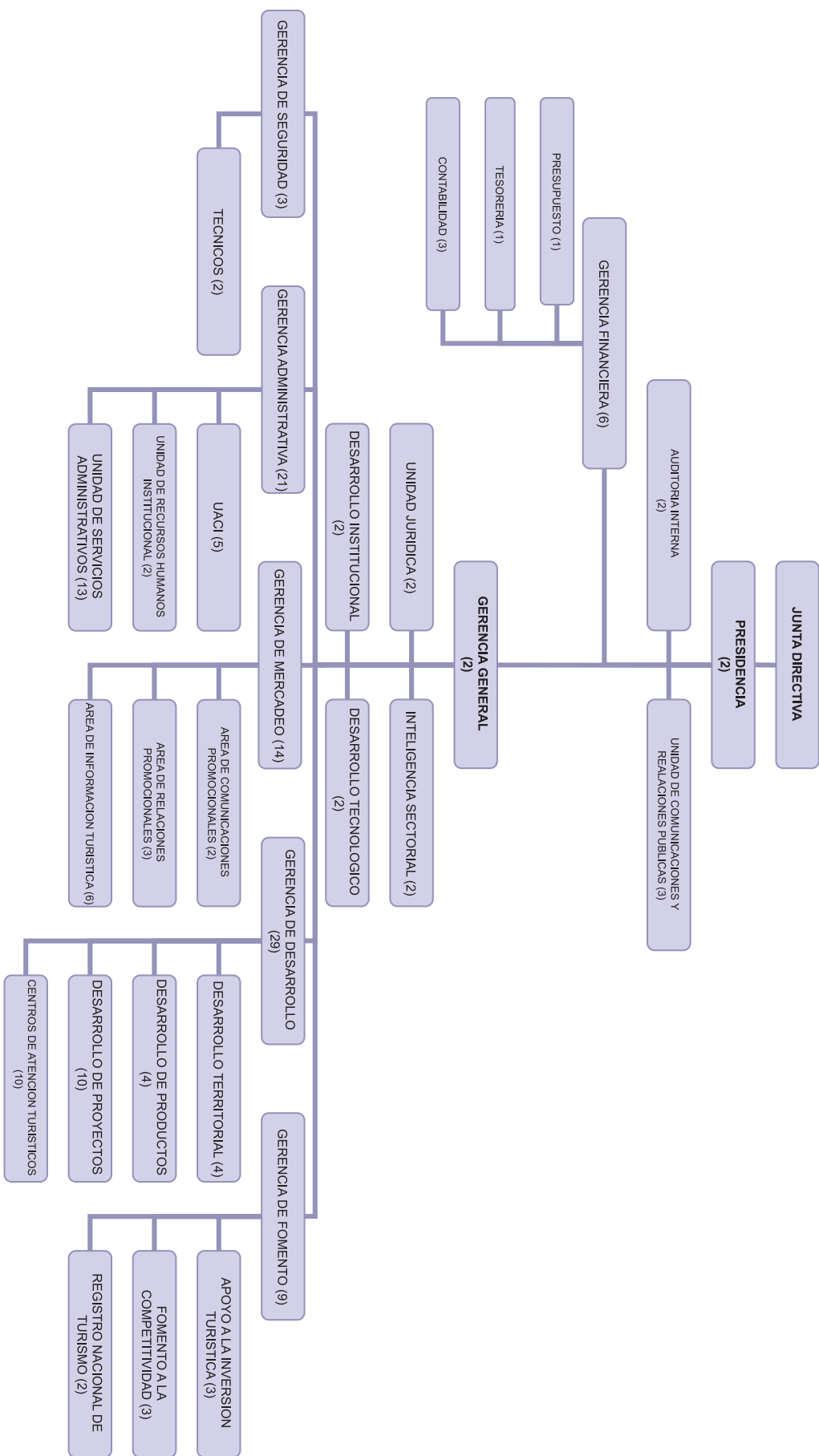
Cantidad mínima de medios de transporte para hacer frente a las actividades institucionales y por lo consiguiente para el cumplimiento de los objetivos del quehacer de la Corporación.

Cantidad considerable de Mobiliario y Equipo de Oficina obsoleto e inservible, lo cual afectaba drásticamente el desarrollo de las actividades del personal y por lo consiguiente no se atienden los requerimientos oportunamente del cliente externo.

Equipo informático, software y red informática totalmente obsoleta y dañada, teniendo un inventario de equipo con un promedio de más de 5 o 6 años de antigüedad, resultando de todo ello la falla constante de partes y accesorios.

Organizacionalmente la Corporación Salvadoreña de Turismo estaba conformada en junio del 2009 por seis Gerencias, siendo estas: Gerencia Financiera; Gerencia de Seguridad Turística, Gerencia Administrativa; Gerencia de Mercadeo; Gerencia de Desarrollo y Gerencia de Fomento. Dentro de Estructura de ese momento, se identificaron varias debilidades entre las cuales se pueden mencionar:

1. La Estructura dificultaba el enfoque en las actividades de cada unidad.
2. Propiciaba cuellos de botella administrativos.
3. Organización con dificultades para ejecutar las actividades presupuestadas.
4. Gerencias sin una actividad operativa tangible.
5. Estructura pesada.
6. Niveles de staff con funciones operativas.



IV. GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE SE PROPUSO EN ESTA ADMINISTRACIÓN.

El turismo, como actividad económica, se constituye en un medio estratégico para contribuir de manera efectiva al cumplimiento de las metas y objetivos planteados por el Gobierno del Presidente Mauricio Funes, para el quinquenio 2009-2014, identificando acciones que posibiliten un mayor impacto en el corto, mediano y largo plazo y que incidan en la generación de condiciones que propicien el desarrollo de iniciativas productivas vinculadas a la oferta de productos y servicios turísticos. Especialmente por parte de la micro, pequeña y mediana empresa, haciendo especial énfasis en el área rural, a efecto de contribuir a la creación de nuevas fuentes de empleo, ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de la población salvadoreña. El turismo es reconocido como un sector que desarrollado e impulsado bajo los criterios sostenibles y sustentables, contribuirá a reducir la pobreza, mitigar los flujos migratorios hacia el exterior y desde el campo a las ciudades, además de ayudar a proteger y preservar nuestros recursos naturales y culturales

La inclusión y participación permitirán establecer bases sólidas a nivel territorial, para identificar los tipos de turismo más beneficiosos. Se desarrollaron además, los instrumentos y herramientas que potencien la ejecución de proyectos turísticos de mínimo impacto negativo. En ese orden de ideas, el eje estratégico del desarrollo turístico a nivel nacional se ha denominado Pueblos Vivos. Se ejecutó, mediante este concepto, acciones y proyectos en los que las comunidades descubran y rescaten su identidad y su orgullo, por ser salvadoreños, además de valorizar y utilizar, adecuadamente, los recursos naturales y culturales con que cuentan, contribuyendo a la protección del Medio Ambiente y del Patrimonio Cultural. La transformación en Pueblos Vivos, atractivos y sostenibles, llevará consigo la ejecución de procesos en la que se ha contado con la participación de las instituciones del estado, los gobiernos locales, las organizaciones civiles, el sector privado, los entes de cooperación, las instituciones financieras y, en general, todos los actores presentes en el territorio.

Tomando como base lo anteriormente planteado, La nueva administración formuló en sus inicios una propuesta de cambio seguro para el desarrollo turístico del país, partiendo de una moderna visión se definió el camino estratégico a seguir: comenzando por desacelerar la tendencia de una precipitada caída en el número de visitantes y estabilizar su comportamiento, posteriormente pasar a la etapa de recuperación de la confianza con los diferentes actores del sector e iniciar un período de crecimiento progresivo, que nos permitieran sentar las bases para el logro de objetivos estratégicos de crecimiento sostenible en el largo plazo, así nació la “ESTRATEGIA TRANSVERSAL DE PUEBLOS VIVOS”, sustentada en el crecimiento de adentro hacia afuera con reciprocidad activa.

Los objetivos planteados para la estrategia fueron los siguientes:

1. Fomentar e incentivar progresivamente el desarrollo del turismo interno, fortaleciendo los mecanismos y proyectos especializados: Golfo de Fonseca y el Icaçal.
2. Identificación, captación y profundización de los mercados regionales centroamericanos, especialmente durante su primera fase en los países como Guatemala y Honduras.
3. Focalizar recursos humanos y financieros para promocionar eficazmente la captación de los mercados de los salvadoreños en el exterior.

4. Desarrollar a la micro, pequeña y mediana empresa turísticas (MIPYMES) como sector estratégico generador de empleo masivo e ingresos, como fuente de oportunidades de progreso, de participación de la mujer y dinamizador del mercado interno.
5. Empoderar y facultar en capacidades para la gestión empresarial y fomentar la competencia de las familias y personas individuales que trabajen en el sector de microempresas turísticas formalizadas, mejorando el funcionamiento de sus negocios en tal forma que el sector avance hacia su capitalización, crecimiento y desarrollo económico y las familias experimenten una movilidad social positiva incorporándolas a Pueblos Vivos.
6. Fomentar y colaborar con las iniciativas de inversión nacional y extranjera tendientes a fortalecer la industria de turismo mediante estrategias comercializadoras que potencien mayor cobertura de los mercados y llegadas de turistas de acuerdo a las metas presentadas.
7. Apoyar y coadyuvar los esfuerzos del sector turismo en el marco de los acuerdos de integración centroamericano entre países.
8. Estimular el turismo internacional como parte del fortalecimiento del turismo interno y el andamiaje productivo del sector, mediante nuevos conceptos turísticos y productos diferenciados.
9. Establecer cordones de seguridad en las rutas turísticas a fin de darle cobertura a tan sensible sector.
10. Potenciando su rol productivo, facilitando el acceso al crédito, incentivando la inversión turística local, identificando grandes desafíos en temas de trascendencia nacional: el mantenimiento del empleo en el sector turístico.
11. Diálogo abierto, participativo e incluyente con todos los sectores vinculados al sector turismo: gobiernos municipales, gremiales turísticas, MIPYMES, seguridad, cultura, medio ambiente y educación.
12. Estímulo de la oferta turística: generando e innovando con nuevos destinos, productos y servicios turísticos, ofreciendo nuevas oportunidades para la recreación y esparcimiento, mejorando la infraestructura y educación turística y protegiendo el medio ambiente.
13. Promover una gestión institucional transparente, garantizando que los recursos destinados a la inversión turística beneficien a toda la población en especial a los sectores más desprotegidos, mediante procesos administrativos ágiles, oportunos y efectivos.
14. Consolidar la cultura de calidad en las empresas turísticas, promover la RED de Centros de Calidad y Extensión Tecnológica en búsqueda de la excelencia, brindar asistencia técnica y capacitación.

15. Generar seguridad y confianza al turismo nacional e internacional, fortaleciendo cualitativa y cuantitativamente la Policía de Turismo (POLITUR) e incorporando a los diferentes sectores en la seguridad turística integral.

16. Fortalecer las iniciativas regionales de integración turística para desarrollar la oferta, articular planes, propiciar la implementación de buenas prácticas en el sector y ofrecer paquetes turísticos con los demás países del área centroamericana.

17. Dinamizar la cooperación público privada en la estrategia de promoción de proyectos de interés turístico nacional y la atracción de inversión turística.

18. Actualizar y modernizar el marco normativo y legal del turismo en nuestro país

Estrategias de mercado y promoción turística:

1. Identificar y constituir Pueblos Vivos como marco estratégico nacional de turismo y sus modalidades, mediante la promoción de ejecución de eventos vivos, culturales e históricos.

2. Focalizar esfuerzos en los países centroamericanos más sensibles de penetración, enfocando la captación de mercados en Guatemala, Honduras y Nicaragua.

3. Rediseño, fortalecimiento y ampliación de los CAT descentralizados en las rutas turísticas, que orienten el sensible mejoramiento del servicio al consumidor (turista).

4. Ampliar la base empresarial turística al eje estratégico Pueblos Vivos en coordinación con los municipios declarados con potencial e interés turístico.

5. Identificar nuevos actores, incorporándolos mediante los mecanismos de promoción, inversión y programas de turismo sostenible.

6. Apoyar al sistema financiero de fomento al Turismo, mediante el desarrollo e integración de mecanismos interinstitucionales y convenios nacionales, regionales e internacionales.

7. Facilitar el crédito al sector privado turístico, incluidos las MIPYMES, los pequeños productores agropecuarios y el sector de microempresarios no formalizados.

8. Capturar mercados de salvadoreños en el exterior, especialmente en los Estados Unidos y Canadá (mercados de media distancia, que incluye el mercado norteamericano), provocando y convenciéndolos de aumentar las frecuencias de visitas y estimulándolos a la inversión y el consumo.

9. Relación exitosa con la marca país y la oferta turística, combinando los factores externos con las mezclas de mercadeo apropiados para convencer y capturar los mercados internacionales y principalmente los mercados de origen europeo:

checo, italiano, español, inglés, francés, alemán y resto del mundo, potenciando a su vez los productos multidestinos.

Estrategias de Productos. “Fortaleza TURÍSTICA”:

El diseño de productos y la relación con los mercados propuso establecer los mecanismos de comercialización incluyentes. Sobre esta base, se orientaron esfuerzos en estrategias de segmentos de mercado, que por su singularidad potenciaron una ventaja diferencial significativa.

Los nuevos productos se acompañaron de nuevas rutas turísticas y de polos de desarrollo, combinando el mundo maya, sol y playa, aventura, entre otros. La apuesta al ecoturismo y al sector rural es una alternativa para el desarrollo sostenible, cuyas acciones y proyectos irán encaminados a construir nuevos productos con las rutas de potencial turístico para los mercados internacionales. Productos emergentes surgen a la luz del diseño del Plan Quinquenal de Turismo, tales como turismo deportivo, religioso (nocturno), de salud y cultural. Estos productos se combinan con las ofertas de los operadores de turismo y construir nuevos escenarios, presentando ofertas novedosas e innovadoras en los mercados internacionales como Escuelas de aprendizaje de español en los Pueblos Vivos acompañando éstas con los rescates culturales y las enseñanzas de los festivales y la gastronomía, cerámica, cultura indígena, entre otros.

Esta estrategia cuenta con mecanismos de diálogo y participación entre CORSATUR y el sector privado. El diseño de las estrategias de productos y su comercialización tienen como base de despegue al desarrollo sostenible del turismo, tales como:

1. Fortalecer los circuitos turísticos territoriales (Pueblos Vivos), mediante la conectividad aérea, cordones de seguridad, productos especializados, ferias, transportes turísticos innovadores, kioscos turísticos, y la infraestructura requerida en servicios básicos y carreteras en coordinación con las carteras de estado y en general con el gobierno y el sector privado.

2. Promover, fortalecer y apoyar a los sectores productivos especializados en la rama turística, preferentemente a la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES), en la reactivación y transformación del sector, con financiamiento de capital de trabajo e incentivos (CREDITUR), a fin de potenciar un crecimiento sostenido de la economía.

3. Crear un mejor clima de inversión pública-privada en beneficio de todo el empresariado y de los sectores más vulnerables de la sociedad (Golfo de Fonseca, Cerro Verde e Icacal).

4. Propiciar igualdad de oportunidades para hacer negocios en un marco de competencia nacional y regional, en este sentido, promover y participar en las ferias, viajes de familiarización para operadores y medios de comunicación y una imagen positiva del país.

5. Diseñar y apoyar una política de fortalecimiento empresarial, de gestión a nuestros empresarios, a distintos niveles, a enfrentar los efectos y desafíos de la apertura comercial y la globalización (programas de inversión e incentivos).

6. Potenciar la capacidad emprendedora y fomentar la responsabilidad social empresarial o gestión de desarrollo empresarial (GDS).

Comercialización:

Con énfasis en el fortalecimiento de la oferta de productos y servicios turísticos en los municipios del país. Apoyar al sector turístico receptivo acompañando los esfuerzos de la empresa privada realizando campañas de comunicación, promoción y publicidad así como fomentar el Registro Nacional de Turismo. Un pueblo vivo es una localidad con vocación turística y con atributos simbólicos, leyendas e historia con manifiesta cotidianeidad que se convierte en un destino turístico atractivo y sostenible. Implica la necesidad de difundir y posicionar la oferta turística de nuestro país como un lugar lleno de valores y de riquezas, enfocado al fortalecimiento del turismo interno. Siendo la intención primaria el estímulo de la recreación, esparcimiento y salud mental de la familia salvadoreña (vacaciones anuales), con los beneficios aparejados de una mejor calidad de vida, mayor integración familiar, que permite el goce de nuevas experiencias que conllevan al fortalecimiento de la identidad nacional y el disfrute pleno del suelo patrio. Motivo de impulso provocado por los países de la integración de América Central, a los cuales El Salvador ofrece un mundo de atractivos gastronómicos, históricos, culturales y de bellezas naturales con la cercanía que la geografía provee, en respuesta a los acuerdos de mutua cooperación.

Reestructuración Institucional.

En materia de reestructuración de la organización de CORSATUR, se fomenta el desarrollo local y que superara las debilidades encontradas detalladas en este documento que tiene que ver con la Interinstitucionalidad y la Territorialidad.

La baja presupuestaria del año 2009 en adelante, exigió una reingeniería institucional que permitiera hacer más, con menos.

Siendo, por ende, importante preparar a la Corporación hacia una organización incluyente que impulse el modelo de desarrollo de adentro hacia afuera con reciprocidad. El Plan Quinquenal como tal, persigue “La creación de las bases de un modelo de

crecimiento y de desarrollo integral, la ampliación y el fortalecimiento de la base social empresarial y la reconstrucción del tejido productivo”.

Es notorio que uno de los puntos cruciales para el aprovechamiento del turismo como generador de empleo e ingresos, es el trabajo directo con la actualización y promoción de registros, así como el establecimiento de Centros de Amigos del Turista para dar seguimiento expedito al turista nacional e internacional. Lo antes expresado sólo puede ser posible si se trabaja en el planeamiento territorial por parte de CORSATUR y esto puede lograrse si estratégicamente se desarrolla la Territorialidad como eje de trabajo de la Institución. Esto es, hacerlo en consonancia con los ejes del Gobierno Central, pero internamente cada Institución debe hacer los arreglos organizacionales que permitan procesos de profundización para obtener resultados de corto, mediano y largo plazo. Ver estos resultados objetivados plasmados en realidades en términos del turismo y trabajar con enfoque estratégico, sin perder de vista el control gerencial, es lo que realmente justificó la propuesta de reestructuración organizacional.

Es importante mencionar que hasta noviembre de 2010, la organización venía operando con 6 gerencias operativas, cuyo trabajo se dificultaba por frecuentes cuellos de botella administrativos que redundaban en una organización con dificultades para ejecutar las actividades presupuestadas. Se evaluó también la situación de la Gerencia de Seguridad Turística, sin una actividad operativa tangible, que sería reemplazada por la acción directa de la Gerencia Territorial, a través de una Coordinación con la Policía de Turismo. Una de las funciones fundamentales para realizar este trabajo, fue la inclusión y participación de los territorios a través del eje estratégico de Pueblos Vivos, proyectos de infraestructura y fomento a la competitividad de las MIPYMES Turísticas y la coordinación de mecanismos de enlace entre CORSATUR y la División de Policía de Turismo.

Así, en consonancia con la nueva visión se hace una propuesta de reestructuración institucional que busca los conceptos de eficiencia y eficacia a nivel organizacional, así como el aprendizaje, respecto de la cual se destacan los siguientes aspectos:

- a) Se reestructura la función de staff de la Gerencia General, dejando la Unidad Jurídica y creando la Unidad Ambiental.
- b) Se adiciona la Unidad de Tecnología de la Información a la Gerencia Administrativa.
- c) Se crea la Gerencia de Planificación con las Unidades de Desarrollo Institucional y la de Asistencia Técnica.
- d) Se redefinen las actividades de la Gerencia de Mercadeo, con las Unidades siguientes: Inteligencia de Mercado, Comercialización y Ferias, Promoción y Publicidad, Productos y Atención al Cliente; y, definiendo la subgerencia de Mercadeo.

e) Se crea la Gerencia de Proyectos e Inversión con las unidades de Perfiles y Proyectos, Inversión, e Infraestructura Turística.

f) Se crea la Gerencia Territorial con las unidades de Desarrollo Territorial, Centros de Amigos del Turista CAT y Comités de Desarrollo Turístico (CDT), Registro Nacional de Turismo y además esta Gerencia desarrollará la función de Coordinación con la Policía de Turismo (POLITUR).

La Junta Directiva mediante Acuerdo N° 1382-202/2010, aprobó la nueva estructura organizativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo, así mismo determinó que para la congruencia y consistencia de la reestructuración, era necesario, reubicar, suprimir o fusionar áreas cuyas funciones se duplicaban o resultaban incompatibles o crear aquellas que fueran necesarias; para ese efecto, se creó una Comisión encargada de realizar los estudios respectivos y su implementación, salvo aquellos casos específicos que conforme a la normativa requirieron aprobación de Junta Directiva.



V. LOGROS Y PRINCIPALES LEGADOS QUE SE DEJAN A LA CIUDADANÍA.

Programa de Capacitaciones.

Uno de los logros más trascendentales del quinquenio es dejar elaborado un Programa de formación, con una nueva curricula para guías turísticos.

Así Mismo, con el propósito de fortalecer la oferta turística durante el quinquenio se desarrollaron acciones de capacitaciones y asistencia técnica al sector, las cuales se detallan a continuación:

Programa de Guías Turísticos.

De junio 2011 a agosto de 2011 se desarrolló la Capacitación técnica a 134 Guías Turísticos locales en las zonas de: La Unión, San Salvador, Santa Ana, Ahuachapán y El Congo. A través de módulos de Primeros Auxilios y Ética Profesional. Monto Invertido: US\$8,000.

Programa para la implementación de buenas prácticas de calidad para el desarrollo de las MIPYMES turísticas.

De agosto 2011 a febrero 2012, 50 MIPYMES turísticas se capacitaron en la Implementación de buenas prácticas de calidad para el desarrollo de las MIPYMES turísticas que comprende las áreas de alojamiento, alimentación, artesanías y operadores de turismo. Monto invertido US\$ 21,558.43.



Implementación de buenas prácticas de calidad para MIPYMES turísticas.

Buenas prácticas en ecoturismo y turismo de aventura para el desarrollo de turismo sostenible en El Salvador. (Capacitación metodológica de Benchmarking).

De junio 2011 a diciembre 2011 Se ejecutó el ‘Taller “Buenas Prácticas en Ecoturismo y Turismo de Aventura para el Desarrollo de Turismo Sostenible en El Salvador” a 25 empresarios turísticos, bajo la metodología de Benchmarking, logrando identificar las experiencias vivenciales de buenas prácticas para mejorar la calidad de los productos y servicios turísticos de empresarios, la cual se realiza y enfoca en ecoturismo y turismo de aventura en áreas naturales. Monto invertido US\$7,070.00.

Taller de fortalecimiento de las capacidades para mejoramiento de productos Geoturísticos (Proyecto Colombia-Informe).

En mayo de 2011 El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, en cooperación con la República de Colombia, ejecutaron el programa de asistencia técnica a 10 MIPYMES turísticas para desarrollar productos de Geoturismo en las zonas cafetaleras de El Salvador, donde se efectuó una visita a Colombia para conocer sus productos vinculados al Geoturismo.

Se planificó la ejecución de una semana de asistencia técnica para los empresarios de Fincas Cafetaleras que trabajan en la prestación de productos y servicios turísticos y que forman parte de la Ruta de Café. Monto invertido: US\$4,620.72.

Fortalecimiento de la calidad de los servicios de las MYPES turísticas del Golfo de Fonseca. (Proyecto con el apoyo de la OEA).

En mayo de 2010 a diciembre 2011, la Corporación Salvadoreña de Turismo en conjunto con la OEA desarrolló una capacitación a 50 microempresarios de las zonas del Golfo de Fonseca en materia de atención turística para poder ofrecer productos y servicios turísticos con estándares internacionales de calidad.

Monto invertido: US\$12,000.00.

Programa de fomento a la competitividad de prestadores de servicios turísticos especializados.

En febrero de 2012 se desarrolló el programa de fomento a la competitividad de prestadores de servicios turísticos especializados, para fortalecer las capacidades de 67 actores claves de la zona oriental del país.

Monto invertido: US \$ 12,369.64



Programa de fomento a la competitividad.

Capacitación sobre técnicas de rescate acuático a la Policía de Turismo (POLITUR).

De Marzo a abril de 2012 se capacitó a 23 elementos de la Policía de Turismo en técnicas de rescate acuático para fortalecer sus habilidades en rescates efectuados.

Monto invertido: US\$ 21,225.00.

Talleres de Sensibilización Turística.

De enero a mayo de 2012 se desarrollaron 10 talleres de sensibilización turística a 150 personas de 40 municipios miembros de los Comités de Desarrollo Turísticos y representantes de encuentros ciudadanos, con el propósito de capacitarlos en los temas de cultura turística, servicio al cliente, relaciones públicas y estrategia transversal de turismo en El Salvador.

Monto invertido: US\$18,179.16.

Implementación de acciones de fomento a la Calidad de los prestadores de servicios para congresos y convenciones “DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES (DMC´s)”

En octubre de 2011 se capacitaron a 20 touroperadores con el objeto de fortalecer la competitividad en mercados internacionales, desarrollados en 2 módulos y 4 cursos detallados a continuación: Módulo 1. Curso 1: Creación y Operación de DMC´s. Módulo 1. Curso 2: El Mercado MICE y los DMC´s. Módulo 2. Curso 3: Estrategias específicas para DMC´s. Módulo 2. Curso 4: Promoción Turística para DMC´s. Monto invertido: \$10,170.00.

Programa de guías turísticos 2010.

De Mayo a Agosto 2010 se capacitaron a 120 guías turísticos, por medio de un programa de 10 módulos que consistieron en: Animación Turística, Primeros Auxilios, Patrimonio Cultural, Geografía de El Salvador, Medio Ambiente, Gastronomía, Historia de El Salvador, Atractivos y Recursos, Conducción de Grupos y Ética Profesional, para fomentar la competitividad de los prestadores de servicio en este rubro del sector turismo. Monto Invertido US\$ 58,585.88.

Postgrado especialista regional en planificación estratégica en turismo, SITCA.

Durante los años 2010-2012 se desarrolló el postgrado especialista regional en planificación estratégica en turismo, SITCA, cuyo objetivo fue desarrollar las capacidades de los colaboradores de CORSATUR, dirigido a funcionarios de los ministerios de turismo y ejecutivos de empresas privadas del sector en Centroamérica que buscan mejorar la sustentabilidad de las instituciones y el rubro turístico en general Monto de Invertido: US\$10,500.00.

Jornadas de difusión de normas de calidad turísticas.

De Junio a Diciembre 2012. Se realizaron cuatro jornadas de difusión de normas de calidad turísticas y Buenas Prácticas, que incluye Guías de Turismo, Operadores de Turismo, Restaurantes y Establecimientos de Gastronomía, Turismo de Aventura, Pequeños y Medianos Hoteles, recopilación de buenas prácticas para MIPYMES turísticas de Centroamérica. Beneficiando a 300 Personas sensibilizadas en San Salvador, Sonsonate, San Miguel, La Unión y en el Puerto de La Libertad. Monto de Invertido: US\$ 15,524.40



Difusión de normas de calidad turísticas y Buenas Prácticas

Programa de capacitación para mejorar la competitividad de tour operadores en el país.

De Noviembre a Diciembre 2012 se capacitaron a 30 Tour Operadores Turísticos, a quienes se les impartió temas tales como: Tendencias de marketing turístico, Competitividad y Sostenibilidad Turística. Taller de Diseño de Productos Turísticos Culturales, Taller de Creación de Marca y Posicionamiento de Productos y Destinos Turísticos Sostenibles, Taller de Comercialización de Productos Turísticos Sostenibles, Taller de Promoción de Productos y Destinos Turísticos, Introducción al Turismo de Reuniones, Actualización en Turismo de Reuniones. Monto Invertido US\$ 26,000.00

Curso de inglés a la POLITUR.

De Agosto a Diciembre 2012 se desarrolló el curso de inglés para mejorar las habilidades de comunicación en el idioma inglés de 45 Elementos Policiales. Monto Invertido: US\$ 16,189.25

Programa de cuatro temas de capacitaciones integrales para fortalecimiento de la competitividad de las MIPYMES turísticas.

De octubre a diciembre 2012 se benefició a 90 microempresarios de los departamentos de San Salvador, Chalatenango y La Paz a través de los talleres de: Modelo de Gestión y Política Sectorial en el tema de Turismo en El Salvador, Gestión Financiera, Gestión de Personal: Gestión de Mercadeo Turístico, promoción y publicidad. Monto Invertido US\$24,250.00

Curso de asistente primeros auxilios avanzado para POLITUR.

El curso fue desarrollado en los meses de noviembre 2012 a febrero de 2013, dirigido a personal de la Policía de Turismo en asistencia para primeros auxilios en nivel avanzado, que incluye asistencia a embarazadas, heridos en accidentes viales, entre otros. Monto Invertido US\$11,613.24

Clases de Inglés en el Golfo de Fonseca – La Unión.

De mayo a agosto de 2013 se capacitó a 17 actores clave de la zona del Golfo de Fonseca, en el idioma inglés en términos y vocabulario básico. El Público meta, fue principalmente, los lancheros que transportan turistas en el Golfo de Fonseca, quienes mejoraron sus habilidades en un trato de calidad a los turistas, por medio del aprendizaje del idioma inglés, lo cual les permite comunicarse de manera más efectiva con los turistas. Monto invertido: US \$9,581.80.



Clases de inglés para Lancheros del Golfo de Fonseca, para mejorar la atención a turistas.

Implementación de la acción de Formación de Formadores del Programa de Capacitación de Guías Turísticos de El Salvador.

De noviembre a diciembre de 2013 se mejoraron las habilidades y destrezas de 30 guías turísticos en diferentes áreas, especialidades y servicios, por medio de la aplicación de la currícula especializada que promueve CORSATUR. Monto Invertido: US\$52,999.50.

Talleres de Asistencia Técnica para fomentar la competitividad de los prestadores de servicios turísticos.

De noviembre a diciembre de 2013 se fomentó la competitividad de 45 empresarios turísticos impartiendo temas como: Gestión Turística, inocuidad alimentaria e higiene, exportaciones y artesanías, desarrollo de productos y organización de eventos, Monto invertido: US \$19,575.00.

Curso de Especialización para Agentes de la Policía de Turismo POLITUR “Desarrollo de Productos y Rutas Turísticas”.

De octubre a noviembre de 2013 se sensibilizó a 200 agentes en temas de productos y rutas turísticas en cuatro zonas estratégicas, tales como: Suchitoto, Comasagua, San Rafael Obrajuelo y San Vicente. Monto Invertido: US \$ 4,244.50.



2 Entrega de documentos estratégicos para beneficio de actores del sector turístico

Acciones de divulgación de documentos estratégicos.

De octubre a noviembre de 2013 se divulgó material didáctico de interés, beneficiando a 850 actores del sector turístico, dando a conocer herramientas de apoyo para fortalecer la competitividad de los mismos. Los documentos divulgados son: Fortalecer la competitividad de tour operadores, Fortalecer la competitividad de MYPIMES, Guiado Turístico Local, Guiado Turístico Nacional, Formador de Formadores de guías turísticos, Cartilla de cultura turística salvadoreña, Cartilla de cultura turística infantil, Diccionario inglés-español, titulado “Conozcamos El Salvador” (Learn about El Salvador). Monto Invertido: US \$ 8,261.00

Implementación del Sistema de Gestión de Calidad para Certificar en Calidad a CORSATUR.

Del 23 de Agosto al 30 de Noviembre 2012 CORSATUR inicia su recertificación en el sistema de gestión de calidad, teniendo como objetivo aumentar la satisfacción del cliente, a través de la dinamización de los procesos del Sistema de Gestión de Calidad. Beneficiando a los 106 empleados de CORSATUR y a la población en general.

Inicialmente se identificaron los procesos necesarios, así como la interacción entre ellos, definiendo los criterios y métodos para asegurar el funcionamiento efectivo. Se analizó la disponibilidad de información, se le dio seguimiento, medición y análisis de los procesos y se tomaron acciones necesarias para lograr los resultados esperados, adoptando un enfoque basado en procesos para desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un Sistema de Gestión de la Calidad, aumentando la satisfacción del cliente. Finalmente, se certificó a CORSATUR en el Sistema de Gestión de Calidad, con la Dirección del Eje Estratégico de Mejorar el Desempeño Institucional, a través de una cultura de calidad que implicó motivación, disciplina y mentalidad de cambio. De esta manera CORSATUR se convirtió en la primera administradora nacional de turismo de Centroamérica con certificación de calidad en ISO 9001-2008. Monto Invertido US\$8,500.00



Fortalecimiento integral de competencias a los empleados de la Corporación Salvadoreña de Turismo.

De abril a junio de 2013 se capacitó al personal de CORSATUR en temas Calidad, para desarrollar las competencias necesarias para realizar auditorías de calidad con un mejor criterio, establecer objetivos de calidad e indicadores que ayuden a la mejora continua.

Con la certificación en la Norma de Calidad ISO 9001:2008, surgió la necesidad de contar con un equipo auditor altamente calificado y especializado en el tema de calidad. Monto Invertido: US \$ 1,360.00



Capacitación al personal de CORSATUR en temas Calidad, para desarrollar las competencias

Auditoria Externa de Seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad.

De noviembre de 2013 a enero de 2014 se realizó la Auditoria externa de Seguimiento de la Certificación de Calidad ISO 9001:2008, por parte de AENOR para determinar la conformidad del sistema de gestión de calidad de CORSATUR, estableciendo el Plan de Acciones Correctivas, dando cumplimiento a la norma ISO 17021, misma que nos rige en virtud de la certificación de calidad.

Monto Invertido: US \$ 8,974.85

Estudio de clima y cultura organizacional, evaluación del desempeño y actualización de manual organizacional y manual de puestos institucional

De julio a diciembre de 2012 se realizó un estudio de clima y cultura organizacional, cuyo propósito fue identificar aquellas áreas que se necesitaban fortalecer para alcanzar un mejor desempeño en los empleados de la institución, además se llevó a cabo el proceso de actualización y rediseño del Manual Organizacional Institucional, Manual de Descripción de Cargos Institucional, así mismo se diseñó un instrumento de evaluación del desempeño, tomando en cuenta los diferentes niveles ocupacionales. Monto Invertido: US \$17,500.00

Publicaciones

En el periodo 2011-2013 se ha difundido documentos de interés para emprendedores, micro inversionistas e inversionistas turísticos como guías de corredores turísticos y portafolios de dónde invertir en El Salvador. Siendo estos distribuidos en oficinas consulares, inversionistas internacionales. Monto invertido: Portafolio: US\$ 10,398.00 Corredores: US\$ 8, 450.00



Acompañamiento a micro inversiones en el rubro servicios y productos de gastronomía de la Plaza del Muelle del Puerto de La Libertad.

De agosto a 2011 a diciembre del año 2013, se ha beneficiado de manera personalizada a 45 microempresarios y sus empleados de la Plaza del Muelle del Puerto de La Libertad, en el rubro restaurante y minuteros. Para mejorar el servicio, los equipos, procesos internos, procedimientos de cocina y principalmente, mejoras en la oferta gastronómica de alimentos y bebidas que cada uno de ellos sirve, con chef experto en el ramo de la gastronomía nacional e internacional, diseño de cartas de bebidas y en el idioma inglés para el servicio de restaurantes. Monto invertido: US\$6,570.00

Del 23 al 25 de octubre del 2011, se sensibilizó a 88 a representantes de instituciones financieras privadas y públicas, sector académico y funcionarios de MITUR y CORSATUR, respecto a la necesidad de favorecer la creación de nuevas líneas de financiamiento e instrumentos financieros adaptados a las necesidades y particularidades del sector turístico, favoreciendo el desarrollo de nuevas inversiones para el fortalecimiento de la oferta turística nacional y la mejora en la competitividad de las empresas. Monto invertido: US\$5,443.49

Proyecto Diseño de instalaciones turísticas

En los años 2012 y 2013 se beneficiaron a 475 empresarios del sector turístico en el proyecto mejoramiento y adaptación de las instalaciones turísticas en sus empresas, particularmente en las del rubro de alojamiento, a través de la utilización de diversas herramientas de calidad, sostenibilidad y diseño, que posibiliten el desarrollo de inversiones para el fortalecimiento de su posición competitiva en el mercado nacional e internacional y la creación de la herramienta técnica de uso de los inversionistas. Monto invertido:US\$10,325.00



Acompañamiento a micro empresarios para la formalización del sector a sociatividad y/o cooperativismo.

A finales del año 2012 se benefició a 25 socios incorporados en la creación de la cooperativa TURISMAR, Para impulsar y acompañar las micro inversiones turísticas en la formalización del sector informal que presta servicios gastronómicos en designo turístico del Puerto de La Libertad, generando oportunidades de prestar servicios por medio de la formalización del sector. Monto invertido:\$ 1,000.00

Conferencia el ABC del Desarrollo Turístico. Invirtamos en el Futuro de El Salvador.

En los años 2012 y 2013 ,CORSA TUR en coordinación con PROESA, celebró la conferencia el ABC de la Inversión Turística, beneficiando a más de 750 inversionistas y usuarios de la herramienta. Monto invertido: US \$ 14,308.00.

Foro de municipalidades: inversión turística, motor del desarrollo local.

En el año 2012 se desarrolló con una afluencia de 200 personas el foro de municipalidades el cual permitió dar acompañamiento e impulso a las inversiones turísticas en los

municipios y con las municipalidades, articulando acciones desde las instituciones organizadoras y participantes para propiciar el clima de inversiones en los municipios. Monto invertido: US\$ 7,440.00

Primer y Segundo Congreso y Feria Tecnológica para Impulsar la Inversión Turística en: Eficiencia Energética, Diseño Arquitectónico e Implementación de TIC´s (Tecnologías de Información y Comunicaciones).

Para impulsar la Inversión Turística en iniciativas de Eficiencia Energética, Diseño Arquitectónico e Implementación de TIC´s, se desarrollaron con más de 250 participantes, dos actividades dirigidas a impulsar la inversión turística, en coordinación con el Ministerio de Economía y la Cámara Salvadoreña de Turismo, como gremial del sector turismo en el país. Monto invertido: U\$8,400.74





Foro Nacional sobre Políticas Públicas, Desarrollo Económico Territorial e Impulso a la Inversión Turística PNUD.

En el año de 2013 se desarrolló el foro nacional sobre políticas públicas con el objetivo de articular esfuerzos inter institucionales para generar acompañamiento e impulso a la inversión turística como parte del desarrollo económico territorial, se discutieron temas relacionados con el desarrollo económico y desarrollo humano a través del turismo y la importancia de las políticas públicas para impulsar el desarrollo

económico local y las inversiones turísticas, beneficiando a más de 100 asistentes. Monto invertido: US\$ 9,926.79.

Involucramiento al sector privado en las acciones de atracción de Cruceros al país para mantener posicionamiento de El Salvador dentro de la Ruta Mesoamericana.

En el quinquenio junio 2009- mayo 2014 para posicionar al país en la ruta de cruceros turísticos por medio de la participación activa del sector público y privado en la confirmación de la RUTA MESOAMERICANA DE CRUCEROS TURÍSTICOS desarrollada con MÉXICO, GUATEMALA, NICARAGUA, COSTA RICA y EL SALVADOR y crear herramienta técnica de apoyo e impulso al turismo náutico, se formó parte de la Ruta Mesoamericana, bajo la marca comercial “Amazing Pacific”, la cual posibilita a El Salvador ser parte de una alianza regional que promueve la cooperación entre puertos y destinos en la Costa del Pacífico de Centroamérica y México, en materia de publicidad, promoción y estándares de calidad en la atención a cruceros y asistencia técnica. La promoción conjunta de los puertos y destinos de esta región permite optimizar los esfuerzos realizados para atraer a actores claves de la industria de cruceros, generando importantes economías de escala que benefician a todos sus integrantes, tratándose además de una alianza lógica en virtud de los vínculos históricos, culturales y naturales existentes entre nuestras poblaciones. El Salvador ha desarrollado asimismo una imagen comercial propia y específica del país, mediante la cual posicionar la imagen país ante actores clave de esta industria. Beneficiando a todos los prestadores de productos y de servicios de guías, transporte, artesanos, restauranteros, operadores y demás que se encuentran en los 8-9 destinos que se han visitado. Monto invertido: US\$25,45000



Impulso a la inversión turística en zona de Influencia del Golfo de Fonseca.

En el año 2013 se impulsó y generó espacios de identificación de oportunidades de inversión en la zona del Golfo de Fonseca, indicando el beneficio para la institución y el sector. En la medida que se acercan al sector, inversionistas, instituciones, empresas e instituciones relacionadas con el turismo, se pueden encontrar espacios para generar las oportunidades de inversión, beneficiando así a más de 100 participantes visitantes y receptores. Monto invertido U\$14,756.00



Impulso a la inversión turística en el país: Edición de Portafolio de Oportunidades de Inversión en El Salvador y Documento de Corredores Productivos.

En los años de 2011 a 2013 con el objeto de difundir oportunidades de inversión en proyectos turísticos a ser desarrollados en El Salvador, tanto por empresa privada, como por municipalidades, cooperativas, grupos asociativos así como también, dar a conocer la inversión turística ejecutada por el sector público a través de CORSATUR, se recopilaron ideas y perfiles de proyectos de inversión turística a fin de difundirla entre cooperantes, oficinas consulares de El Salvador y potenciales inversionistas así como también, se generó y puso a disposición del inversionista información técnico económica de interés para desarrollar inversiones, beneficiando así a más de 2000 personas usuarias de la herramienta y los propietarios de proyectos. Monto invertido: \$ 9,575.00



Apoyo y acompañamiento a pequeños y medianos inversionistas del rubro GASTRONOMÍA.

En el 2013 se generan espacios de identificación a pequeños y medianos inversionistas en el rubro de gastronomía, tanto la zona de la Playa Las Tunas como en restaurantes de San Salvador, dichos espacios se propiciaron por medio de intercambio de visitas entre grupos asociativos y la visita técnicas del chef de Belice a los restaurantes. Beneficiando a más de 100 participantes y receptores. Monto invertido: US\$ 2,000.00

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA POR PERIODO DE GESTIÓN

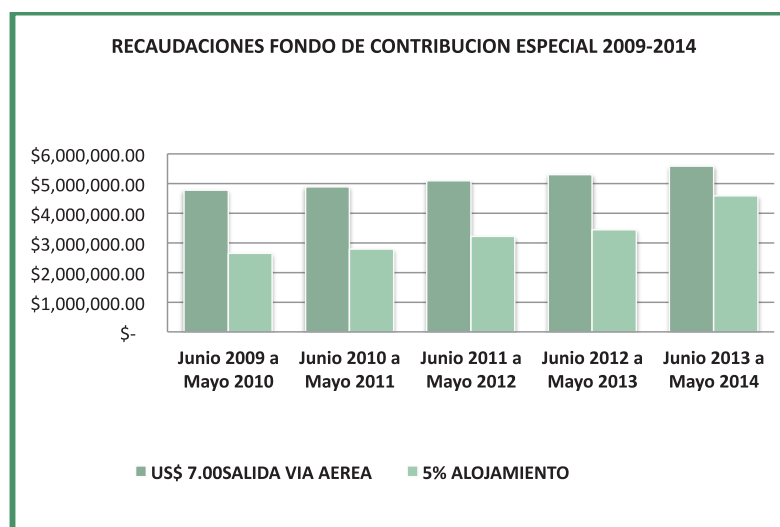
Descripción	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
Presupuesto Modificado (Base Ejecución)	\$ 11871,886.26	\$ 12863,972.88	\$ 11587,143.00	\$ 13566,631.00	\$ 14492,184.26
Presupuesto Ejecutado	\$8175,788.48	\$ 12412,502.11	\$ 11235,762.85	\$ 12999,614.07	\$ 7015,737.42
Ejecución Presupuestaria	69%	96%	97%	96%	48%

Dado el ordenamiento integral a nivel institucional, el cual comprendió desde la modificación de la estructura administrativa, marco legal, creación de Plan Estratégico, Actualización de la Certificación de la Calidad, hasta una nueva visión integral de la Promoción y Fomento del turismo a nivel Nacional, Regional e Internacional; todo lo anterior permitió alcanzar los excelentes niveles de Ejecución Presupuestaria.

RECAUDACIÓN FUENTE DE CONTRIBUCIÓN ESPECIAL 2009 – 2014 (POR AÑO DE GESTIÓN).

A continuación se presentan las recaudaciones por componente del Fondo de Contribución Especial, confirmándose un incremento del 37%, considerando desde el primer año de gestión hasta el quinto periodo, según las cifras que presente el cuadro a continuación:

AÑO DE GESTION	US\$ 7.00SALIDA VIA AEREA	5% ALOJAMIENTO	TOTAL
Junio 2009 a Mayo 2010	\$4772,446.00	\$2646,967.35	\$7419,413.35
Junio 2010 a Mayo 2011	\$4880,142.02	\$2795,509.53	\$7675,651.55
Junio 2011 a Mayo 2012	\$5087,588.68	\$3221,019.93	\$8308,608.61
Junio 2012 a Mayo 2013	\$5292,269.53	\$3445,953.43	\$8738,222.96
Junio 2013 a Mayo 2014	\$5578,626.13	\$4579,322.17	\$10157,948.30



Una de las actividades primordiales de CORSATUR es la identificación por rutas de los principales destinos turísticos dentro del país, esto con el afán de que los visitantes y turistas puedan elegir entre una amplia oferta turística. A continuación se mencionan los principales logros en esta gestión:

Fortalecimiento para la Puesta en Valor Turístico de las Rutas Turísticas Prioritarias Catálogo de Productos Ruta de Las Flores.

En el periodo abril – diciembre 2010 se fortaleció las rutas turísticas prioritarias a través de un catálogo que sirve de herramienta entre empresarios y Tour Operadores, contribuyendo a la compra - venta fluyente de productos, servicios y apoyo al visitantes que realizan sus viajes por sí solos.

Monto invertido US\$30,000.00



Circuito Bahía – Sierra Tecapa / Chinameca.



En el periodo mayo – septiembre 2010 se llevó a cabo la creación del producto turístico Circuito Bahía – Sierra, dicha acción incluye 7 municipios: Alegría, Berlín, Santiago de María, Concepción Batres, Jiquilisco, Puerto El Triunfo y San Dionisio.

Monto invertido: US\$8,840.00

Comercialización y puesta en valor turístico de la Ruta Colonial y de Los Volcanes.

En el periodo abril – diciembre 2010 se coordinó a empresarios y actores locales de Suchitoto, Izalco, Conchagua. Esta iniciativa regional incluyó a El Salvador como parte de los destinos y/o atractivos, en el tema de Cultura colonial y volcanes.

Monto invertido: US\$3,170.00

Seguimiento a Producto Turístico Geoturismo. / Establecimiento de la Ruta Turística Café de El Salvador.

En el periodo febrero – junio 2011 se da paso a la creación de la Ruta del Café, la cual incluye 14 jornadas turísticas en las tres regiones de El Salvador, además se llevo a cabo la rotulación y la generación de acciones de tecnologías limpias.

Monto invertido: US\$25,000.00

Acciones Para la Creación de la Ruta Náhuat – Pipil.

Se inició de forma concreta la recolección de información para el establecimiento de la Ruta Náhuat Pipil, haciendo uso de las diferentes herramientas de mercadotecnia.

Monto invertido: US\$5,000.00



Coordinación e implementación de Ruta Mundo Maya / Ruta Náhuat – Pipil.

En el periodo febrero – noviembre 2012 se creó y colocó en valor turístico el potencial cultural, histórico y natural a través de la Ruta Náhuat - Pipil, en coordinación y participación ciudadana y de los gobiernos municipales del Sur de Sonsonate: Cuisnahuat, San Julián, Izalco, Nahuizalco, San Antonio del Monte y Santo Domingo de Guzmán. Se construyó un temascal en Izalco, que brinda los servicios de Hidroterapia y aromaterapia, como medicina alternativa ancestral.

Monto invertido: US\$6,200.0



Primera Fase Ruta Monseñor Romero, “City Tour Monseñor Romero”.

En el periodo de Mayo – Octubre 2012 se creó la primera fase de la Ruta, el “City Tour Monseñor Romero” un producto que nace de un segmento histórico – cultural y religioso dicha fase contempla el recorrido por 10 sitios en los municipios de San Salvador, Santa Tecla y Antigua Cuscatlán.
Monto invertido: \$6,978.00



Seguimiento a la implementación del turismo médico.

En el periodo de Mayo – Agosto 2013 se realizó reuniones con diferentes sectores involucrados en el tema de turismo médico para la creación de una mesa de trabajo intersectorial en el marco del seguimiento al desarrollo del producto turístico médico en El Salvador.

Monto invertido: \$5,647.20

Lanzamiento del producto turístico sitios arqueológicos sub acuáticos de El Salvador.

En el periodo de Noviembre 2013, según consultoría realizada en el 2012, se pone en valor y lanzamiento de “Corredor de Arqueología Sub Acuática ES” con el objeto de contribuir a la mejora continua y puesta en valor de las rutas Prioritarias ya establecidas.

anzamiento del producto turístico sitios arqueológicos sub acuáticos de El Salvador.

En el periodo de Noviembre 2013, según consultoría realizada en el 2012, se pone en valor y lanzamiento de “Corredor de Arqueología Sub Acuática ES” con el objeto de contribuir a la mejora continua y puesta en valor de las rutas Prioritarias ya establecidas.

Monto invertido: \$11,995.00



Tour de Islas del Golfo – JICA

En el periodo de Agosto – Septiembre 2013, como actividad de seguimiento al convenio JICA / CORSATUR, se lanza oficialmente y pone en valor “Tours de Islas del Golfo”

Monto invertido: \$1,600.00

FERIAS INTERNACIONALES

Entre los principales logros destacados durante la gestión 2009-2014 en el tema de promoción turística internacional, se detallan de la siguiente manera:

- El Salvador fue la sede para la feria Central America Travel Market (CATM), lo cual brindó al país la oportunidad de proyectarse internacionalmente y sobresalir como un destino turístico de calidad en la región. En esta feria se concertó un encuentro técnico-profesional, entre interesados en el turismo, y se presentó la oferta turística, de los países centroamericanos. Ofreciendo la oportunidad de establecer relaciones comerciales, entre prestadores de servicios turísticos centroamericanos, con mayoristas de los principales mercados emisores a nivel internacional: Norte América, Europa, Asia y América Latina. Así mismo, fomentó el conocimiento de la región y los diversos productos turísticos que ofrece, invitando a los principales medios de prensa, especializados de los mercados mencionados. La evaluación realizada, por mayoristas (135) y expositores (147), fue de un 98% de satisfacción. Se logró más de 25 contratos por expositor, el aval de los empresarios fue de un 90% de satisfacción y la editorial Lonely Planet (Reino Unido con cobertura en Europa), como resultado de este esfuerzo, calificó a El Salvador dentro de los 10 destinos turísticos mundiales recomendados, para viajar. Esta publicidad positiva nos llevó a generar un interés especial, por el mercado en Londres y el resto de países europeos.

- Apertura de nuevos mercados para El Salvador (Rusia, Holanda, Colombia), a través de participación en ferias. Incentivo para venta de El Salvador como destino a través de nuestros empresarios con agencias de viajes locales y tour operadores emisores en mercados de Bogotá, Rusia, Holanda, Estados Unidos, Honduras, Chile, Alemania, España, Guatemala y Costa Rica.
- Firma de acuerdo para ser sede de la feria más importante del continente americano de turismo para congresos, reuniones, negocios e incentivos y que por primera vez se realizará en nuestro país (MITM).
- Exposición de país por todo el mundo gracias a la promoción y publicidad que alcanza la feria MITM anunciando su sede en El Salvador.
- El fortalecimiento en la promoción país posicionó a El Salvador en el mapa mundial que genera el interés en ser sede de importantes eventos de envergadura mundial. También se extendió participación en mercados claves. Al ser la participación en ferias una estrategia clave de promoción a nivel internacional.
- Se lograron crecimientos importantes en los mercados de largo alcance en la llegada de turistas, como el caso de la región de Europa ya que está aumento en 2.4% durante este periodo a comparación del periodo anterior, de igual forma lo hicieron otras regiones con alzas del 4.8%, con respecto al mercado de mediano alcance la región Suramericana obtuvo un crecimiento del 9.2% y el mercado Norteamericano con el 11.3%
- Routes Américas, Cartagena, Colombia, uno de los logros dentro de la participación de dicha feria fue el de recibir formalmente la sede para el año 2014 de esta feria para ser realizada en El Salvador.
- Primera vez que El Salvador participa en la feria EUROAL (Salón de Internacional de Turismo, Arte y Cultura de América Latina y Europa) y fue nombrado “Destino Emergente 2013”
- Como parte de los resultados de la participación consecutiva en la Feria Cruise Shipping Miami, es el atraco que realizo en Enero 2014 por primera vez en El Salvador el crucero Azamara Quest de la prestigiosa Corporación Royal Caribbean International; el cual genero una gran oportunidad para el ingreso económico; dicho crucero atraco por segunda vez el primero de Marzo de 2014.
- Realización de Routes America en El Salvador en el mes de Febrero de 2014, se reunieron al menos 17 representantes de líneas aéreas con el propósito de atraer nuevas rutas y mejorar la conectividad para posicionar a El Salvador como destino estratégico aeronáutico, comercial y turístico. Entre los encuentros que sostuvieron el Ministro de Turismo y las autoridades de CEPA con las aerolíneas se destacan las reuniones con Viva Colombia, JetBlue y Southwest, quienes mostraron interés en abrir nuevos vuelos en la región Centroamericana.

El monto invertido de la participación en ferias internacionales se detalla de la siguiente manera:

Inversión en Ferias Internacionales

Periodo	Monto invertido	Empresarios participantes
2009-2010	US\$ 347.868.53	65
2010-2011	US\$ 641.705.00.	109
2011-2012	US\$ 349.000.00	63
2012-2013	US\$ 1443.287.60	92
2013-2014	US\$ 402.737.70	112

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN Y PRENSA

•A través de los viajes de prensa realizados en el país se han logrado importantes coberturas en periódicos, revistas especializadas, blogs y canales de televisión a nivel mundial. Al cubrir únicamente los costos asociados a las actividades de los viajes de prensa, estas coberturas se han realizado a una baja inversión, comparado con el costo real que habría conllevado pagar por los espacios en dichos medios. Entre los países donde se han llevado a cabo estas publicaciones están: Alemania, Francia, Estados Unidos, México, Panamá, Costa Rica, España, Colombia, Holanda, Guatemala, Nicaragua, Reino Unido e Italia.

•Los viajes de familiarización han resultado en que muchos de los participantes tomen la decisión de incluir a El Salvador como destino turístico en sus catálogos. Esto ha sido resultado de que los encargados de producto de diversas empresas mayoristas han tenido una experiencia de primera mano el país, pudiendo constatar que El Salvador es un destino que ofrece múltiples experiencias y cambiando la imagen que previamente tenían del destino. Entre los países donde El Salvador se vende como destino turístico, como resultado de los viajes de prensa están Guatemala, México, Estados Unidos, Holanda, Italia, Francia, Canadá, Alemania y Reino Unido.

El monto invertido de la participación de viajes de familiarización y prensa, se detalla a continuación:

Periodo	FAM	PRENSA	MONTO \$ INVERTIDO
2009-2010	12	15	63.6
2010-2011	20	18	66.2
2011-2012	18	17	131.5
2012-2013	11	7	76.2
2013-2014	22	12	146.1

INFORMACIÓN TURÍSTICA

En el año 2009 la Unidad de Información Turística no contaba con presupuesto propio para desarrollar eventos a nivel nacional, sin embargo se les daba apoyo a diversas instituciones que lo solicitaban.

En El 2010 se realizó la propuesta de asignación presupuestaria en la unidad de Información turística, para que pudiera participar en eventos nacionales donde se requería presupuesto de participación para cubrir un stand o el montaje y desmontaje del mismo.

Además se incluyeron eventos de Surf, Fútbol Playa y Mundo Maya que ayudarían a reforzar la parte de promoción y desarrollo turístico de nuestro país, especialmente el área de Sol y Playa y el área arqueológica y cultural, ayudando a que estas zonas tengan un desarrollo económico muy importante, involucrando a los diferentes sectores como lo es los gobiernos municipales, comités y el sector privado.

Esto permitió tener eventos donde participaban más de 140 surfistas provenientes de todo el mundo, concentrándose en la zona, al mismo tiempo que se colocaba El Salvador en el nicho del turismo deportivo.

Parte del legado de las acciones ejecutadas de la unidad de información turística, es que el Salvador se reconoce actualmente a nivel internacional como un destino turístico además que es tomado en cuenta para sede de eventos, dejando un valioso aporte a la juventud salvadoreña, que gusta de deportes como el surf, fútbol de playa, permitiendo ayudar a los empresarios locales con el desarrollo económico en las zonas donde se han desarrollado los eventos.

Asimismo se deja el legado del inicio de la incorporación de las comunidades originarias indígenas al sector turismo ya que con los eventos que se realizaron en el marco del Baktun estas comunidades han sido reconocidas como una parte importante en el desarrollo del turismo cultural y arqueológico.

Informe ISA El Salvador World Masters Surfing Championship 2011

El World Masters en El Salvador fue el más grande en la historia de los WM, se contó con la participación de 21 países, entre los países participantes figuraron: Estados Unidos, Australia, México, Francia, Sur África, Puerto Rico, Brasil, Alemania, Suiza, Suecia.

El evento fue transmitido por medio de la Página Web, esto permitió que se contara con 306,144 páginas vistas y el total de visitantes fue de 101,439, esto hace un total de 3,780 ciudades que ingresaban para ver el campeonato, haciendo un total 136 de países que presenciaron el campeonato, esto permitió una cobertura en los 5 continentes.

El evento permitió pautas en medios, cobertura de medios, entrevistas antes y durante el campeonato dentro de ellos se conto con la participación de medios internacionales tales como: Destinos TV, ESPN, CNN en español, Fox Sports +, MTV, etc. Además de los spots que se transmitieron en Deportes TCS, tiempo extra, DC4, 4 visión, Teledos.

Esto permitió beneficiar a la población del Puerto de La Libertad, beneficiando a los negocios de la zona, entre ellos hoteles, restaurantes, posicionando el área en eventos de surf.

Monto invertido: US\$162,500



Copa Quiksilver El Salvador-2011

La Copa Quiksilver El Salvador superó todas las expectativas desde el inicio se llenaron los cupos de inscripción, teniendo un total de 145 competidores superando otras copas Quiksilver que se han desarrollado en diferentes países, los competidores provenientes de todas partes del mundo entre ellos: Sur África, Hawái, EE.UU, México, Argentina, Venezuela, etc.

La competencia fue transmitida en Vivo y por la pagina web, al momento de la competencia se registraron 375,977 personas, que se encontraban conectadas viendo la competencia, siendo esto uno de los eventos más vistos.

Entre los medios que dieron cobertura total se encontraron ESPN, FOX SPORTS, uno de los canales más reconocidos en cuanto al tema de deportes se refiere, además de la cobertura de los diferentes medios nacionales.

Como parte de los logros los organizadores y competidores quedaron satisfechos e impresionados de las olas con las que cuenta El Salvador, la gente, la comida, y la cultura del país. Esto despertó en ellos el interés de los organizadores de realizar el la próxima competencia Copa Quiksilver El Salvador 2012.

El evento logro dinamizar la economía de ese sector ya que la afluencia de turistas nacionales e internacionales abarrotaron las instalaciones de hoteles, restaurantes, discotecas, bares, etc, esto contribuye al desarrollo y la promoción del destino.

Monto invertido: US\$150,000.00



XIX Congreso Interamericano de Turismo 2011

El Salvador fue país sede del XIX Congreso Interamericano de Turismo, llevado a cabo en los días veintinueve y treinta de septiembre del año 2011, el cual contó con 150 participantes. De forma ilustrativa se señala que este evento contó con la presencia de representantes de los organismos y entidades del Sistema Interamericano, así como personalidades del sector público y privado de nuestro país, diplomáticos acreditados en nuestro país, y personalidades de igual distinción.

Este Congreso constituyó una excelente oportunidad para la proyección de nuestro país en materia de turismo, además del impacto económica que implica la realización de un congreso de esa naturaleza, y de coadyuvar a cimentar la estrategia transversal denominada “Pueblos Vivos”.

el congreso permitió posicionar al país sede como un destino capaz de acoger este tipo de eventos por la suma de su infraestructura, destinos y actividades que ofrece, destacando así su oferta ante los principales compradores del planeta dentro de este rubro, fortaleció la Industria Turística del país, permitió dar a conocer la oferta turística con la que el país sede cuenta para incentivar así compras a corto, mediano y largo plazo y colocó en la escena mundial al país sede por su capacidad de acopio en este tipo de eventos permitiendo también conocerlo y saber de nuestras culturas, costumbres y tradiciones.

Monto invertido US\$165,700.00.



CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO Y CULTURA MAYA Y LANZAMIENTO DEL CONTEO REGRESIVO DE UN AÑO EXACTO PARA LA FINALIZACIÓN CALENDARIO MAYA.

Como parte de las acciones de mercadeo y promoción que realiza la institución para el fortalecimiento del país como destino de Cultura Maya, se realizó la Convención Internacional de Turismo y Cultura Maya, que se llevó a cabo los días 13, 14, y 21 de diciembre, siendo el conteo Regresivo de un año exacto para la finalización del calendario maya (21 de diciembre de 2012).

Durante la Convención Internacional de Turismo y Cultura Maya se realizó un conversatorio científico en el que participarán destacados conferencistas de El Salvador y de otros países, así como invitados especiales de los países que cuentan con legado de cultura maya. Para dicho evento, se invitarán a miembros del sector privado, miembros de las comunidades mayas involucradas en el sector turismo, prensa, invitados especiales y miembros de la industria turística nacional.

Para el evento del 21 de diciembre sobre el lanzamiento del conteo regresivo de un año exacto para la finalización donde se realizaron diferentes actividades que promueven el segmento.

MONTO INVERTIDO US\$50,000.00



Equinoccio De Primavera

En fecha 20 de marzo de 2012 se realizó una celebración para pedir por buenas cosechas y para dar la bienvenida del invierno, así como para rogar a la naturaleza por todo tipo de frutos, dar gracias y bendecir de la semilla a la madre tierra por lo recibido. El representativo es el blanco color del espíritu y del aire, donde se inicia la marcha del sol.

El evento se llevó a cabo en el anfiteatro del complejo turístico del Puerto de La Libertad, como una danza artística, la ceremonia y danza originaria y fuegos artificiales.

La ceremonia la realizó el Tata Cuyut de las comunidades de Izalco, la danza la realizó el grupo Danzantes del Jaguar Soriente de Cushcatan y la danza artística por los miembros de CODICES y también contamos con artesanos de la asociación ADEL de Izalco y artesanos de Nahuizalco.



Como celebración del Solsticio de Invierno se desarrolló un conversatorio en fecha 29 de Junio 2012 en el Auditorium del MUNA (Museo Nacional de Antropología David J. Guzmán).

Se desarrolló un conversatorio en conmemoración del Solsticio de Invierno que permitió generar un espacio de comunicación dinámico para el intercambio de ideas, experiencias, opiniones, inquietudes, etc. relacionadas a la cultura, identidad y raíces Maya-Náhuatl Pipil en El Salvador.

Se contó con la participación de invitados especiales como lo son: Tata Miguel Amaya y Amaya de la Zona Oriente (Cacaopera), al Tata Abel Bernardo de la Zona Central y a los Tatas Jorge Ruiz Camacho y Carlos Urias Cuyut de la Zona Occidental en torno a los cuales se desarrolló el tema: "Identidad y Raíces Maya-Nahuatl Pipil de Cushtatan (El Salvador)".

Se presentaron los siguientes temas por parte de los invitados: Los temas a desarrollar Náhuatl-Pipiles; Mayas; Lencas y Cacawiras de Cushtatan (El Salvador), bajo el eje central: Conocer nuestra propias raíces.

Con el conversatorio se le dio un espacio a los sacerdotes mayas de expresarse y dar a conocer sus creencias y costumbre, algo que nunca antes habían podido hacer, los invitados pudieron degustar de la gastronomía y bailes típicos de las comunidades originarias. Monto invertido: US\$15,000.00



Copa Quiksilver El Salvador 2012 WQS 3 Estrellas

Como parte del buen resultado obtenido del campeonato de la Copa Quiksilver El Salvador 2011, se llevó a cabo la Copa Quiksilver El Salvador 2012, segundo año consecutivo, el cual se realizó del 4 al 8 de julio, reuniendo a competidores de todas partes del mundo como, entre ellos: Sur África, Hawái, EE.UU, México, Argentina, Venezuela, etc.

La inversión realizada en este evento fue de \$100,000, esto permitió siempre tener una cobertura en la página web y la transmisión en vivo por internet, esto se traduce a un total 500,000 visitas diarias incrementando las visitas en comparación al 2011. Se realizó una cobertura total de ESPN y FOX SPORTS como medios internacionales, así como la cobertura de diferentes revistas y medios nacionales.

El evento beneficia a los lugareños del Puerto de La Libertad, además de incluir a los surfistas de la zona, participar en un evento de renombre, permitiendo posicionar el Salvador en el tema de surf. Los eventos ayuda a reforzar la economía de la zona por la afluencia de turistas nacionales e internacionales abarrotaron las instalaciones de hoteles, restaurantes, discotecas, bares, etc. La participación masiva al evento esto se traduce a un aproximado de 8500 personas durante todo el evento.

Evento EL Salvador Impresionante Golden LATIN PRO ALAS

El evento LATIN PRO se realizó del 15 al 17 de noviembre 2012 conto con la participación de más de 120 competidores de diferentes países de Latinoamérica entre ellos: Perú, Ecuador, Chile Uruguay, Brasil, Venezuela, Argentina, Panamá, Costa Rica, México, entre otros.

El evento se realizó en la plaza El Sunzal del municipio de Tamanique, departamento de la Libertad, siendo ésta una de las consideradas por muchos expertos como las mejores para el surf debido a la calidad de sus olas, que pueden llegar a los casi cinco metros, y extenderse a lo largo de 500 metros.

El objetivo principal fue la promoción turística a nivel internacional, así como generar una derrama económica en la zona, la cual se vio reflejada en el flujo de visitantes a los restaurantes y hoteles de la zona. Monto invertido: US\$20,000.00



Copa Pilsener de Futbol Playa

El evento Futbol de playa se desarrolló del 28 al 30 de marzo en la época de Semana Santa 2013, en la Playa Costa del Sol promoviendo el área de la zona para central del país, esto con el objetivo de crear entre la juventud un incentivo y apoyo a la selecta nacional de playa, este evento le permitió enfrentarse con selecciones reconocidas como: Costa Rica, España, Paraguay y El Salvador, evento que fue transmitido vivo por televisión a nivel internacional.

La duración del evento fue de 3 días y el número de visitantes fue de 9 mil personas durante todo el evento. Actividad que permitió beneficiar la zona costera, posicionando la zona con eventos deportivos, donde se promueve la integración entre los jóvenes con el deporte.

Monto invertido: \$55,025.00

Evento Iluminación de Árbol Navideño Puerto de La Libertad.

El 3 de diciembre con motivo de celebrarse la navidad, llevo a cabo la iluminación del árbol de navidad del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, contando con la participación del Alcalde del Puerto de La Libertad y el Ministro de Turismo, donde los visitantes disfrutaron del espectáculo con pólvora y la iluminación del árbol que fue colocado en la plaza del complejo. Además de un ritual previo a los eventos de la ceremonia del 13 Baktun.

Contando con la participación de turistas nacionales y extranjeros, el complejo es uno de los sitios turísticos más visitados por su variedad de productos del mar y su comida, donde las personas además de tener una vista hacia la playa puede comprar y pasar un tiempo en familia.

Monto invertido: \$15,000.00.



Actividades Baktun – Semana Turística Maya

Como parte de la celebración que los países miembros del Mundo Maya (que comprende: México, Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador) realizaron, se desarrollaron diferentes eventos alusivos a la finalización del treceavo baktun y por ende del calendario maya.

Del 17 de diciembre al 21 de diciembre denominada “Semana Turística Maya” donde se realizaron diferentes actividades las cuales tuvieron lugar en diferentes sitios turísticos entre ellos: El sitio Arqueológico Cihuatán, Hotel Decamerón, Museo Nacional de Antropología y Sitio Arqueológico Tazumal, precedido por los tatas mayas de las diferentes regiones de El Salvador, donde se concentraron diferentes personas que figuran dentro del ramo de turismo.

Dentro de las actividades que se realizaron en los sitios fue la presentación de el ritual del fuego realizado en el Puerto de La Libertad, seguido de un conversatorio con los panelistas y finalizando con el cierre el 21 de diciembre con una celebración que concentró a cientos de turistas nacionales e internacionales en el sitio Arqueológico Tazumal.

Monto invertido: \$125,000.00 Aprox



El objetivo de este evento de surf, es seguir promocionando el destino de Sol y Playa, esto permitió concentrar a más de 140 de surfistas de todo el mundo como: Brasil, Sudáfrica, Australia, USA, Perú, Hawái, entre otros, dentro de los cuales estuvieron de los mejores surfistas del mundo. Este evento se desarrollo del 9 al 14 de julio, esta competencia permitió que tuviéramos una exposición muy importante como país ya que tuvimos cobertura de Fox Sport y Space, también tuvimos la transmisión en vivo por internet la cual llego a un aproximado de visitas por todos los días de 3.1 millones de visitas.

Monto invertido: \$285,000.00

Feria El Salvador Travel Market

La Feria se realizó del 5 al 7 de septiembre de 2013. El objetivo de la Feria era exponer y promover la oferta turística, esto permitió concentrar a 65 mayoristas de diferentes partes del mundo, como lo son: Estados Unidos, México Canadá, y Europa.

El evento permitió dar a conocer lo que El Salvador ofrece como destino turístico, ayudando a generar negocios entre la empresa privada y los mayoristas en reuniones cara a cara.

Esta actividad permite beneficia a la empresa privada, esto genera negocios y produce a la economía

Monto invertido: \$99,033.00.



PUBLICIDAD Y PROMOCION TURISTICA

En al año 2009 se realizaron 4 campañas a nivel nacional, donde se buscaba promover el turismo interno y las rutas turísticas además de dar a conocer a Mipymes las líneas de crédito, durante el periodo de Junio a Diciembre 2009 a través de estas campañas de publicidad se obtuvo para Agosto un ingreso de turistas de 34,021 y un ingreso promedio de \$10.30 millones en Diciembre este incrementa el ingreso de turistas a 75,804 y el ingreso de \$30.30 millones

Campaña Seguridad Turística.



Se implementó la campaña denominada campaña “Lánzate a Conocer las Rutas Turísticas”, para dar a conocer a los turistas los servicios que la Policía de Turismo POLITUR brinda en las diferentes rutas turísticas de El Salvador. Esta campaña se realizó a través de radio, prensa y televisión. El monto de inversión fue de US \$171,000.

Campaña CREDITUR

Para dinamizar el sector turismo se promocionó y divulgó la existencia de líneas de crédito para empresas del rubro turístico, con el propósito que las pequeñas y medianas empresas dedicadas al sector turismo tuvieron la oportunidad de conocer sobre la línea de créditos dedicado a este segmento, divulgada a través de radio, prensa y televisión.

El monto de inversión fue de \$145,000.

Campaña Eventos Vivos

Se hizo del conocimiento a la población sobre los eventos desarrollados por CORSATUR, la empresa privada, y los CDT's, a través de los medios de comunicación de forma masiva. Estos se llevaron a cabo en Suchitoto, La Libertad, Cojutepeque, Acajutla, Apaneca, Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa y Costa del Sol, para dar a conocer los valores culturales y presentar ofertas en conjunto, con la empresa privada.

El monto inversión fue de \$86,000

Promoción del Certamen Pueblos Vivos

PUEBLOS VIVOS es el eje transversal de la política de turismo, con el evento Pueblos Vivos se promociona e incentiva a los municipios, para que den a conocer sus atractivos turísticos. En ese marco, se desarrolló la campaña del evento “Pueblos Vivos 2009”, para incentivar la participación de las comunidades, grupos indígenas, como de la micro, pequeña y mediana empresa vinculada a proyectos turísticos a que participen en Pueblos Vivos, se implementó la promoción para la participación de Pueblos Vivos, donde varios municipios se vieron beneficiados al participar en este certamen, que resalta los atractivos de los diferentes municipios participantes. En 2009 se inscribieron 56 municipios, la promoción del certamen se difundió por radio, prensa y vallas publicitarias. En el mes de junio, se gestó el lanzamiento del evento Pueblos Vivos 2010, al cual asistieron 114 municipios y se ha inscrito, formalmente, a 108. Casi el doble de la cantidad de municipios inscritos en 2009.

El monto de inversión fue de \$146,100.

La primera campaña nacional que se desarrolló en el año 2009, tuvo por nombre “Lánzate a Descubrir”. Los diferentes medios promocionaron las diferentes rutas turísticas del país. En esta campaña se estimuló a los salvadoreños a visitar las rutas turísticas. Los medios en los que se difundió fueron mupis, vallas, valla móvil, moto mupis, carritos de maletas en aeropuerto, prensa y stands informativos, en diferentes centros comerciales.

El monto de inversión fue de \$290,000

Campaña Nacional

Para el año 2010 se realizaron 3 campañas nacionales cuyo objetivo era de fortalecer nuestra identidad, conocer nuestros Pueblos Vivos y de valorizar nuestros destinos y productos turísticos se impulsó la campaña nacional, motivamos a la familia salvadoreña a visitar los Pueblos Vivos disfrutando de nuestro patrimonio natural y cultural, además esto potenció un mayor conocimiento de la oferta y productos turísticos, involucrando todo el sector y motivando a nuestros empresarios para invertir. La campaña nacional fue de gran impacto ya que logró crear conciencia en los salvadoreños sobre la belleza y los impresionantes lugares que ofrece el país para poder disfrutar de sus vacaciones y tiempo libre.

Campaña de Semana Santa 2010

Para incentivar que los salvadoreños a conocer y disfrutar de diferentes lugares del país y contribuir a mejorar la economía del mismo, En 2010, se lanzó la campaña denominada: “SI VAS A VIAJAR, QUÉDATE”, con la que se promovió el turismo interno e impulsó la oferta turística que El Salvador posee. Se tuvo presencia en radio, cine, cable, prensa escrita y televisión. El ingreso promedio que se obtuvo para esta temporada fue de \$19.43 millones

El monto de inversión fue de \$236,700



El monto de inversión fue de \$166,000
 Campaña Internacional: Todo Incluido 2010.
 Esta campaña se desarrolló con un concepto familiarizado internacionalmente que dice mucho en tan poco; “El Salvador lo tiene todo por la diversidad de productos que cuenta el país”. Por eso “El Salvador Tiene Todo Incluido”.
 El monto de inversión fue de \$1, 819,616.82.



Campaña Regional “Dicen que El Salvador no tiene Atractivos Turísticos” 2010.
 Durante el período de agosto a diciembre 2010, la campaña publicitaria basada en la estrategia de cambiar algunas percepciones acerca de que “Dicen Que El Salvador No Tiene Atractivos Turísticos”. Con el objetivo de mostrar los mejores lugares del país a nivel visual y turístico. El Salvador recibió, para esta temporada a 68,884 visitantes, entre turistas y excursionistas internacionales.
 El monto de inversión fue de \$530,826.36



Campaña Nacional
 Semana Santa 2011

Siempre con el objetivo de concientizar a los salvadoreños de que realicen turismo interno, se lanzó esta campaña para poder beneficiar también a las MIPYMES y así minimizar un poco los efectos de la crisis financiera.



Esta campaña se denominó “En esta Semana Santa quédate”, fue una estrategia publicitaria para incentivar a los turistas nacionales a realizar turismo interno y conocer los atractivos del país. Procurando beneficiar a las MIPYMES turísticas tan golpeadas por el efecto de la crisis financiera de los últimos años.



El monto de inversión fue de \$437,027.65

En agosto de 2011 y con motivo de celebrarse las fiestas agostinas, se lanzó la campaña “Quédate”, con el objetivo de mostrar al turista interno que no necesita salir del país para disfrutar de diferentes opciones y actividades que ofrece la estrategia transversal PUEBLOS VIVOS en El Salvador. El Salvador recibió para esta temporada 40,228 turistas y se obtuvo un ingreso promedio de \$18.70 millones

El monto de inversión fue de \$333,378.35

Campaña Internacional

Campaña Regional A Un Paso De Ti 2011

Esta campaña “A un paso de ti”, Se focalizó en los mercados de Guatemala, Honduras y Nicaragua aprovechando la cercanía en la temporada vacacional de Semana Santa. En cuanto a la llegada de visitantes para esta temporada fueron de 68,168 turistas, 13% más en relación a esta temporada en 2010, a la vez el ingreso promedio incremento a \$30.78 millones

El monto de inversión fue de \$ 672,841.90.

Campaña Regional 2011

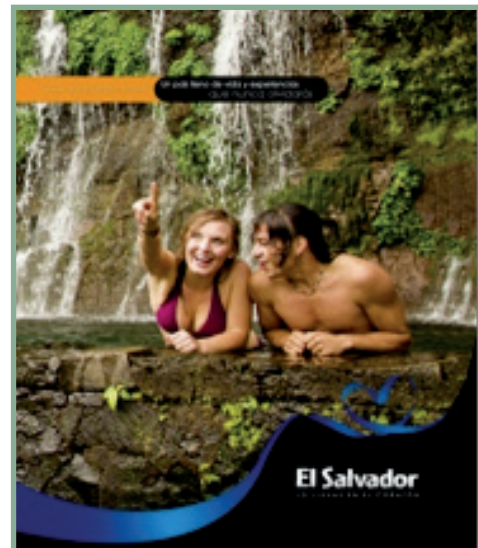
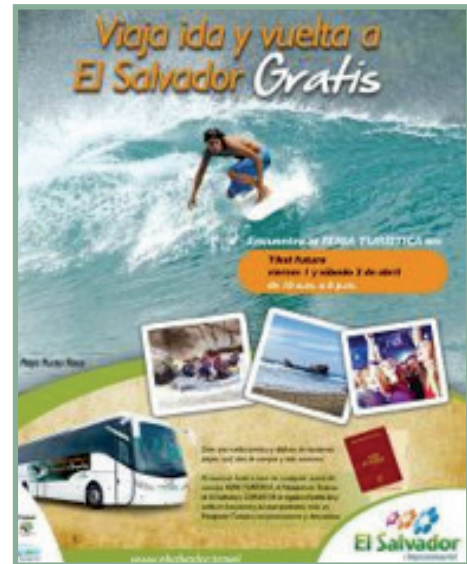
Esta campaña “Viaja ida y vuelta a El Salvador gratis”, se realizó previamente a las vacaciones de Semana Santa para incentivar a uno de los mercados emisores más importantes de la región que es Guatemala.

El monto de inversión fue de \$100,421.80

Campaña Internacional junio 2011 - mayo 2012: Un país lleno de vida y experiencias que nunca olvidarás

“Un país lleno de vida y experiencias que nunca olvidarás”

El objetivo de es valorizar la cordialidad de los salvadoreños y exponer un turismo que atrae por su gente y gastronomía. La campaña se desarrolló para el mercado extranjero, y se expusieron los lugares turísticos y atractivos, así como



valorizar el espíritu cordial y amigable que se vive en el país, las experiencias inolvidables que el extranjero vivirá. Se presentó El Salvador como un destino turístico sostenible a nivel internacional.

Para la temporada de Diciembre 2011, El Salvador recibió 78,055 turistas, denotando un crecimiento del 13% comparado a la temporada de Diciembre del 2010, el ingreso obtenido fue de \$18.70 millones

El Monto de inversión fue de \$1, 143,706.31

Campaña nacional Semana Santa 2012.

Se lanzó la campaña “Acércate”, dándole continuidad y consolidando resultados de la campaña anterior, reflejado las emociones que se pueden vivir al visitar y experimentar los diferentes destinos. Además, la invitación de acercarse a visitar los Pueblos Vivos y su gente, así como también vivir las experiencias de sus costumbres y cultura. Para esta temporada se recibió a 77,100 turistas y se obtuvo un ingreso promedio de \$39.10 millones

El monto de inversión fue de \$561,019.37

Campaña Agosto 2012

La campaña denominada Pasa La Voz tenía el objetivo de incentivar a los salvadoreños a descubrir las riquezas escondidas que tiene el país, hablar de ellas y así pasar la voz, con la finalidad de promover de boca en boca los diferentes lugares turísticos, con esta campaña se logro que 41,523 visitantes internacionales arribaran al país, dejando una derrama económica de \$19.01 Millones

El monto de inversión fue de \$674,399.22

Pueblos Vivos 2012

El evento de Pueblos Vivos se realizó con la participación de alrededor de 400 personas, se contó con la participación de 21 alcaldes, 18 representantes, y 21 gremiales. Se expusieron 60 espacios gastronómicos, 121 stands de artesanías, representando nuestra cultura, costumbres, tradiciones e historia. En el 2012, 203 municipios fueron los que participaron, incrementando la participación comparado al año anterior.

El monto de inversión fue de \$272,872.68



Campaña Diciembre 2012

Participación y visita al sitio arqueológico y debido a nuestra herencia maya se aprovechó la fecha para el lanzamiento de la campaña Baktun y así de esta manera promocionar los sitios arqueológicos y la cultura ancestral de nuestro país.



El impacto logrado con esta campaña, fue superar las expectativas de participación y visita a los sitios arqueológicos, logrando una afluencia de visitantes en el parque Tazumal de más de veinte mil personas en un solo día, por otra parte durante este período recibimos 81.078 visitantes internacionales, dejando ingresos en el sector turístico alrededor de \$22.8 Millones.

El monto de la inversión nacional fue de \$653,805.18 y

El monto de la inversión internacional fue de \$578,000

Campaña Intrarregional 2012

Esta campaña estaba orientada a incrementar el turismo intrarregional centroamericano con el fin principal de tener mayores ingresos, empleos y participación de MIPYME.



Debido a que junio es una temporada “baja” para nuestro turismo, se lanzó esta campaña intrarregional para incrementar el turismo centroamericano, con el objetivo de incrementar los empleos y así mejores y mayores ingresos. Para ellos se desarrollo una campaña publicitaria cooperativa en medios tradicionales y alternativos.

El mono invertido fue de \$ 74,479.00

Campaña internacional 2012:

Esta campaña se creó con el objeto de incrementar el número de visitantes promoviendo la oferta turística variada e incentivando a los mercados internacionales a conocer, disfrutar y compartir las riquezas de El Salvador se llega al mercado centroamericano, europeo, suramericano y estadounidense, se expuso en medios tradicionales y alternativos. Se obtuvo la visita de aproximadamente de un millón 254 mil turistas y con respecto a los ingresos se obtuvo un promedio de 771.6 millones de dólares.

El monto invertido fue de \$ 2,165,903.39



Señalización con códigos QR

Para maximizar la información al turista, se han instalado en la señalización de los destinos turísticos los códigos QR, los cuales al ser leídos por dispositivos electrónicos habilitados para tal fin, direccionan hacia la información puntual de dichos lugares en el sitio web www.elsalvador.travel facilitando al turista la obtención de información sobre los sitios que visita.

Monto Invertido: \$16,129.50



Acciones Co-marketing 2012

Como parte de la estrategia de posicionamiento de El Salvador a nivel internacional se ejecutaron acciones de Co-marketing (Mercadeo cooperativo) con mayoristas especializados en turismo, lo cual permite llegar por medio de alianzas estratégicas a los mercados meta e incrementar su impacto, ya que las acciones llegan directamente a los nichos interesados en la venta de paquetes turísticos, también busca posicionar nuevos destinos.

Se tuvo un total de 6 acciones co-marketing que permitieron posicionar a El Salvador en Estados Unidos, Canadá y España. Entre los coperantes estaban Latour, Travel Impression, Canandes, Orizonia, Catai, Total Vacation.

Las acciones desarrolladas incluían Promoción Digital, Boletines de Promoción turística, brochures con promoción de el Salvador, Roadshows, seminarios para agencias de viaje, acciones de posicionamiento de los productos turísticos de El Salvador entre otras.

Monto Invertido \$ 242,663.09

Estrategia de promoción digital

La promoción digital, es una estrategia utilizada para la difusión turística, en los medios electrónicos de mayor demanda por parte de los usuarios, entre los cuales se destaca como producto principal el sitio de promoción turística del país www.elsalvador.travel

Medios electrónicos de difusión: Sitio web promocional www.elsalvador.travel, Facebook, Twitter, YouTube. Inversión: \$48,938.04

Sitio web rediseñado

El sitio web www.elsalvador.travel fue rediseñado para facilitar la navegación del usuario a través de la variedad de oferta turística de El Salvador. El rediseño permitió la incorporación de información de los negocios de las diferentes gremiales turísticas del país, dicha información se obtuvo mediante la implementación del proyecto denominado "Desarrollo de Fichas de Promoción Turística" para la publicación en sitio web. Inversión: \$225,568.20

Estrategia Digital

La estrategia Digital de CORSATUR ha permitido posicionar la página web promocional www.elsalvador.travel a nivel nacional e internacional, convirtiéndola en una herramienta de información y ayuda a los turistas que visitan los diferentes destinos del país. En el ámbito de redes sociales tales como Facebook y Twitter, El Salvador impresionante se encuentra en los primeros puestos a nivel centroamericano. Logrando en Enero de 2013 a los 200 mil fans y colocando nuestro fan page como uno de los predilectos y con más seguidores a nivel nacional.



Los datos están basados en las estadísticas otorgadas por las diferentes redes sociales que siguen el comportamiento de la estrategia que se desarrolló a lo largo de estos meses la cual incluía un calendario de conversación que se renovó mes a mes, el desarrollo de aplicaciones para Facebook, Campañas específicas para cada uno de los diferentes medios digitales, así como la pauta optimizada dentro de la Red Social Facebook.

Monto Invertido \$ 198,013.000

Campaña Nacional Semana Santa 2013

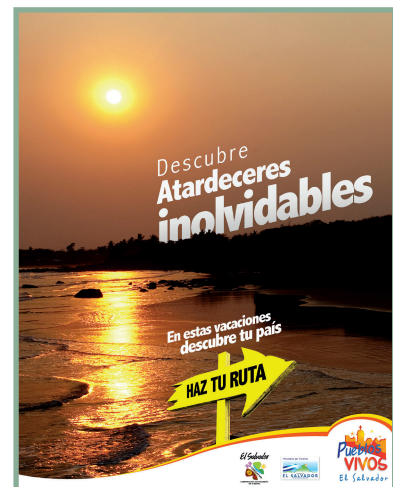
El propósito de esta campaña fue motivar a los salvadoreños la importancia de disfrutar sus vacaciones, saliendo de su casa a conocer el país y todo lo que los Pueblos Vivos con sus diferentes atractivos turísticos tienen para ofrecer. La campaña fue de alto impacto ya que generó un incremento en el turismo internacional del 15.4%. con una ocupación hotelera del 98% en playa, 72.91% hotel de montaña, 77% hoteles rurales, 65% hoteles en la capital de San Salvador. Además se tuvo el ingreso de 88,999 turistas y el ingreso promedio fue de \$50.80 millones



El monto invertido fue de \$404,208.17

Campaña Nacional Agosto 2013

La campaña Haz Tu Ruta tenía como objetivo para incentivar a los salvadoreños a hacer turismo interno mediante, con el objetivo de contribuir a la micro, pequeña y mediana empresa, a generar más empleos, ocupación, etc. La campaña se presentó en radio, TV y prensa, además de



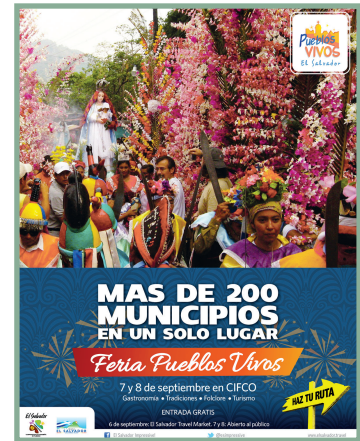
medios exteriores donde se colocaron flechas de Haz Tu Ruta que orientaban a diferentes destinos de nuestro país. En esta temporada El Salvador recibió 42,521 turistas y se mantiene un ingreso promedio de \$20.10 millones

El monto de inversión fue de \$70,637.63

Pueblos Vivos 2013

Con el evento “Pueblos Vivos 2013”, que tiene como objetivo impulsar a los municipios de nuestro país y su oferta turística: costumbres, tradiciones, historia cultural, artesanías, naturaleza, agricultura, gastronomía, y rescatar las tradiciones de los salvadoreños, donde se invitó a la población a conocer todo en solo lugar. En el 2013, 222 municipios fueron los que participaron, teniendo así el 84% de la participación a nivel nacional de los municipios.

El monto de inversión fue de \$ 55,302.07, la cual se difundió a través de los medios en TV, radio y prensa.



Campaña Nacional Diciembre 2013

El propósito de la campaña “Haz tu Ruta” fue aumentar el número de salvadoreños para que se queden en el país disfrutando de sus vacaciones en lugar de salir a otros países, y así visitar y pernoctar por lo menos una noche en los hoteles ubicados en lugares que forman parte de las 9 rutas turísticas. La campaña tuvo exposición en Prensa, medios exteriores (vallas, mupies, flechas en la calle) y BTL a través de activaciones.

El monto de inversión fue de \$ 346,687.90



Campaña Regional 2013

La finalidad de esta campaña fue incentivar al mercado regional en las ciudades de Guatemala y Honduras, a visitar El Salvador, debido a la importancia de estos mercados, se lanzó esta campaña con el fin de promover y atraer más turistas guatemaltecos y hondureños, para incrementar la derrama económica generada por el rubro de turismo. Con el objeto de posicionar nuestro país en estos mercados, en el mes de junio 2013 se implementó la campaña “El Salvador, hasta un 25% de descuento”.



El monto de la inversión de esta campaña fue de \$100,309.97

Campaña Intrarregional 2013

Con la proyección de incrementar el turismo intrarregional centroamericano y su desarrollo sostenido, a fin de tener mayores



ingresos, empleos y participación de MIPYME, se participó en un esfuerzo para el desarrollo de un programa conjunto entre el sector público y privado de los países de Centroamérica. Para ellos se desarrolló una campaña publicitaria cooperativa en medios tradicionales y alternativos, para contribuir a incrementar el turismo intrarregional centroamericano y su desarrollo sostenido, a fin de tener mayores ingresos, empleos y participación de MIPYME. El monto de la inversión fue de \$ 30,707.20



Campaña Internacional Agosto 2013

Dicha tenía como objetivo a El Salvador como destino turístico en los Estados Unidos, debido a la importancia de este mercado, se lanzó esta campaña para dar a conocer y promocionar los productos que componen nuestra oferta turística. El Salvador se impulsó en el mercado estadounidense en el mes de Agosto y Octubre 2013, realizando la campaña “Haz una pausa” enfocada al medio TV. El monto de la inversión fue de \$ 139,933.42

Campaña Internacional Diciembre 2013

La exposición de esta campaña fue para incentivar a los extranjeros a visitar El Salvador y conocer las diferentes rutas turísticas, se lanzó esta campaña con el fin de atraer más turistas internacionales, especialmente en Guatemala, Honduras y fronteras de ambos países, para que estos puedan venir y disfrutar de la oferta turística que El Salvador para ofrecer y así contribuir a la economía del país con el rubro turismo.

Se generaron activaciones, exponiendo nuestra marca país y slogan de campaña “Haz tu ruta” dentro de estas se le entregan a las personas información de nuestras rutas y una cuponera con descuentos en restaurantes, hoteles y tour operadores que están inscritos en el RNT. En esta temporada El Salvador recibió 88,118 turistas y se mantiene un ingreso promedio de \$34.20 millones

El monto de la inversión fue de \$ 136,278.00

Campaña Regional Semana Santa 2013 Las Vacaciones de tu Vida...Seguro

La finalidad de esta campaña fue despertar el deseo de nuestros hermanos centroamericanos a visitar El Salvador, especialmente los hermanos de Guatemala, para comunicar lo seguro que es venir a El Salvador con el doble mensaje que serán las vacaciones de su vida seguro.

Llegamos a los 397,457 likes en nuestra página oficial en Facebook aumentando en más de 190,000 likes solo este año, acercándonos cada vez más a nuestra competencia regional Costa Rica. Se renovó completamente nuestra línea gráfica haciéndola más “fresca y viva” con colores que sugieren el calor de nuestros pueblos y paisajes. Se implementó además post en inglés de modo que capturemos la atención de más turistas de diferentes partes del mundo.

El Salvador obtuvo por medio de la fotografía de el Lago de coatepeque y Volcán Ilimatepec el segundo lugar en el concurso virtual “la octava maravilla del mundo” organizado por <http://virtualtourist.com/>

Gracias a ello subimos 54,619 likes en nuestra página oficial en Facebook durante esta publicación

Twitter

En Twitter llegamos a los 19,575 followers aumentando a más de 10,000 seguidores con respecto al 2012, cambiando a la vez la línea gráfica:

Además se implementó el uso de trivias y datos curiosos de El Salvador en materia turística.



En YouTube remontamos nuestro número de reproducciones con más de 27,000 incidencias, además de incluir coberturas y campañas de éxito como “Ojala estuvieras aquí”

Con esta campaña llegamos a todos los salvadoreños en el extranjero motivándolos a regresar a El Salvador en el mes de diciembre, la campaña fue todo un éxito con más de 500 reproducciones en cada video.



Inversión estrategia web fue de \$ 114,000.00

Campaña Nacional Semana Santa 2014

La Campaña Nacional de Semana Santa 2014 “Vive tu país... El Salvador tu mejor destino” tiene como principal objetivo incentivar a los salvadoreños a conocer su país y que pernocten y disfruten de las maravillas turísticas con las que cuenta El Salvador y quedarse en nuestros Pueblos Vivos. Esta campaña tuvo exposición en TV, Radio y prensa, medios exteriores y BTL. El monto invertido es de \$402,980.95.

El Salvador recibió para esta temporada 93,979 turistas, presentando un crecimiento de 5.6% en relación a la temporada de Semana Santa del 2013 y se obtuvo ingreso promedio de \$54.5 millones 7.3% arriba del gasto del 2013 para esta temporada.

Campaña Semana Santa Regional 2014

Con el fin de lograr el aumento de la afluencia de los visitantes de nuestros principales mercados a nivel centroamericano, es decir Honduras y



Guatemala, se ha creado una campaña enfocada a satisfacer las necesidades de los turistas potenciales provenientes de dichos países, enfocándonos en aquellos segmentos que prefieren o buscan a la hora de planificar sus vacaciones.

En este sentido, para el mercado guatemalteco se ha identificado la preferencia por las playas y la vida nocturna de nuestro país, y para el mercado hondureño, lo referente a naturaleza y sol y playa. Por lo que, en ambos mercados se estarán destacando los segmentos de aventura y ecoturismo, sol y playa, entre otros, bajo un mensaje que recoja que debido al tamaño y excelente conectividad con la que cuenta nuestro país podemos tener distintas experiencias en un mismo día, ventaja competitiva sobre ambos países.

Los medios de exposición de la campaña fueron TV, Radio, Prensa, Medios exteriores: Moopies, Vallas

El monto invertido es de US\$415,720.51



Campaña Semana Santa Internacional 2014

Dado que el perfil del turista internacional ha ido cambiando y por ende sus necesidades y deseos, de acuerdo a las recientes investigaciones, se ha concluido que más allá de conocer nuevos destinos, el turista desea tener experiencias únicas, que le permitan guardar recuerdos y vivencias en su memoria, así como tener la experiencia de ser una persona más del lugar que está visitando.

En este sentido, el concepto de esta campaña está basado en mostrar al turista potencial las distintas experiencias que puede tener en El Salvador a través de la visita de a sus múltiples productos turísticos y principalmente asegurándole que a través de la convivencia con los nacionales tendrá experiencias inolvidables dada la calidez y hospitalidad de nuestra gente. Los medios de exposición fueron TV, Radio y Prensa

El monto invertido es de US\$31,499.10

Campaña Intrarregional 2014

Con el objetivo de incrementar el turismo interregional se participó en un esfuerzo para el desarrollo de un programa conjunto entre el sector público y privado de los países de Centroamérica para contribuir a incrementar el turismo intrarregional y su desarrollo sostenido lanzándose la campaña Descubriendo Centro America La campaña será difundida para prensa y Radio

El monto de la inversión fue de \$ 35,000

VI. PLANES Y PROYECTOS EN EJECUCION

Los planes y proyectos de la CORSATUR están orientados a mejorar la infraestructura de aquellos lugares con vocación turística y aquellas áreas que demandan capacitación en el conocimiento de mejores prácticas para la atención del turista siendo estos los que se detallan a continuación.

Proyectos de infraestructura

Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque: Para el tercer trimestre del 2014 se pretende mejorar la oferta turística existente a través del mejoramiento de la imagen de la Plaza Turística en el Cerro de Las Pavas, por medio de la integración de la arquitectura moderna con el medio ambiente, para reactivar la económica del sector, a través de las obras de mejora de la plaza turística existente, incluyendo obras tales como: equipamiento urbano, tratamiento de pisos, elementos urbanos, vegetación, ornamentación, señalización turística, sistemas de iluminación, obras hidráulicas, entre otros. Monto estimado a invertir US\$54,000.00 dólares.

Condiciones actuales en el Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque.

Parque Central de La Palma, Municipio de Chalatenango: El proyecto consiste en la creación de atractivos turísticos en el parque central de La Palma, considerando el mejoramiento de infraestructura turística, mobiliario urbano, tratamiento de pisos, señalización turística, entre otros para la adecuación del espacio público, integrándose al medio ambiente que lo rodea con vegetación, jardineras, depósitos de basura y ornato general. Con fecha de inicio estimada de agosto de 2014. Monto estimado a invertir US\$54,000.00 dólares.



Condiciones actuales en el Cerro de Las Pavas, Municipio de Cojutepeque.

Isla Conchaguita, Municipio de Meanguera del Golfo: El proyecto consiste en adecuar un sendero peatonal, el cual se conduce desde la playa hasta una porción elevada de dicha isla en dónde se encuentran los vestigios de unas ruinas de nuestros antepasados, en la trayectoria se dotará con mobiliario como por ejemplo: basureros, bancas, observatorios, áreas de contemplación y descanso, gradas forjadas en terreno natural, pasamanos, señalización turística. Con fecha de inicio estimada de agosto de 2014. Monto estimado a invertir US\$46,336.59 dólares.

Faro Turístico de La Unión: El proyecto comprende la rehabilitación de una serie de obras para la construcción de infraestructura de un faro turístico, para la mejora continua de los servicios que se ofrecen a los turistas y visitantes en el Parque de La Familia, contando con un mirador de 360° a una altura de 6 metros, y el faro con una altura total de 16 metros, dicho componente es parte integral del plan maestro del parque. Monto a invertir US\$15,027.81



Parque Central de La Palma, Municipio de Chalatenango



Laguna de Alegría, Usulután

VII. PROYECTOS Y PROGRAMAS EN GESTIÓN QUE LA NUEVA ADMINISTRACIÓN DARÁ SEGUIMIENTO

Programa de Capacitación de Guías Turísticos Nacionales y Locales 2012-2014.

En el marco del modelo de gestión de adentro hacia afuera con reciprocidad activa que impulsa la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), se desarrollan programas de asistencia técnica y capacitación a actores claves que forman parte de la cadena productiva de turismo en todo el país, bajo la estrategia de potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo para el país nace la necesidad de mejorar los programas vigentes de formación para Guías Turísticos Nacionales y Locales.



Avance de la obra Faro Turístico, Municipio de La Unión.

La Corporación, desde el año 2012 ha desarrollado actividades encaminadas a mejorar los programas vigentes para poder capacitar a los nuevos guías que son la cara del país ante el turista que nos visita. A continuación se enlistan las acciones que se han realizado desde 2012 al 2014 encaminadas a mejorar la competitividad de los Guías Turísticos de El Salvador:

1) En 2012 se contrató los servicios profesionales de la Licda. Marisol Vanegas, consultora colombiana radicada en México, de amplia trayectoria y excelente currículum para efectuar la “Consultoría para el desarrollo de la acción de formación de formadores del programa guías turísticas de El Salvador- fase I”, en la que se realizó un diagnóstico que permitió evaluar los componentes de los programas y elaborar una propuesta de programa de capacitación, así como el diseño de un Programa de Formación de Formadores como estrategia para el fomento a la competitividad de los Pueblos Vivos, el fortalecimiento de las capacidades técnicas y teóricas del recurso humano y el posicionamiento del Guía como uno de los gestores locales claves en el desarrollo de un destino turístico.

El diagnóstico reflejó la importancia de continuar impartiendo los programas de guías ya que con ello se sensibiliza a los prestadores de servicios de los municipios y zonas en desarrollo turístico, a fin de que el producto que se ofrece al turista y visitante sea de calidad no solamente en la infraestructura en los espacios, sino también en el fortalecimiento de la competitividad de los prestadores de servicios, especialmente de los Guías Turísticos.

Presentaron una nueva currícula para la formación de guías nacionales y locales, habiendo desarrollado las temáticas correspondientes, presentando como resultado tres documentos:

- Guiado Turístico Nacional
- Guiado Turístico Local
- Documento Pedagógico para Formadores de Guías Turísticas

Estos documentos se dieron a conocer al sector turístico en Septiembre de 2013 en un evento público en un hotel capitalino.

Asimismo, la consultoría reflejó que era necesario desarrollar un Programa de Formación de Formadores, para transferir la metodología y contar con cuadros especializados para desarrollar la currícula de formación de Guías de El Salvador.

2) En el año 2013, se implementó la “Formación de Formadores del Programa de Capacitación de Guías Turísticas de El Salvador”, para lo cual se contrataron los servicios profesionales del Lic. Benjamín Jiménez Hernández quien apoyó en la formación de 30 profesionales con experiencia en temas de docencia y turismo a quienes se les formó en la currícula establecida por CORSATUR, para que en fases posteriormente capaciten a los Guías Turísticos de El Salvador.

Esta acción representa un avance importante en términos de fortalecimiento de las competencias del personal que labora en el sector turístico salvadoreño, ya que se sientan las bases para garantizar la formación de profesionales capaces, responsables y entrenados en los temas.

3) Como uno de los principales programas para el 2014, se implementará la currícula vigente, siendo la meta capacitar a un total de 75 nuevos guías locales distribuidos entre las zonas central, occidental y oriental del país, así como a 25 guías nacionales de El Salvador.

Programa Pueblos Vivos 2014.

Antecedentes:

Con base a los Planes de asistencia realizados en la edición Pueblos Vivos 2013, se pudo observar que los municipios tuvieron mayor interés en el desarrollo del programa, siendo la metodología de evaluación el aspecto más aceptado por parte de los participantes; como parte de las lecciones aprendidas se consideró realizar un FODA para identificar las fortalezas del programa así como las áreas a mejorar para la edición 2014.

A raíz de las valoraciones obtenidas en esta herramienta, se ha considerado que para la propuesta del año 2014 se tome en cuenta las sugerencias de mayor incidencia tales como:

- Seguimiento en las asistencias técnicas a los municipios;
- Implementación de la Feria Pueblos Vivos;
- Mayor promoción a los municipios y sus actividades;
- Orientar a los municipios de acuerdo al segmento o categoría inscrito en la definición de sus mercados meta;

- Propiciar espacios para la creación de productos regionales;
- Articular esfuerzos con instituciones de apoyo al turismo;
- Mantener los criterios de evaluación para determinar al ganador, entre otros.

Por tal motivo se elaboró una propuesta, como línea base de la sexta edición de Pueblos Vivos.

Objetivo:

Presentar la oferta turística de destinos Pueblos Vivos de acuerdo a niveles de desarrollo y gestión de cada municipio.

Población Meta:

Del universo de los 262 municipios del país, se considerarán los que ya conocen el programa (248), motivando a los municipios que aún no han podido inscribirse.

Descripción:

Se partirá de un programa desde el cual se considere dos segmentos, cada uno de ellos con sus categorías, de los cuales los municipios decidirán su participación según su potencial.

Segmento Pueblos con Encanto Cultural:

Estos son municipios reconocidos por su arquitectura colonial, portales, centros históricos, beneficios de café, museos y por contar con historiadores, escritores, poetas, casas de la cultura y festividades que evoquen a una época colonial, y rasgos arqueológicos que descubren vestigios de una cultura ancestral. Además poseen una gastronomía propia que los identifica, destacando sus raíces culturales o comunidades originarias, el folklore y tradiciones, leyendas, mitos y sobre todo la laboriosidad de su gente que plasma su talento en artesanías o piezas simbólicas. Entre estos pueblos también se destacan diferentes sitios para realizar compras en mercados, centros y plazas comerciales. Categorías:

1. Gastronomía Autóctona
2. Danzas y Tradiciones
3. Historia y Arquitectura
4. Urbanístico y Compras
5. Comunidades Originarias
6. Arqueología
7. Artesanal

Segmento Pueblos con Encanto Natural:

Son aquellos municipios reconocidos por su belleza paisajística, sus recursos y atractivos naturales, que ofrecen al turista actividades como deportes extremos, avistamiento de aves, interacción con la agricultura, su principal potencial turístico es el escenario natural, ya sea en la zona costera, montañas, zonas rurales, entre otros. Categorías:

1. Agroturismo

2. Deportes y Aventura

3. Sol y Playa

4. Paisajismo

(De este ejercicio nos llevará a tener posteriormente circuitos turísticos.)

Estrategia:

Se busca propiciar el espacio para la participación activa de los municipios con un enfoque de país como Destino Encantador; esta estrategia, aparte de ser inclusiva, permitirá la participación activa de todos los sectores a nivel local, de aquellos municipios con vocación y/o interés en desarrollar sus territorios en materia turística, convirtiéndolos así en destinos turísticos con una oferta definida de acuerdo a la idiosincrasia de cada uno. Propiciando la creación/ fortalecimiento y promoción de productos y servicios turísticos innovadores que posicionen la singularidad de los destinos en dos grandes segmentos: Pueblos con Encanto Natural y Pueblos con Encanto Cultural.

Metodología:

Se enviarán a los municipios, fichas interactivas por medio de correos electrónicos, fax o entregas personales, reiterándoles la invitación a que participen activamente en la 6ª. Edición de Pueblos Vivos. Estas fichas interactivas contendrán información de la participación del municipio, incluyendo el segmento en el que decidan participar así como la categoría. La Asistencia Técnica se brindará a los municipios de acuerdo al segmento y a la categoría definido en las fichas, a fin de apoyarlos en el fortalecimiento del destino, hasta llegar al siguiente nivel, preparándolos para la Feria Pueblos Vivos, esto mediante visitas de técnicos de CORSATUR y la participación de delegados de cada municipio en los Encuentros Regionales de CDT.

Se evaluará, el desarrollo de cada municipio con base a criterios establecidos en los Criterios de Evaluación, contando con un jurado calificador para la Feria Pueblos Vivos 2014. (Representado por la empresa privada y entes gubernamentales, a cada uno se les entregará una ficha/carpeta de las acciones realizadas por cada municipio, de la cual, ciertos componentes serán evaluados por CORSATUR). El puntaje mínimo requerido para ser considerado elegible en cada segmento, es igual o mayor a ochenta (80) puntos. La determinación del municipio ganador será en base al que obtenga el mayor puntaje total del segmento y categoría en la que se encuentre inscrito, habiendo superado el mínimo antes mencionado. En caso de empate, el jurado calificador realizará una visita al municipio, con el fin de reconocer la singularidad del destino, verificar la aplicación de su Plan Estratégico, estableciendo, de esta manera, al ganador de la categoría. Dentro de la feria Pueblos Vivos se realizarán una serie de concursos por categoría con el objetivo de generar un mayor dinamismo, reconociendo la parte humana de nuestros pueblos, que tiene gente con mucho talento, creatividad, alegría y entusiasmo de ser Salvadoreño.

1. Agroturismo... El proceso turístico más vivencial.
2. Deportes y Aventura... carrera de sacos.
3. Sol y Playa... Mini torneo de futbol.
4. Paisajismo...La estampa Pueblos Vivos.
5. Gastronomía Autóctona... La Bebida Pueblos Vivos! El Cocinero Impresionante.
6. Danzas y Tradiciones... La canción de los Pueblos Vivos.
7. Historia y Arquitectura... El Historiador de los Pueblos Vivos.
8. Urbanismo y compras... Personificación de un turista Pueblos Vivos.
9. Comunidades originarias... El traje típico Pueblos Vivos.
10. Arqueología... La réplica más impresionante.
11. Artesanía... La artesanía creativa Pueblos Vivos.

Todas estas actividades se realizarán a lo largo de los dos días que dure la feria, incluyéndolas en la programación de actividades. Los premios serán diferenciados y se dará un diploma de reconocimiento además de publicidad a estos personajes ganadores, que se volverán parte de la historia de Pueblos Vivos 6ª edición.

Criterios de evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PUNTAJE
Decoración de Stand tipo Boutique de acuerdo al segmento inscrito. Se considerará: a) Conocimiento de la singularidad de su municipio, b) animación turística, c) orden, d) vistosidad, e) creatividad F) Intervención artística.	40 puntos
Participación de los municipios en capacitaciones coordinadas por CORSATUR, municipalidades y entidades de apoyo en el marco del programa Pueblos Vivos. Encuentros de CDT..... 10 puntos Capacitaciones y talleres en turismo..... 5 puntos	15 puntos
Contar con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT)	10 puntos
Prueba de conocimientos técnico sobre Pueblos Vivos (cuestionario tipo PAES)	10 puntos
Contar con un Plan Estratégico Turístico, que incluya al menos cinco (5) acciones.	10 puntos
Desarrollo de eventos, festivales propios o City Tour (Festival del Maíz, Piña, Jocote, Camote, del Marañón, carnavales, entre otros) desde los cuales se resalte la singularidad de su destino.	15 puntos
TOTAL	100 puntos

Jurado calificador.

El Jurado calificador estará representado por la Empresa privada y Cartera de Estado, que serán los encargados de evaluar los aspectos antes mencionados, entre los posibles representantes tenemos:

Representantes de Empresa Privada	Representante Cartera de Estado
<ul style="list-style-type: none"> • ASOTUR • CASATUR • ITCA/MEGA TEC • Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> • CONAMYPE • Ministerio de Economía • Secretaria de la Cultura • Ministerio de Agricultura

Listado propuesto de premios:

- POA Unidad de CAT y CDT:
 - Basureros con o sin luminaria.
- POA Unidad Desarrollo Territorial:
 - Canopis
 - Toldos
 - Mupis
 - Estaciones turísticas
 - Paradas de buses
 - Recetario-calendarios
- Seguimiento en asistencia técnica.
- Asesoría para inscripción de empresas en el RNT.
- POA de Mercadeo con promoción.
- Premios a gestionar Patrocinios (Propuesta)
 - Esculturas o monumentos
 - Reportajes
 - Pintura
 - Artistas para realizar murales
 - Bicicletas turísticas
 - Vestidos típicos
 - Mascaras típicas
 - Chichimecos
 - Ornamentación para parques.
 - Sendero Interpretativo

Presupuesto

Lanzamiento	\$6,000.00	+	Gastos de Publicidad y promoción del programa. Montaje y Decoración de la Feria Pueblos Vivos Patrocinios
Alquiler de Local/Feria	\$30,000.00		
Alojamiento	\$25,000.00		
Realización de Encuentros CDT	\$57,000.00		
Premios	\$109,557.60		
Total: \$227,557.60			

Proyección:

El programa Pueblos Vivos es un esfuerzo institucional del Ministerio de Turismo y CORSATUR, que busca reconocer todos aquellos municipios que por sus características representen la identidad de nuestro país tanto para nacionales como extranjeros. Estas características incluyen historia, cultura, elementos propios de la naturaleza de estos municipios, que por su singularidad y trascendencia, puedan significar un atractivo para aquellos que buscan practicar el turismo en nuestro país.

Es necesario entonces crear una nueva etapa, que sea una estrategia innovadora del Ministerio de Turismo y CORSATUR, que busca identificar y potencializar aún más aquellos municipios dentro de los Pueblos Vivos, que no solo se caractericen por sus recursos y atractivos turísticos, sino que además posean una orientación hacia el turismo a nivel de organización a través de estrategias claras para el fomento del turismo, lo cual tiene resultados tangibles en la generación de riqueza tanto a nivel local, como regional. Convirtiendo por lo menos a dos municipios Pueblos Vivos en Pueblos Encantadores.

Objetivo.

Resaltar los recursos y atractivos que posee los municipios elegidos, su legado y su desarrollo comercial, para promoverlo como un destino turístico y polo de desarrollo autosostenible.

Objetivos específicos:

- Potencializar los atractivos con que cuenta los municipios y su de singular belleza.
- Potencializar la inversión en el rubro de turismo a través de nuevas estrategias que se coordinen con las municipalidades y sus pobladores.
- Creación de un turismo local autosostenible que beneficie a los pobladores de la localidad.

Dentro de la propuesta de Pueblos Encantadores, se pretende generar inversiones de infraestructura y mejoramiento de imagen en los municipios elegidos. Para lograr los objetivos planteados, se sugiere un trabajo conjunto de la Gerencia de Turismo Interno y la Gerencia de Proyectos y demás Gerencias de CORSATUR.

Programa de desarrollo turístico de la franja costero marina.

El objetivo de este programa es el de incrementar el ingreso y el empleo que genera el sector turismo en las dos áreas de intervención definidas para este programa: La Libertad y Bahía de Jiquilisco, y en particular para determinados grupos vulnerables de la población local, generando alternativas productivas compatibles con la conservación de la biodiversidad de dichas áreas. Se detallan a continuación, datos relevantes del programa en referencia:

- Monto del Programa: US \$ 25,000,000.00 (Veinticinco millones de dólares).
- Plazo de ejecución: 5 años, de 2014 a 2018.
- Componentes del programa: se detallan en el siguiente cuadro resumen:

Componente	Descripción	Monto Asignado (Millones)	Porcentaje
Componente 1: Puesta en Valor de Atractivos Turísticos	Dirigido a poner en valor bienes públicos que permitirán incrementar la intención de visita y la estadía de los turistas en La Libertad y Usulután	US\$ 11.62	46.48%
Componente 2: Emprendimiento local	Dirigido a fomentar el emprendimiento turístico en La Libertad y Usulután, mejorar la calidad del servicio que ofrecen y distribuir de forma más equitativa los beneficios que generan en la población local.	US\$1.90	7.60%
Componente 3: Gobernanza turística	Destinado a fortalecer las capacidades de gestión turística a nivel nacional y local, y de forma articulada entre los actores en La Libertad y Usulután.	US\$3.18	12.72%
Componente 4: Gestión ambiental	Dirigido a asegurar la conservación de los recursos naturales que son la base de la actividad turística en las zonas de intervención	US\$6,53	26.12%
Administración del programa	La administración del programa incluye: - Unidad Coordinadora - Auditoría - Monitoreo y Evaluación	US\$1.77	7.08%
Total		US\$ 25.00	100%

Pueblo de Suchitoto y Lago de Suchitlán, Cuscatlán.



ANEXO I: INFORME FINANCIERO

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS 2009-2014

A continuación se presenta el comportamiento de las asignaciones y la ejecución presupuestaria correspondiente a los ejercicios de gestión comprendidos en el periodo del año 2009 al 2014; Para simplificar el análisis del Periodo de Gestión 2009 – 2014, es indispensable identificar los periodos de la siguiente manera:

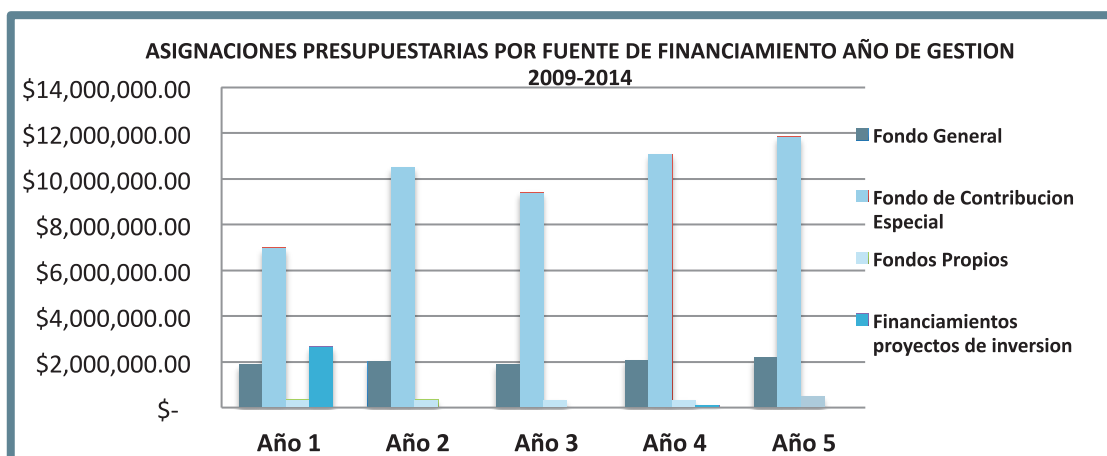
- 1)PRIMER AÑO (Junio/2009 – Mayo/2010)
- 2)SEGUNDO AÑO (Junio/2010 – Mayo/2011)
- 3)TERCER AÑO (Junio/2011 – Mayo/2012)
- 4)CUARTO AÑO (Junio/2012 – Mayo/2013)
- 5)QUINTO AÑO (Junio/2013 – Mayo/2014)

Efectuada la aclaración de identificación del párrafo anterior a continuación se presentan las asignaciones presupuestarias:

ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS POR FUENTE DE FINANCIAMIENTO POR AÑO DE GESTIÓN

Fuente de Financiamiento	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año
Fondo General	\$ 1875,673.05	\$ 2015,514.29	\$ 1889,569.18	\$ 2067,930.07	\$ 2167,391.51
Fondo de Contribución Especial	\$ 6976,682.00	\$ 10498,355.00	\$ 9389,860.00	\$ 11073,310.95	\$ 11832,612.05
Fondos Propios	\$ 357,531.21	\$ 350,103.59	\$ 307,713.82	\$ 325,389.98	\$ 492,180.70
Financiamientos Proyectos de Inversión	\$ 2662,000.00			\$ 100,000.00	
Total Asignaciones presupuestarias	11,871,886.26	\$ 12,863,972.88	\$ 11,587,143.00	\$ 13,566,631.00	\$ 14,492,184.26

Gráficamente se presentan la distribución de las asignaciones presupuestarias.



Es importante mencionar que al asumir la administración de CORSATUR, era necesario constituir una base o marco de referencia estratégico, administrativo y legal que permitiera viabilizar la ejecución de las asignaciones presupuestarias, ya que como se observa en el cuadro y grafico anterior estas cada periodo eran mayores, es decir tenían una tendencia creciente hacia el alza, por lo tanto era apremiante efectuar un ordenamiento integral de la institución.

EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA POR PERIODO DE GESTIÓN

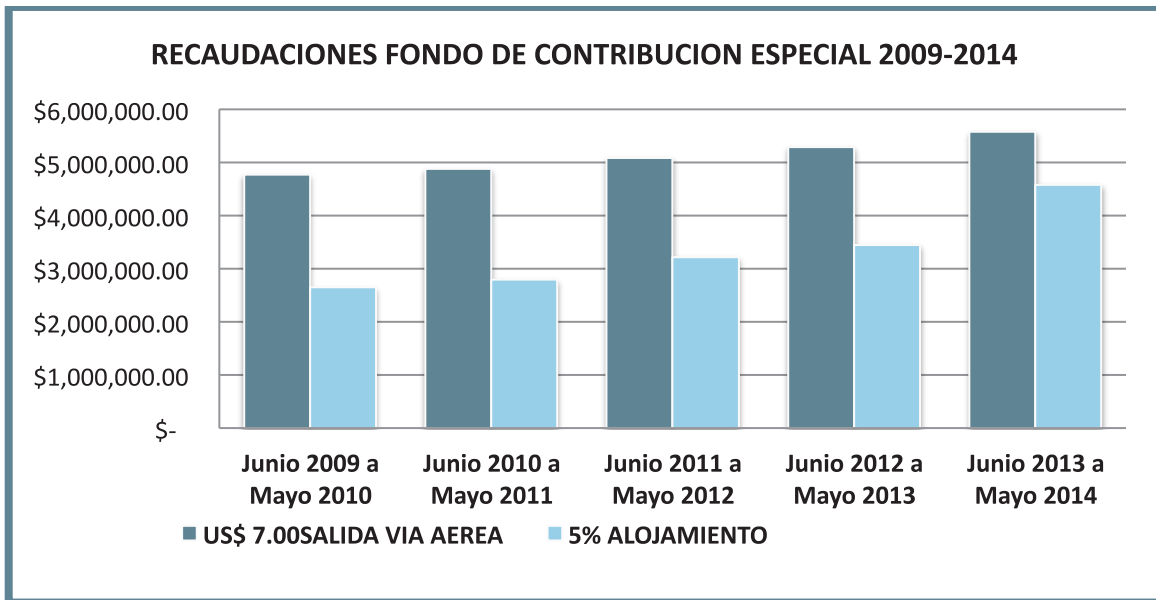
Descripción	PRIMERA AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	CUARTO AÑO	QUINTO AÑO
Presupuesto Modificado (Base Ejecución)	\$ 11871,886.26	\$ 12863,972.88	\$ 11587,143.00	\$ 13566,631.00	\$ 14492,184.26
Presupuesto Ejecutado	\$ 8175,788.48	\$ 12412,502.11	\$ 11235,762.85	\$ 12999,614.07	\$ 7015,737.42
Ejecución Presupuestaria	69%	96%	97%	96%	48%

Dado el ordenamiento integral a nivel institucional, el cual comprendió desde la modificación de la estructura administrativa, marco legal, creación de Plan Estratégico, Actualización de la Certificación de la Calidad, hasta una nueva visión integral de la Promoción y Fomento del turismo a nivel Nacional, Regional e Internacional; todo lo anterior permitió alcanzar los excelentes niveles de Ejecución Presupuestaria

RECAUDACIÓN FUENTE DE CONTRIBUCIÓN ESPECIAL 2009 – 2014 (POR AÑO DE GESTIÓN)

A continuación se presentan las recaudaciones por componente del Fondo de Contribución Especial, confirmando un incremento del 37%, considerando desde el primer año de gestión hasta el quinto periodo, según las cifras que presente el cuadro a continuación:

AÑO DE GESTION	US\$ 7.00SALIDA VIA AEREA	5% ALOJAMIENTO	TOTAL
Junio 2009 a Mayo 2010	\$ 4772,446.00	\$ 2646,967.35	\$ 7419,413.35
Junio 2010 a Mayo 2011	\$ 4880,142.02	\$ 2795,509.53	\$ 7675,651.55
Junio 2011 a Mayo 2012	\$ 5087,588.68	\$ 3221,019.93	\$ 8308,608.61
Junio 2012 a Mayo 2013	\$ 5292,269.53	\$ 3445,953.43	\$ 8738,222.96
Junio 2013 a Mayo 2014	\$ 5578,626.13	\$ 4579,322.17	\$ 10157,948.30



La ejecución del ejercicio fiscal 2013 es más baja que en años anteriores, esto se justifica en una disminución en los ingresos a través de la recaudación del Fondo de Contribución Especial (FCE), lo cual obligo a una contracción del gasto presupuestado con fondos provenientes de FCE, complementadas con medidas de austeridad y ahorro, lo cual nos permitió a fin de año un ahorro de US\$758,524.77 en el Fondo de Contribución Especial; es recomendable que se fortalezcan los mecanismos de control de recaudación fiscal de los dos componentes del fondo.

LOGROS Y ACTIVIDADES PRINCIPALES POR AÑO DE GESTIÓN.

Es de suma importancia hacer una diferenciación al analizar los niveles de Ejecución Presupuestaria de cada uno de los periodos fiscales, tal es el caso del presupuesto asignado para el ejercicio fiscal 2009 por US\$14,458,502.00, en el cual se obtuvo la ejecución más baja del periodo sujeto a análisis(2009-2014), la cual fue del 71%, en este año se dio el cambio de administración de CORSATUR, a partir del 1º de Junio/2009, tomando como dado el presupuesto mencionado, adquiriendo la nueva administración el reto de maximizar la ejecución de los recursos, mediante la revisión de los Planes Operativos(POAS) y la aplicación congruente del presupuesto al cumplimiento de los nuevos objetivos, metas institucionales y Planes de Acción (Plan Quinquenal 2009-2014) del nuevo gobierno.

Se efectuaron los ajustes respectivos en la aplicación del nuevo modelo de gestión, el cual serviría de base y estabilización para reorientar los Objetivos, Planes Estratégicos, Metas, Ordenamiento Administrativo, Potenciar la promoción Internacional y Nacional.

Así como también se fortaleció la gobernanza entre los principales actores del sector, siendo estos la empresa privada, gremiales turísticas, municipalidades y la Policía de Turismo (Politur).

- Ejercicio Fiscal 2010

Es importante mencionar que después de hacer una evaluación del funcionamiento administrativo, se concluyó que era apremiante efectuar un cambio radical en el ambiente organizacional, por lo que se efectuó e implementó una REINGENIERÍA, es decir hacer más con menos, efectuando simultáneamente una reestructuración administrativa, es decir se adaptó un nuevo organigrama, con el propósito de hacer funcional los resultados de la REINGENIERIA.

- Ejercicio Fiscal 2011

En este ejercicio fiscal, ya se habían consolidado los cambios estructurales y administrativos implementados al inicio de la nueva administración, dando los resultados esperados, ya que se obtuvo el porcentaje de ejecución más alto del periodo analizado 2009 – 2014, siendo el 98% de las asignaciones presupuestarias de las tres Fuentes de Financiamiento Aprobadas(Fondo General, Fondo de contribución Especial y Fondos Propios) para este ejercicio fiscal 2011.

- Ejercicio Fiscal 2012

Es apremiante mencionar que en este ejercicio fiscal se rompe el comportamiento ascendente de los niveles y porcentajes de ejecución presupuestaria, ya que la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (DGCG) en el ejercicio fiscal 2012, no aprobó la PROVISION de 5 proyectos de infraestructura (Gerencia de Proyectos e Inversión), que ascendían en total a US\$280,674.76; y tres proyectos de la Unidad de Tecnología e Información que ascendían a US\$33,834.10; representando un total no ejecutado de los proyectos mencionados de US\$314,508.86, equivalentes a dos puntos porcentuales menos, es decir que si se hubiera aprobado las provisiones mencionadas, se mantendría el porcentaje de ejecución del 98% del ejercicio anterior(2011).

- Ejercicio Fiscal 2013

En este ejercicio a pesar de la baja ejecución presupuestaria del 87% con relación a los ejercicios, podemos concluir que se maximizaron las asignaciones presupuestarias de las tres fuentes de financiamiento(Fondo General, Fondo de Contribución Especial y los Fondos Propios), obteniendo excelentes porcentajes de ejecución del 87% a nivel institucional, dadas las diferentes limitaciones y el no haber permitido la creación de Provisiones Financieras por parte del Ministerio de Hacienda, a través de la Dirección

General de Contabilidad Gubernamental(GDCG), . Pero se efectuaron las gestiones necesarias, permitiendo:

- Ejecutar en su totalidad los contratos de Mantenimientos, arrendamientos y otra serie de contratos cuyas cuotas vencían al cierre del mes de diciembre/2013.
- Así mismo se confirma que se cumplieron los objetivos y se superaron las metas institucionales, en materia de Promoción, Afluencia de Turistas, se potencio exitosamente el Turismo Interno (Pueblos Vivos), capacitaciones y las obras de infraestructura en aquellos municipios con excelente vocación turística.
- Se logró además un fortalecimiento administrativo, habilitando la Certificación de Calidad, Procesos de Mejora Continua, ordenamiento en las actividades y asignaciones presupuestarias de los POAS.
- Dado el comportamiento de las bajas Recaudaciones del Fondo de Contribución Especial, reportadas por el Ministerio de Hacienda, se estimó internamente que se no se cumpliría con la meta proyectada de recaudación para el ejercicio/2013, por lo que se efectuó un ajuste en las asignaciones presupuestarias, de las unidades administrativas que se financian con esta fuente de fondos, teniendo el cuidado de afectar lo menos posible la realización de aquellas actividades estratégicas contenidas en los Planes Operativos(POAS).
- La ejecución del ejercicio fiscal 2013 es más baja que en años anteriores, esto se justifica en una disminución en los ingresos a través de la recaudación del Fondo de Contribución Especial (FCE), lo cual obligo a una contracción del gasto presupuestado con fondos provenientes de FCE, complementadas con medidas de austeridad y ahorro, lo cual nos permitió a fin de año un ahorro de US\$758,524.77 en el Fondo de Contribución Especial.
- 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 gubernamental.
- Elaboración y presentación mensual de informes de Ejecución Presupuestaria, los cuales han permitido controlar de una mejor forma las asignaciones presupuestarias por fuente

de financiamiento; así como también el control y seguimiento de las actividades presentadas en los Planes Operativos (POAS) de la Corporación, lo cual ha permitido alcanzar excelentes niveles de Ejecución Presupuestaria.

- En el transcurso del periodo del 2009 al 2013, 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 de 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 efectiva 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.

- Elaboración oportuna de la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP), para la aprobación de los presupuestos en cada periodo reportado (2009 – 2014), ante la Dirección General del Presupuesto (DGP).
- 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 Modulo Presupuestario del SAFI, con la participación activa del Comité de Formulación Presupuestaria, en cumplimiento con lo requerido por la Dirección General del Presupuesto (D.G.P).
- Elaboración oportuna del registro de compromisos presupuestarios de acuerdo a las necesidades de cada una de las unidades organizativas de la institución.
- Elaboración de informes de: Ejecución Presupuestaria, Política de Ahorro y Física y Financiera del periodo reportado para seguimiento del presupuesto institucional.
- Durante el periodo reportado se gestionaron trámites de aprobación de refuerzo presupuestario, y descongelamiento de recursos ante la Dirección General del Presupuesto, los cuales fueron aprobados oportunamente.
- Durante los periodos del 2009 al 2013 se han alcanzado una aceptable ejecución presupuestaria logrando el más alto porcentaje de ejecución presupuestaria del 98%, en el ejercicio fiscal 2011.

- 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.
- 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 en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad y Parque el Boquerón para salvaguardar los recursos financieros de la Institución.
- 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.
- Coordinación efectiva con la POLITUR para la recolección de los ingresos obtenidos en el parque del Boquerón.
- Durante el periodo reportado Auditoría Interna realizo examen al área de tesorería con el objetivo de verificar el grado de cumplimiento de los procedimientos de control adoptados en el manejo de los fondos de la Institución, así como los aspectos técnicos legales, determinando que el área realiza en una forma razonable la aplicación de los diferentes procedimientos establecidos en la normativa técnica legal, ya que no se encontró ningún tipo de hallazgo en el alcance de la revisión.

Contabilidad.

- Durante el periodo reportado se realizaron 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 su análisis financiero de la información.
- Durante los periodos del 2009 al 2012, de los exámenes realizados a los diversos rubros del balance por auditorías interna y Corte de Cuentas, no se tuvieron observaciones reportables del área financiera. También se recibieron visitas mensuales de supervisión realizadas por el Ministerio de Hacienda, para evaluar el avance y cumplimiento de leyes, normas y controles contables del cual no se tuvieron observaciones reportables, obteniendo en el informe sobre los aspectos financieros una opinión limpia de los estados financieros en su conjunto; todo esto refleja un manejo transparente de los recursos institucionales con que cuenta la corporación.

• Al cierre de los ejercicios financieros fiscales del 2009 al 2012 se tramito ante la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (D.G.C.G.) la provisión de fondos de las obligaciones pendientes de pago, lográndose su aprobación por los montos solicitados.

Inversiones en Existencias.

• Durante el periodo de junio 2009 a diciembre 2013 se ha mantenido en Inversiones en Existencias un stock de material promocional, artículos de oficina y alimentación, para atender el funcionamiento de las oficinas institucionales para contribuir a la promoción del país por lo que se presenta el saldo del inventario final del período reportado así:

AÑO	2009	2010	2011	2012	2013
Productos Alimenticios Agropecuarios y Forestales	\$243.13	\$400.38	\$721.60	\$2,300.84	\$1,553.10
Productos Textiles y Vestuarios	\$5,249.30	\$2,221.46	\$3,055.39	\$3,255.52	\$2,163.81
Materiales de Oficina, Productos de Papel e Impresos	\$57,281.88	\$44,760.18	\$30,136.48	\$39,646.80	\$200,917.22
Combustibles y Productos Quimicos	\$28,752.28	\$27,974.33	\$6,708.74	\$13,046.87	\$11,690.25
Materiales de Uso y Consumo Diverso y Minerales Metalicos	\$20,652.59	\$25,371.06	\$16,114.15	\$20,948.27	\$18,170.46
Bienes de Uso y Cosumo Diverso	\$12,217.36	\$9,739.81	\$10,744.19	\$13,538.77	\$5,805.88
TOTAL	\$124,396.54	\$110,467.22	\$67,480.55	\$92,737.07	\$240,300.72

Inversiones en bienes de Uso (Bienes Inmuebles)

• En diciembre del ejercicio fiscal 2009 fue activado en los bienes institucionales la Etapa III-B que consiste en el Edificio Administrativo del puerto de La Libertad, que provenía de la provisión de fondos del ejercicio 2008 y cuyo costo fue de \$1,990,537.48 dólares.

• En noviembre del ejercicio fiscal 2010 fue activado en los bienes institucionales la Etapa II-A que consiste en el edificio de Parqueo en el Puerto de La Libertad, que provenía de la provisión de fondos del ejercicio 2009 y cuyo costo fue de \$2,457,639.77 dólares.

• En abril del ejercicio fiscal 2011 fue activado en los bienes institucionales la obra del Mejoramiento de Recorridos turísticos y el Centro de Interpretación en el Parque el Boquerón, que provenía de la provisión de fondos del ejercicio 2010 y cuyo costo fue de \$93,000.00 dólares.

- En el ejercicio fiscal 2011 con el propósito de tener cifras actualizadas del Hotel de Montaña se realizó un valúo el cual determino que el costo del terreno y la edificación en conjunto era de \$1,000,000.00 de dólares y no por el valor que se tenía registrado era de \$1,027,282.36 según valúo del año 2007.

- En mayo del ejercicio fiscal 2012 fue activada la construcción de la Caseta en forma de Barco en La Libertad cuyo costo de construcción fue de \$22,000.00 dólares, el cual mejoro la imagen en el CTPLL.

Inversiones en bienes de Uso (Bienes muebles)

- Durante el periodo de junio 2009 a diciembre 2013 se realizaron Inversiones en Bienes Muebles donde se adquirió maquinarias y equipos por valor de \$95,076.41.

- Durante el periodo de junio 2009 a diciembre 2013 se adquirió Equipo Informático por valor de \$150,987.89 dólares.

- Durante el periodo de junio 2009 a diciembre 2013 se adquirió Equipo de Transporte por valor de \$308,930.14 dólares según el siguiente detalle:

Vehiculos de Transporte			
TOYOTA Land Cruiser PRADO 2010 Diesel	22-sep-10	1	\$35,527.66
PICK-UP TOYOYA HILUX	01-ene-11	1	\$26,285.16
PICK-UP TOYOYA HILUX	01-ene-11	1	\$24,796.00
PICK-UP TOYOYA HILUX	01-ene-11	1	\$24,796.00
PICK-UP TOYOYA HILUX	01-ene-11	1	\$24,796.00
MICROBUS TOYOTA HIACE	01-ene-11	1	\$25,435.16
MICROBUS TOYOTA HIACE	01-ene-11	1	\$25,435.16
MICROBUS TOYOTA COASTER	01-ene-11	1	\$81,909.50
CAMIONETA TOYOTA FORTUNER	01-ene-11	1	\$39,949.50
TOTAL			\$308,930.14

Por otra parte también se donó Equipo de Transporte a la Policía de Turismo (POLITUR) por valor de \$214,850.96 dólares según el siguiente detalle:

Vehiculos de Transporte	
PICK-UP P/LA POLITUR	\$159,330.96
Motos Acuaticas P/POLITUR	\$55,520.00
TOTAL	\$214,850.96

- Durante el ejercicio fiscal 2009 se logró la aprobación de la provisión de fondos para desarrollar el Proyecto No.5416 denominado “Construcción de 4 Miradores Turísticos a Nivel Nacional” el cual tuvo un costo de \$57,555.82 dólares.
- Durante el ejercicio fiscal 2010 se logró la aprobación de la provisión de fondos para desarrollar el Proyecto No.4517 denominado “Mejoramiento de Calles de Acceso a Playa el Tunco, Municipio de Tamanique, La Libertad” el cual tuvo un costo de \$109,540.00 dólares.
- Durante el ejercicio fiscal 2010 también se logró la aprobación de la provisión de fondos para desarrollar el Proyecto No.5369 denominado “Construcción de 5 Observatorios Turísticos, 2010” el cual tuvo un costo de \$99,250.00 dólares.
- Durante el ejercicio fiscal 2012 inicio la ejecución del Proyecto No.5689 denominado “Mejoramiento del Muelle Artesanal del Puerto de La Libertad, en departamento de La Libertad” del cual parte de los fondos fueron provisionados para alcanzar un costo de \$76,534.86 dólares.
- Aunado a las inversiones en proyectos en el ejercicio fiscal 2013 se realizaron acciones encaminadas al mejoramiento de los servicios turísticos en el país, lo que se traducirá en una ampliación de la oferta turística a nivel nacional, también como un eje fundamental el concurso Pueblos Vivos dio como resultado un realce de la imagen del turismo a nivel nacional, del cual se deriva la ejecución de proyectos de inversión turística por concepto de entrega de premios a los municipios ganadores por la suma de US\$267,949.77 dólares, según el siguiente detalle:

Código de Identidad del Proyecto	Nombre del Proyecto	Saldo al 31 de Diciembre 2013
5965	Mejoramiento de la Imagen Urbanística de la Costa del Sol, municipio de San Pedro Masahuat, (Fase I)	\$ 29,745.51
5966	Mejoramiento de la Imagen Urbanística en el casco urbano del municipio de Salcoatitán , Departamento	\$ 52,919.57
5967	Mejoramiento de la Imagen Urbanística del municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán.	\$ 52,944.96
5968	Mejoramiento Obras de Infraestructura Turística en el parque de la familia turístico en la ciudad	\$ 42,853.30
5969	Mejoramiento Obras de Infraestructura Turística, certamen pueblos vivos 2012, Departamento de San Vicente	\$ 50,391.50
5965	Mejoramiento de la Imagen Urbanística de la Costa del Sol, municipio de San Pedro Masahuat, (Fase II)	\$ 39,094.93
Total Ejecutado al 31-12-2013		\$ 267,949.77

- Por otra parte, como fortalecimiento institucional y en vías de modernización, se han desarrollado el proyecto de la Unidad de Tecnología de la Información que mejoraran el quehacer de la Corporación, invirtiendo para ello US\$43,480.66 dólares.

Otros

- Así también cabe mencionar que durante el periodo de junio 2009 a mayo 2014 se hizo una fuerte inversión del presupuesto en Mantenimientos preventivos y correctivos a Infraestructura de la Corporación, en diferentes lugares así: en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, incluyendo las Plantas de Tratamiento del Agua y su Administración. Mantenimientos preventivos y correctivos a la Infraestructura del Parque El Boquerón, y a los Observatorios Turísticos situados a lo largo y ancho del territorio nacional, todos estos esfuerzos realizados por la Corporación enfocados con una visión social y de mejora del Turismo a nivel Nacional.

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

- Durante el periodo comprendido del 1 de junio al 31 de diciembre 2013, como parte del que hacer institucional se llevó a cabo la realización de diversos evento enfocados en el fomento y promoción del turismo en el país, del cual uno de los principales es el evento Pueblos Vivos, el cual ayuda a potenciar a los municipios participantes, mismos que se les hizo entrega de material promocional y del cual se derivan proyectos de inversión para los municipios ganadores, logrando de esta manera una inversión social que se traduce en mejora para los municipios que creen y apoyan al turismo salvadoreño.



RECURSOS		OBLIGACIONES	
FONDOS		DEUDA CORRIENTE	
DISPONIBILIDADES	\$ 188,303.65	DEPOSITOS DE TERCEROS	\$ 19,657.37
BANCOS COMERCIALES	\$ 188,298.09	DEPOSITOS AJENOS	\$ 19,657.37
FONDOS DEPOSITOS EN TESORO PUBLICO	\$ 5.56		
ANTICIPOS DE FONDOS			
ANTICIPOS A CONTRATISTAS	\$ 8,527.00		
INVERSIONES FINANCIERAS		FINANCIAMIENTO DE TERCEROS	
DEUDORES FINANCIEROS	\$ 2822,474.31	ACREEDORES FINANCIEROS	\$ 2851,927.42
CRÉDITO FISCAL	\$ 36.27	PROVISIONES POR ACREEDORES MONETARIOS	\$ 315.00
DEUDORES MONETARIOS POR PERCIBIR	\$ 2822,474.31	ACREEDORES MONETARIOS POR PAGAR	\$ 2851,612.42
INVERSIONES EN INTANGIBLES			
DERECHOS DE PROPIEDAD INTANGIBLE	\$ 159,266.27		
(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	\$ (138,685.62)		
INVERSIONES EN EXISTENCIAS		PATRIMONIO ESTATAL	
EXISTENCIAS INSTITUCIONALES	\$ 240,300.72	PATRIMONIO	\$ 14075,469.36
PRODUCTOS ALIMENTICIOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES	\$ 1,553.10	PATRIMONIO INSTITUCIONES DESCENTRALIZADAS	\$ 9024,101.65
PRODUCTOS TEXTILES Y VESTUARIOS	\$ 2,163.81	DONACIONES Y LEGADOS BIENES CORPORALES	\$ 1798,332.90
MATERIALES DE OFICINA, PRODUCTOS DE PAPEL E IMPRESOS	\$ 200,917.22	RESULTADO EJERCICIOS ANTERIORES	\$ 1436,319.65
PRODUCTOS QUÍMICOS, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	\$ 11,690.25	RESULTADO DEL EJERCICIO (AÑO 2013)	\$ (238,076.85)
MINERALES Y PRODUCTOS DERIVADOS	\$ 216.71	SUPERÁVIT POR REVALUACIÓN (DE INMUEBLES)	\$ 2054,792.01
MATERIALES DE USO Ó CONSUMO	\$ 17,953.75		
BIENES DE USO Y CONSUMO DIVERSO	\$ 5,805.88		
INVERSIONES EN BIENES DE USO			
BIENES DEPRECIABLES	\$ 10928,372.98		
BIENES INMUEBLES - EDIFICACIONES	\$ 11956,103.10		
EQ. DE TRANSPORTE, TRACCIÓN Y ELECCIÓN	\$ 469,519.45		
MAQUINARIA, EQUIPO Y MOBILIARIO DIVERSO	\$ 749,789.95		
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ (2247,039.52)		
BIENES NO DEPRECIABLES			
BIENES INMUEBLES - TERRENOS	\$ 2731,378.57		
INVERSIONES EN PROYECTOS Y PROGRAMAS			
INVERSIONES EN BIENES PRIVATIZOS	\$ 7,080.00		
COSTOS ACUMULADOS DE LA INVERSIÓN	\$ 7,080.00		
INVERSIONES EN BIENES DE USO PUBLICO			
COSTOS ACUMULADOS DE LA INVERSIÓN	\$ 267,949.77		
(-) APLICACIÓN INVERSIONES PUBLICAS	\$ (267,949.77)		
TOTAL DE RECURSOS	\$ 16,947,054.15	TOTAL DE OBLIGACIONES Y PATRIMONIO	\$ 16,947,054.15

Lic. José Napoleón Duarte Durán
Director Presidente



Lic. Rosal Gobbmi Rivas Almeydarez
Gerente Financiero



Lic. Isman Alexander Calderón Magaña
Contador General



ANEXO 2: INFORME ESTADÍSTICO

I.ARRIBOS INTERNACIONALES.

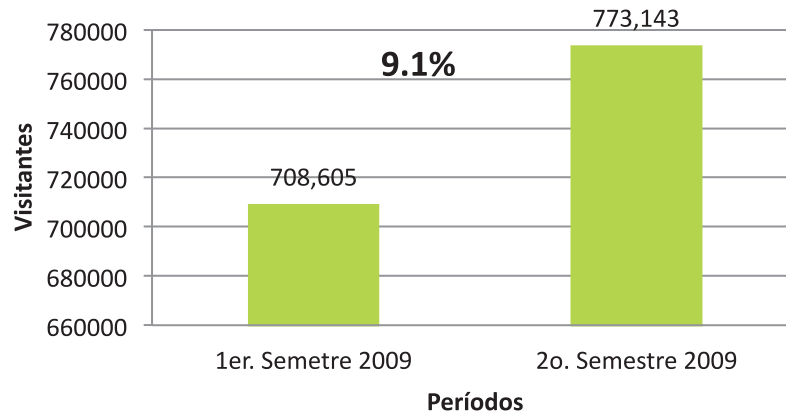
Como se recibe el turismo cuando se inicia la gestión presidencial.

Para cuando esta administración inicia su gestión, el balance Enero - Mayo 2009, mostraba un descenso arriba del 26.6% en las llegadas de visitantes internacionales (Gráfico 1). Los ingresos económicos de igual forma, mostraron una caída arriba del 43.3% (Gráfico 2)



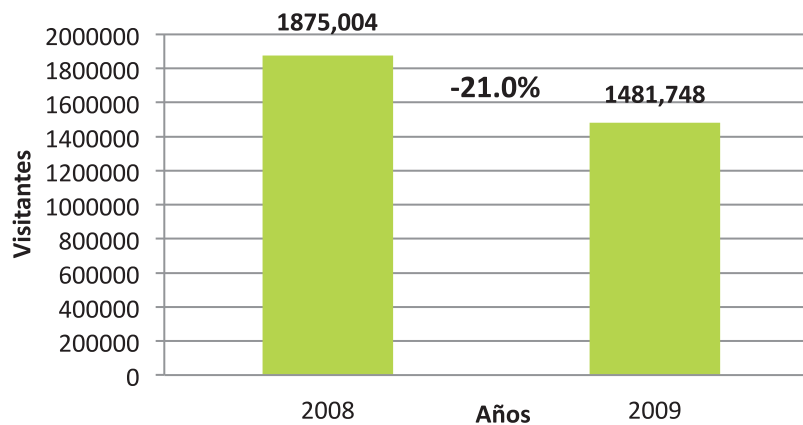
Al término del segundo semestre de 2009, la tendencia negativa que se venía observando producto de la incertidumbre económica, hace notar una tendencia a la recuperación (+9.1%), (Gráfico3). Sin embargo, no fue posible contrarrestarse más de 8 meses de una desaceleración en las llegadas, cerrando ese año con un saldo negativo del 21% (Gráfico 4), como resultado de la profundización de las cuatro crisis reportadas desde el segundo semestre de 2008 como son la crisis alimentaria mundial, crisis del petróleo, la crisis financiera e inmobiliaria y la pandemia A H1N1.

Gráfico 3: Llegada de Visitantes Internacionales 1er. Semestre 2009- 2o. Semestre 2009



Fuente: Encuesta de conteos de visitantes internacionales 2009 CORSATUR - ARALDI y datos vía aérea MIGRACION

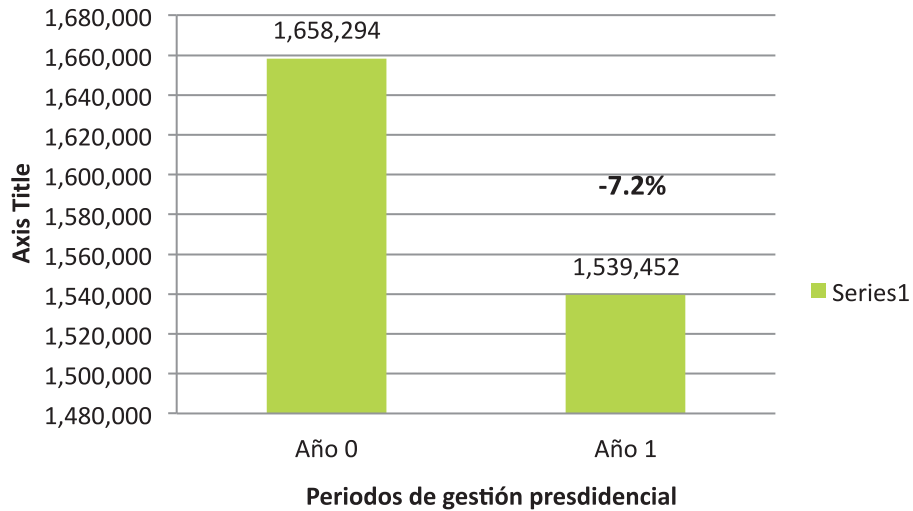
Gráfico 4: Llegada de visitantes internacionales años 2008-2009



Fuente: Encuesta de conteos de visitantes internacionales 2008-2009 CORSATUR - ARALDI y datos vía aérea MIGRACION

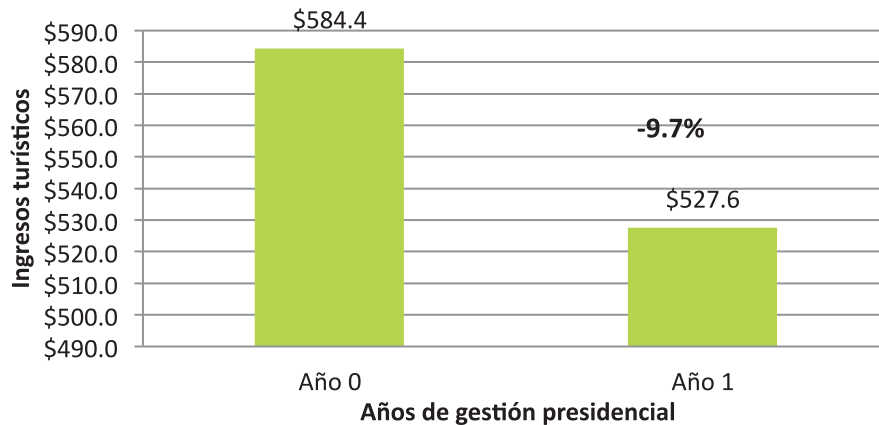
Al analizar los resultados de las llegadas de visitantes del primer año de gestión (Año I = Junio 2009 a mayo 2010) con respecto al año cero (Junio 2008 a mayo 2009), los resultados en las llegadas de visitantes internacionales decrece en 7.2%, con respecto a los ingresos estos disminuyen en 9.7%, este es el panorama con el cual se finaliza el primer año de gestión. (Gráfico 7 y 8).

Gráfico 5: Llegada de Visitantes año de gestión 0 vrs año 1



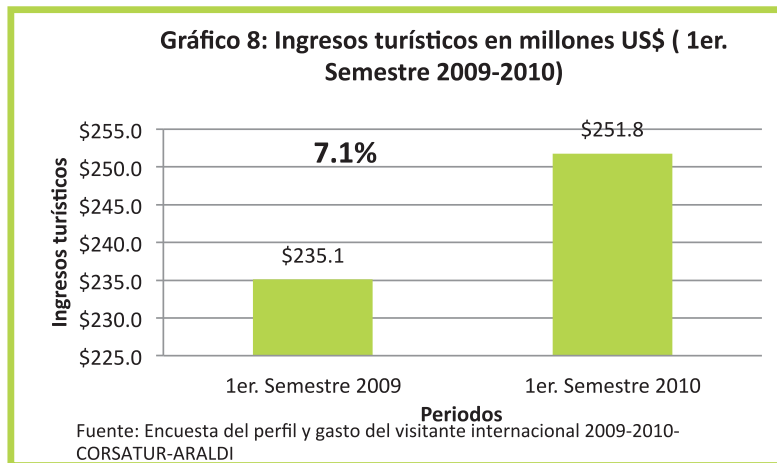
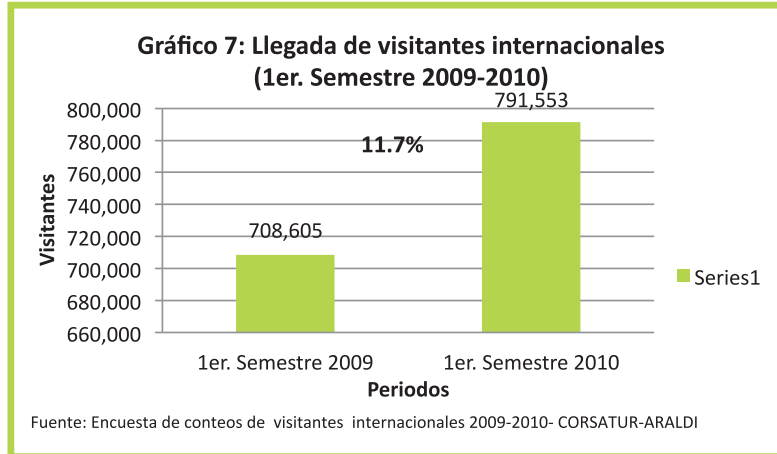
Fuente: Encuesta de conteos de visitantes internacionales 2008-2009- CORSTAUAR-ARALDI

Gráfico 6: Ingresos turísticos en millones de US\$ (Año 0 Vrs año 1)



Fuente: Encuesta del perfil y gasto del visitante internacional 2008-2009-CORSATUR-ARALDI

Los datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) de El Salvador, llevada a cabo por CORSATUR con la empresa ARALDI han dado cuenta de que al primer semestre del año 2010 han llegado 791,553 visitantes internacionales, un 11.7% más que en 2009, cifra que presenta un escenario muy optimista y alentador tras un año 2009 bastante difícil. (Gráfico 5), con respecto a los ingresos estos crecieron en 7.1%.



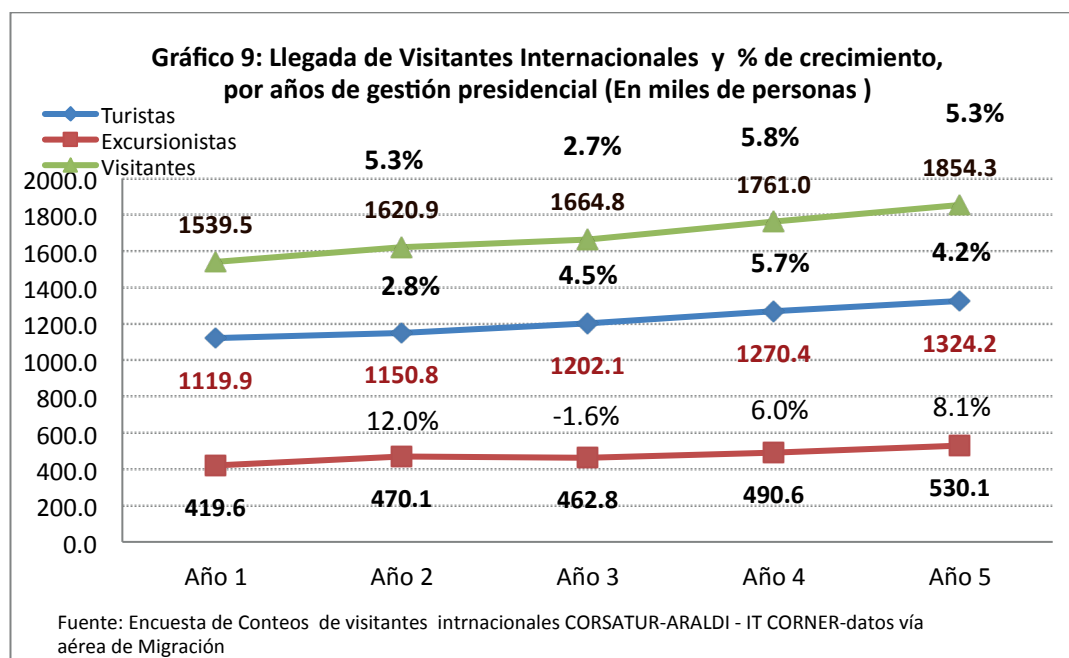
RESULTADOS DEL UNO AL QUINTO AÑO DE GESTIÓN PRESIDENCIAL

No cabe duda que el turismo internacional se ha recuperado fuertemente, tras la caída del 21,0% del año 2009, causado por la crisis financiera mundial y la recesión económica experimentada a finales del 2008 y 2009. Como resultado de las estrategias implementadas por el Ministerio de Turismo y CORSATUR, las cuales están enfocadas a la desaceleración y estabilización de las llegadas de visitantes internacionales, en el año (2) se obtuvo un crecimiento del 5,3% comparado con el año (1) y durante el año (3) los resultados obtenidos muestran que el turismo internacional se ha venido consolidando de manera responsable y constante, obteniéndose un incremento en visitantes del 2,7% con respecto al año (3), para el año (4) hubo un alza del 5.8% comparado con el año (3), y para el año 5 el crecimiento se espera que sea del 4.2% comparado con el año (4). Cerrando el quinquenio con un crecimiento del 19.1% (Años 1-5) (Gráfico 9 / Tabla 1).

³ 1/Año 1 =Junio 2009-Mayo 2010, año 2= Junio 2010-Mayo 2011, Año 3=Junio 2011-Mayo 2012, Año 4, Junio 2012 –Mayo 2013, Año 5= Junio 2013-Mayo 2014.

Tabla I: Llegada de Visitantes Internacionales por periodos de Gestión Presidencial.

Llegada de Visitantes Internacionales				
Periodos	Excursionistas	Turistas	Visitantes	Variación %
Año 2008	490,231	1384,773	1875,004	
Año 2009	390,822	1090,926	1481,748	-21.0%
Enero-Mayo 2008	253,634	560,176	813,810	
Enero-Mayo 2009	160,760	436,340	597,100	-26.6%
Junio - Diciembre 2008	236,597	824,597	1061,194	
Junio - Diciembre 2009	230,062	654,586	884,648	-16.6%
Año 1	419,562	1119,890	1539,452	
Año 2	470,093	1150,757	1620,850	5.3%
Año 3	462,770	1202,065	1664,835	2.7%
Año 4	490,564	1270,425	1760,989	5.8%
Año 5	530,099	1324,215	1854,314	5.30%
Año 1-5				20.5%



ESTACIONALIDAD EN LA LLEGADA DE VISITANTES INTERNACIONALES

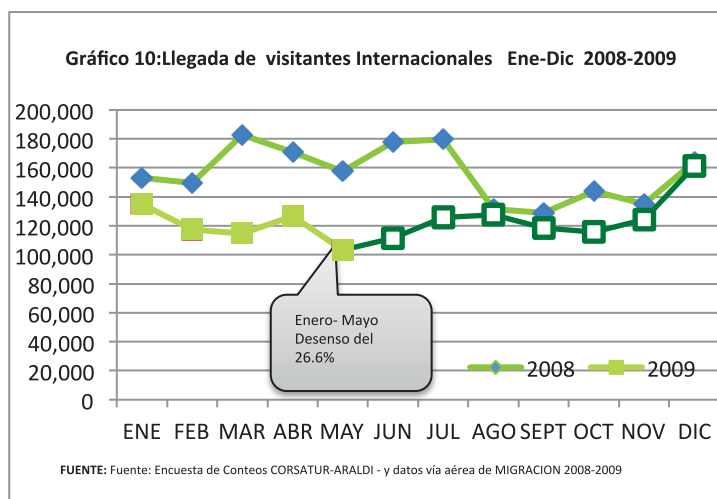
Como se recibe.

Con respecto al tema de la estacionalidad de los arribos internacionales a suelo salvadoreño Los primeros cinco meses del año 2009, es decir de Enero – Mayo, se venía experimentando un baja del 26.6%, (Tabla 2 y Gráfico 10) la temporada de Semana Santa de ese mismo año, no hizo mayor contribución para que los resultados fueran menos dramáticos.

Tabla 2: Llegada de Visitantes Internacionales.

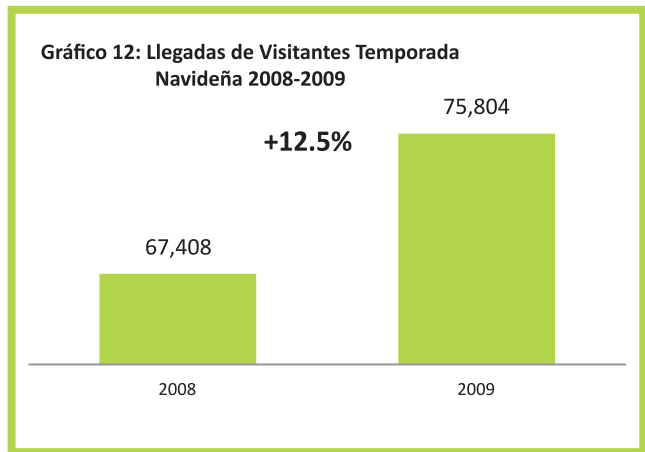
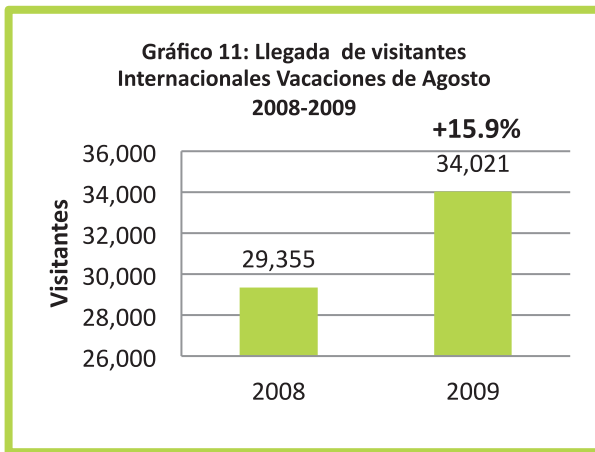
Meses	2008	2009
ENE	153,072	135,209
FEB	149,533	117,218
MAR	182,856	114,872
ABR	170,785	126,461
MAY	157,564	103,340
JUN	178,064	111,505
JUL	179,497	125,768
AGO	131,440	127,577
SEPT	128,961	118,542
OCT	143,756	115,648
NOV	135,186	124,361
DIC	164,290	161,247
TOTAL	1875,004	1481,748

FUENTE: Fuente: Encuesta de Conteos CORSATUR-ARALDI - y datos vía aérea de MIGRACION 2008-2009



Sin embargo, para la temporada de Vacaciones de Agosto de 2009 este vino a despuntar con un crecimiento importante para el período; 16% más que en el año 2008, lo que vino de alguna manera a contribuir a que en el último cuatrimestre se empezaran a ver resultados positivos después de períodos largos de descenso. (Gráfico 11).

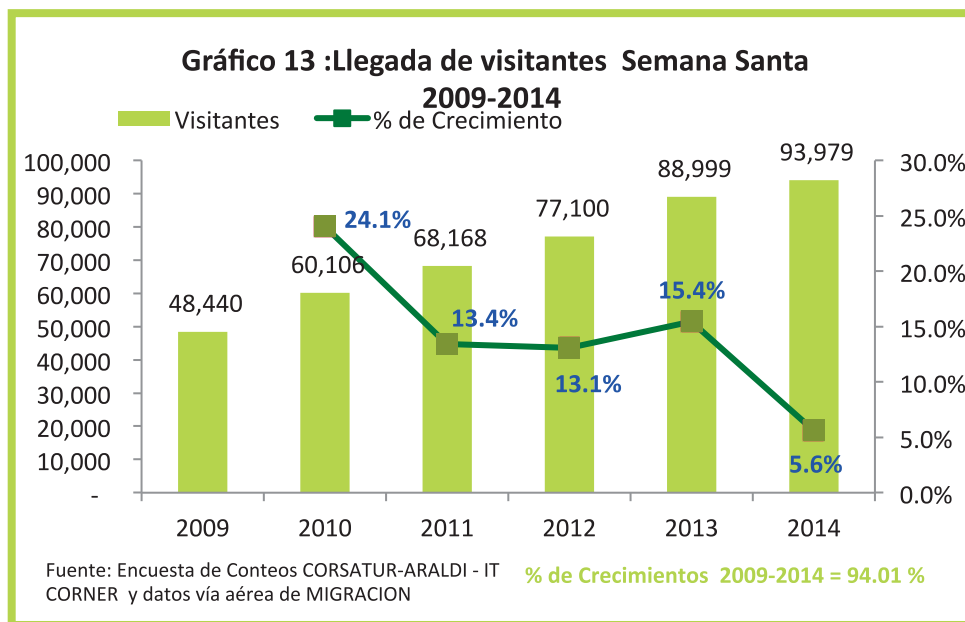
En el período navideño; se observa que de una caída de -5% en el 2008 pasó a registrar un crecimiento de 12.5% en 2009. (Gráfico 12).

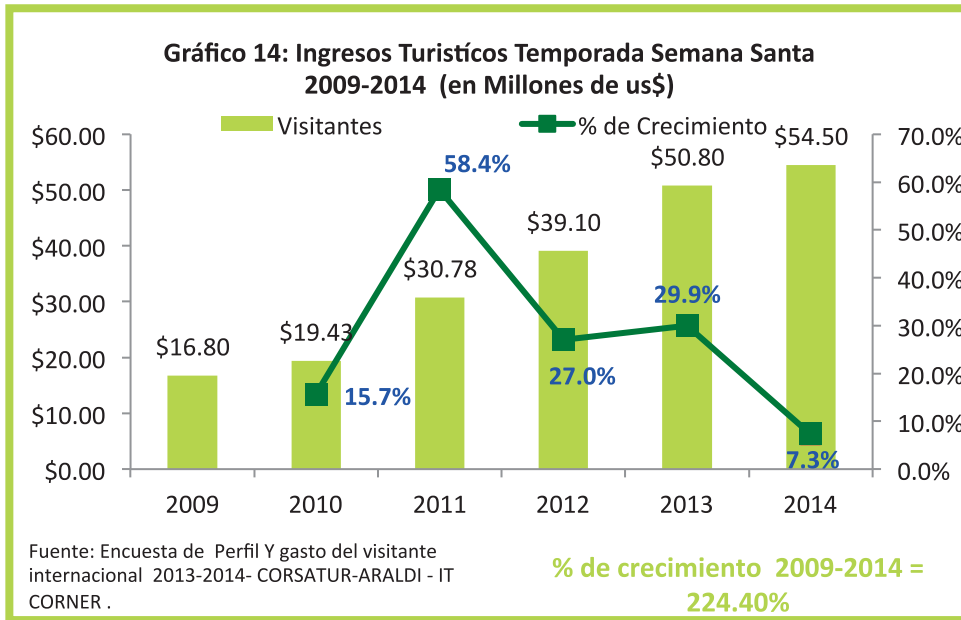


Temporadas vacacionales 2009-2014

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.

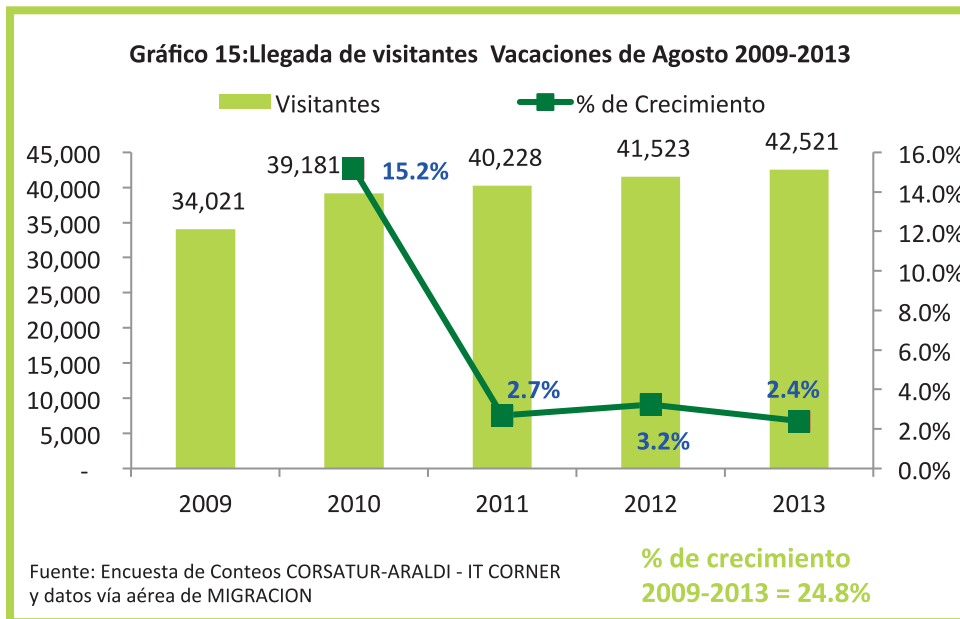
Esta temporada repunto con un crecimiento importantes del 24.1% durante el año 2010 comparado con 2009 y al comparar los años 2009 con 2014 el crecimiento es del 94.01% (Gráfico 13) con respecto a los ingresos turísticos estos crecieron en 2010 en 15.7% con respecto al 2009 y al analizar el comportamiento desde el año 2009-2014 el aumento fue del 224.40% (Gráfico 14).

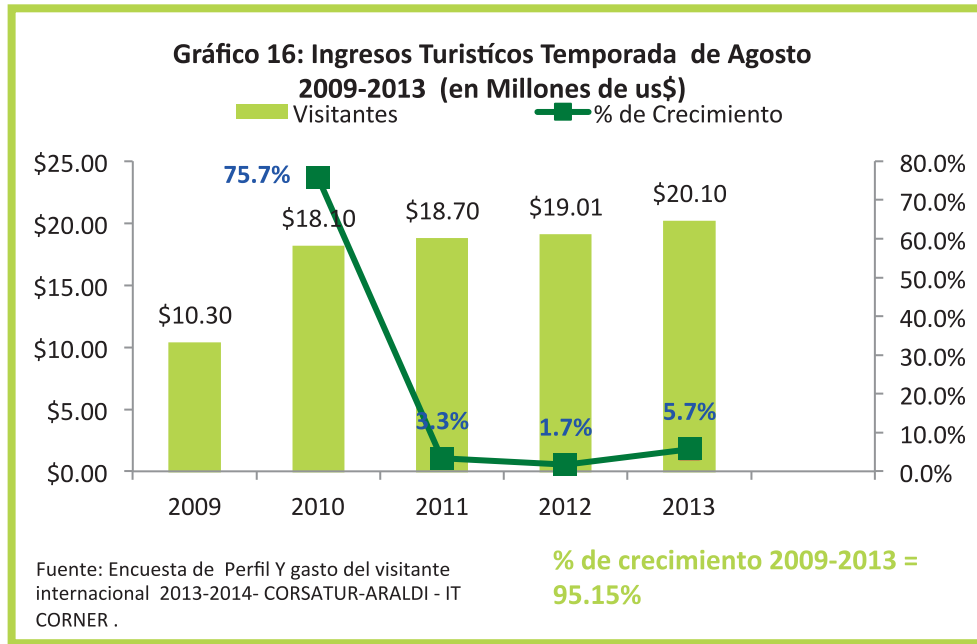




Vacaciones de agosto

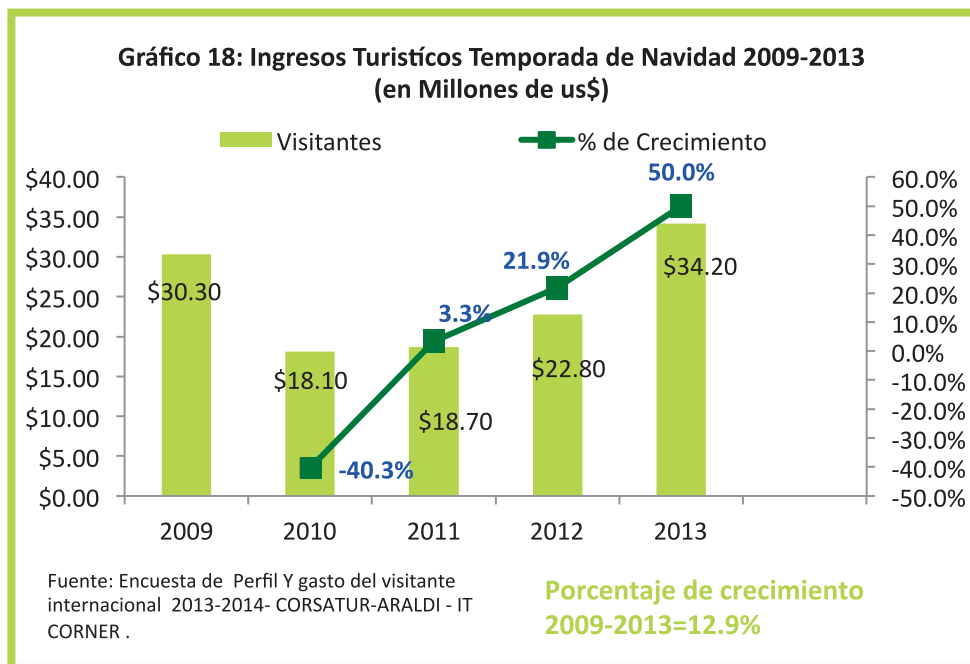
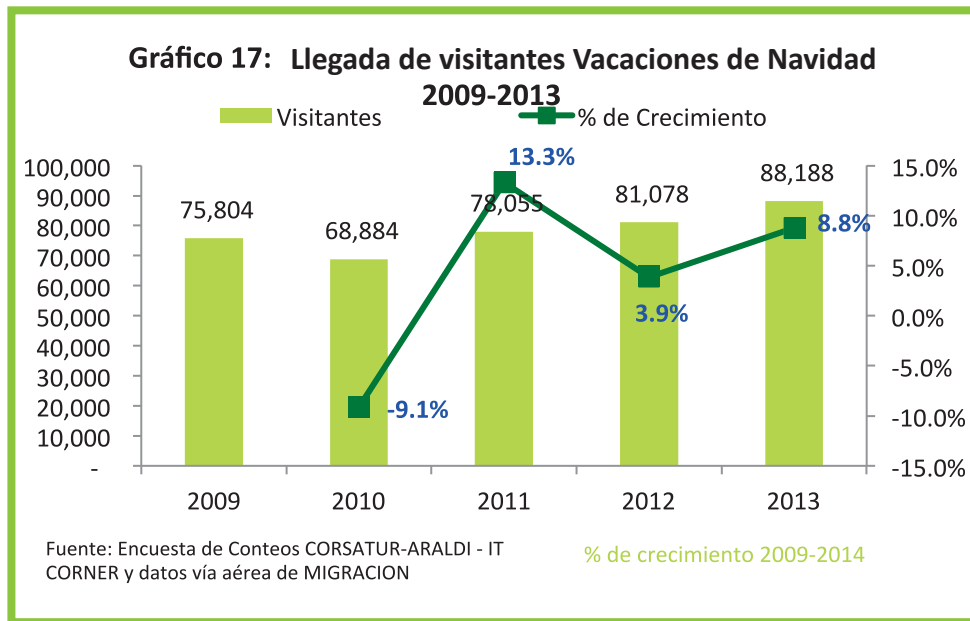
La llegada de visitantes para esta temporada representó un Crecimiento del 15.2% en el año 2010 comparado con el año 2009 y el crecimiento 2009-2013 fue del 24.8%, (Gráfico 15) los ingresos aumentaron en los mismos periodos 75.7% y 95.15% (Gráfico 16).





Temporada de vacaciones de navidad

La llegada de visitantes para esta temporada represento un decrecimiento del 9.1% en el año 2010 comparado con el año 2009 consecuencia de que por falta de recursos no se realizó publicidad para esa temporada, a partir del año 2011 los crecimientos son constantes, siendo el crecimiento del 2009-2013 del 16.3% (Gráfico 17), los ingresos crecieron en 2009-2013 en 12.9% (Grafico 18).



II. PRINCIPALES MERCADOS.

En junio de 2009 los mercados emisores del turismo mostraban una contracción bastante fuerte, debido a la crisis alimentaria mundial, crisis del petróleo, la crisis financiera e inmobiliaria y la pandemia A H1N1. De esta forma recibe esta administración el turismo, el mercado de la región de Centroamérica mostraba una disminución del 20%, Norteamérica 18%, Suramérica 48.4%, Europa el 60% y otros países con el 58.1%, todo comparado con el mismo periodo del año 2008

(Periodo comparado enero-mayo 2008 con enero-mayo 2009). Tabla 4.

Al término del segundo trimestre la reducción en la llegada de turistas fue disminuyendo paulatinamente para el caso de las regiones de Norteamérica la reducción fue del 7.7%, Suramérica 4%, Europa 19.6% etc. Tabla 4.

Tabla 3: Llegadas de turistas internacionales por principales regiones y por años de Gestión presidencial 1-5

Años	Centroamérica	Norteamérica	Sur America	Europa	Otros Países	Total
Enero-Mayo 2008	351,243	170,038	13,929	18,033	6,933	560,176
Enero-mayo2009	281,158	138,003	7,182	7,091	2,906	436,340
Junio-Diciembre 2008	538,288	252,869	13,208	14,623	5,609	824,597
Junio-diciembre 2009	392,166	233,277	12,679	11,751	4,713	654,586
Año 1	693,545	376,051	22,322	19,919	8,053	1119,890
Año 2	739,394	344,978	28,094	26,154	12,137	1150,757
Año 3	724,931	402,266	32,113	29,661	13,094	1202,065
Año 4	723,467	467,498	38,227	28,314	12,919	1270,425
Año 5	748,039	484,710	46,510	32,441	12,515	1324,215

Fuente: Fuente: Encuesta de Conteos de visitantes internacionales CORSATUR- ARALDI-IT-CORNER 2008-2014 y datos vía aérea de MIGRACION

Tabla 4: Porcentajes decrecimiento y/o decrecimiento de las llegadas de turistas por principales regiones años de gestión presidencial.

Años	Centroamérica	Norteamérica	Sur America	Europa	Otros Países	Total
Enero-Mayo 2008						
Enero-mayo 2009	-20.0%	-18.8%	-48.4%	-60.7%	-58.1%	-22.1%
Junio-Diciembre 2008						
Junio-diciembre 2009	-27.1%	-7.7%	-4.0%	-19.6%	-16.0%	-20.6%
Año 1	76.8%	61.2%	76.1%	69.5%	70.9%	71.1%
Año 2	6.6%	-8.3%	25.9%	31.3%	50.7%	2.8%
Año 3	-2.0%	16.6%	14.3%	13.4%	7.9%	4.5%
Año 4	-0.2%	16.2%	19.0%	-4.5%	-1.3%	5.7%
Año 5	3.4%	3.7%	21.7%	14.6%	-3.1%	4.2%
Años 1-5	7.9%	28.9%	108.4%	62.9%	55.4%	18.2%
Fuente: Fuente: Encuesta de Conteos de visitantes internacionales CORSATUR- ARALDI-IT-CORNER 2008-2014 y datos vía aérea de MIGRACION						

Al analizar los años de gestión presidencial se menciona, que el turismo salvadoreño está representado por cuatro regiones del mundo siendo sus principales mercados emisores en orden de importancia, Centroamérica, Norteamérica, Suramérica, Europa y otros países del mundo.

Centroamérica: Es uno de los principales mercados para El Salvador ya que durante el quinto año de gestión su participación fue del 56.5 % del total de llegadas de turistas, cabe destacar que la mayoría de turistas proceden del país de Guatemala, Honduras y Nicaragua, esta región ha tenido un crecimiento del 1-5 del 7.9% (Tabla 5, Gráfico 19 y 20).

Norteamérica: Esta región mantiene el segundo lugar de participación dentro del mercado 36.6%, su crecimiento es notorio pues durante los años 1-5 de gestión su crecimiento es del 28.9%, cabe destacar que la mayor parte de los turistas provienen de Estados Unidos y Canadá (Tabla 5, Gráfico 19 y 20).

Suramérica: Su participación es del 3.5% y su crecimiento durante los años 1-5 fue de 108.4%, la mayoría de turistas procedentes de esta región son de Colombia, Perú y Brasil. (Tabla 5, Gráfico 19 y 20).

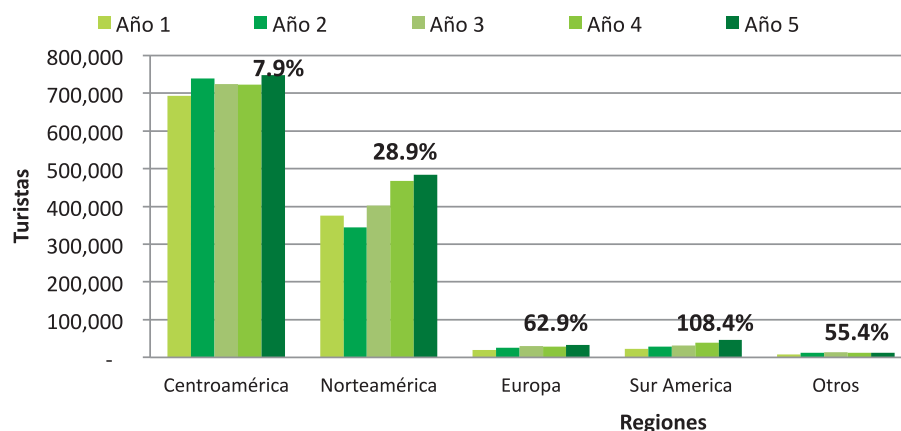
Europa su participación es del 2.4%, la mayoría de turistas son procedentes de España, Alemania, Francia e Italia. El crecimiento de los años 1-5 fue de 62.9% ((Tabla 4, Gráfico 19 y 20).

Resto del Mundo participación es del 1%, esta región está representada por Caribe, África, Asia Oriental y Meridional y Oceanía. El crecimiento fue de 55.4% en los años 1-5 (Tabla 5, Gráfico 19 y 20)

Tabla 5: Llegadas de turistas internacionales por países de residencia años del 1 al 5 de Gestión Presidencial.

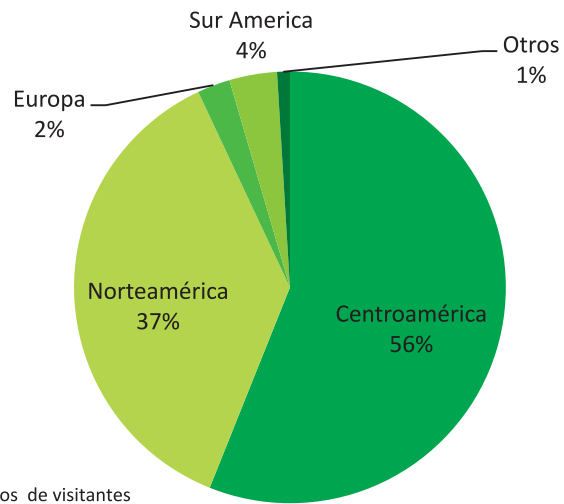
PAIS/MES	Años de gestión presidencial					Variación absoluta Año1 Vrs Año 5	Variación relativa % Año 1 Vrs Año 5	Participación acumulada %	
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5			Año 4	Año 5
CENTRO AMERICA	693,545	739,394	724,931	723,467	748,039	54,494	7.9%		
Guatemala	489,130	523,481	519,772	526,992	490,223	1,093	0.2%	41.5%	37.0%
Honduras	135,084	140,424	133,367	133,041	180,544	45,460	33.7%	10.5%	13.6%
Nicaragua	39,191	44,938	38,025	28,026	34,257	-4,934	-12.6%	2.2%	2.6%
Costa Rica	18,618	18,327	20,685	21,151	26,851	8,233	44.2%	1.7%	2.0%
Otros Centroamérica	11,522	12,224	13,083	14,256	16,164	4,642	40.3%	1.1%	1.2%
NORTE AMERICA	376,051	344,978	402,266	467,498	484,710	108,659	28.9%	36.8%	36.6%
Estados Unidos de América	332,289	303,937	356,686	415,980	422,026	89,737	27.0%	32.7%	31.9%
México	18,152	17,892	17,664	19,811	29,981	11,829	65.2%	1.6%	2.3%
Canadá	25,610	23,149	27,915	31,707	32,703	7,093	27.7%	2.5%	2.5%
SUR AMERICA	22,322	28,094	32,113	38,227	46,510	24,188	108.4%	3.0%	3.5%
Argentina	2,522	3,081	3,236	2,755	3,470	948	37.6%	0.2%	0.3%
Brasil	4,203	4,110	4,833	4,179	5,210	1,007	24.0%	0.3%	0.4%
Colombia	6,311	10,802	12,333	16,197	17,386	11,075	175.5%	1.3%	1.3%
Chile	1,974	2,080	1,899	1,754	1,668	-306	-15.5%	0.1%	0.1%
Ecuador	1,070	1,341	1,763	3,019	3,914	2,844	265.8%	0.2%	0.3%
Perú	2,011	3,090	4,202	5,908	8,815	6,804	338.3%	0.5%	0.7%
Otros Suramérica	3,779	3,559	3,848	4,415	6,048	2,269	60.0%	0.3%	0.5%
CARIBE	2,475	2,958	2,703	3,823	4,490	2,015	81.4%	0.3%	0.3%
EUROPA	19,919	26,154	29,661	28,314	32,441	12,522	62.9%	2.2%	2.4%
Alemania	1,961	3,763	3,764	4,876	4,668	2,707	138.0%	0.4%	0.4%
España	5,555	7,710	9,639	8,762	8,189	2,634	47.4%	0.7%	0.6%
Francia	1,751	2,037	2,976	3,052	3,318	1,567	89.5%	0.2%	0.3%
Italia	2,720	3,912	4,123	3,607	3,664	944	34.7%	0.3%	0.3%
Reino Unido	1,013	1,257	1,717	1,871	2,117	1,104	109.0%	0.1%	0.2%
Suecia	990	232	86	73	988	-2	-0.2%	0.0%	0.1%
Suiza	591	708	898	1,039	1,175	584	98.7%	0.1%	0.1%
República Checa	693	886	896	884	101	-592	-85.4%	0.1%	0.0%
Otros Europa	4,645	5,649	5,560	4,149	8,221	3,576	77.0%	0.3%	0.6%
AFRICA	84	297	635	961	671	587	698.6%	0.1%	0.1%
ASIA ORIENTAL Y MERIDIONAL	3,635	6,720	6,832	5,798	5,080	1,445	39.8%	0.5%	0.4%
OCEANIA	1,859	2,162	2,925	2,338	2,274	415	22.3%	0.2%	0.2%
TOTAL	1,119,890	1,150,757	1,202,065	1,270,425	1,324,215	204,325	18.2%	100.0%	100.0%

Gráfico 19: Llegadas de turistas internacionales por principales regiones y (%) de crecimiento, por años de gestión presidencial



Fuente: Encuesta de Conteos visitantes internacionales CORSATUR-ARALDI - IT CORNER 2009-2014 y datos vía aérea de MIGRACION

Gráfico 20: Cuotas de mercado, año 5 de gestión presidencial



Fuente: Encuesta de Conteos de visitantes internacionales CORSATUR- IT CORNER 2013-2014y datos vía aérea de MIGRACION



INGRESOS TURÍSTICOS.

Al comparar el año uno de gestión presidencial con el año cinco el incremento obtenido en concepto de ingresos turísticos fue del 89.8% (Tabla 6, Gráfica No. 21).

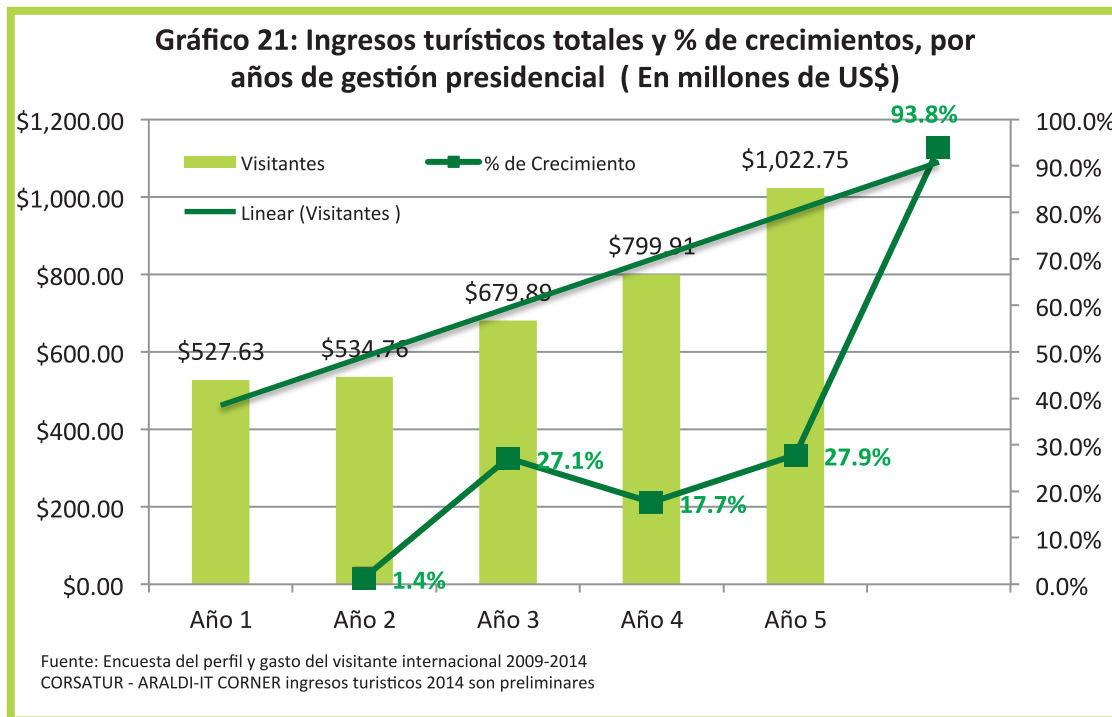
Tabla 6: Ingresos turísticos por año de Gestión Presidencial 1-5 en Millones de US \$

Años	Excursionistas en Millones de US\$	Turistas en Millones de US\$	Visitantes en Millones de US\$	Variación relativa (%)
Ene-Mayo 2008	\$13.21	\$332.06	\$345.27	
Ene-Mayo 2009	\$5.56	\$190.25	\$195.81	-43.3%
Junio-Dic 2008	\$9.07	\$379.54	\$388.61	
Junio-Dic 2009	\$7.5	\$313	\$320.8	-17.4%
Año 1	\$14.29	\$513.34	\$527.63	
año 2	\$19.39	\$515.37	\$534.76	1.4%
Año 3	\$19.77	\$660.12	\$679.89	27.1%
Año 4	\$20.69	\$779.22	\$799.91	17.7%
Año 5	\$28.89	\$993.86	\$1,022.75	27.9%

Año 1-5 Crecimientos.

93.8%

Fuente: Fuente: Encuesta del Perfil y Gasto del Visitantes Internacional 2009-2014 CORSATUR-ARALDI-IT CORNER- ingresos turísticos 2014 son preliminares



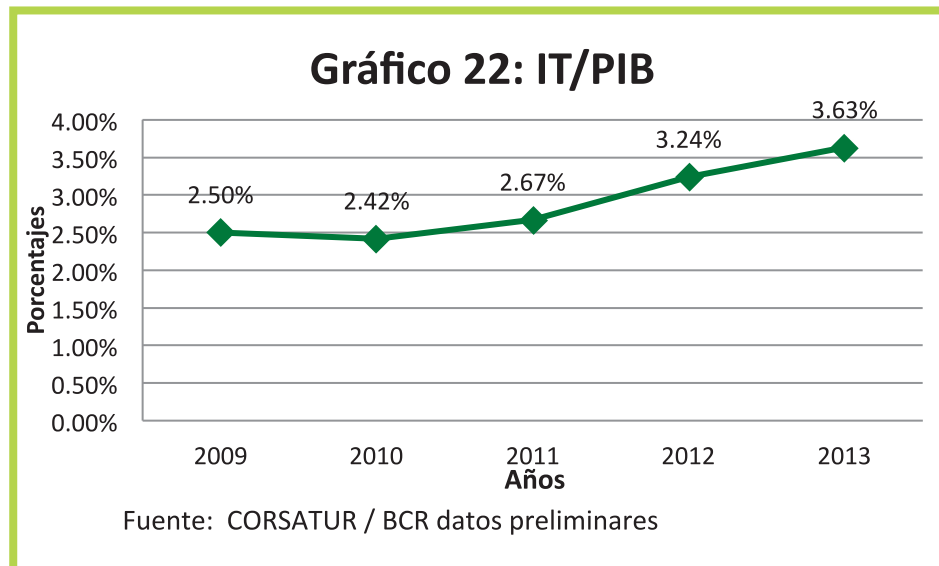
Contribución del Ingreso turístico en el PIB

Los ingresos turísticos percibidos durante el año 2009 fueron de \$516.6 millones de dólares, esto representa una contribución en el PIB del 2.5 % al año 2012 paso a 3.20% y al tercer trimestre 2013, este es de 3.6%, logro importe de esta Gestión. (Tabla 7, Gráfico 22).

Tabla 7: Ingresos Turísticos en el PIB

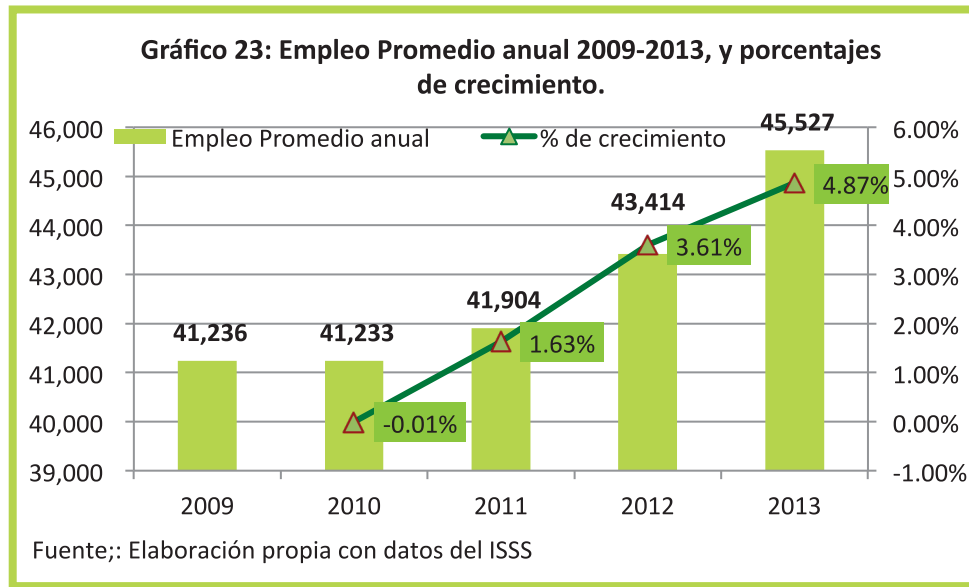
Años	PIB	Ingreso Turístico	IT/PIB
	en millones de US\$	en millones US\$	
2009	20,661.00	516.6	2.50%
2010	21,427.90	518.02	2.40%
2011	23,054.10	615.1	2.70%
2012	23,831.50	771.55	3.20%
2013	24,619.6	893.84	3.6%

Fuente: CORSATUR / BCR datos preliminares



Empleo en las actividades turísticas.

Con respecto al empleo promedio generado en las actividades turísticas 2009-2013 este experimenta un crecimiento del 10.41 % con respecto al año 2009. (Gráfico 23)

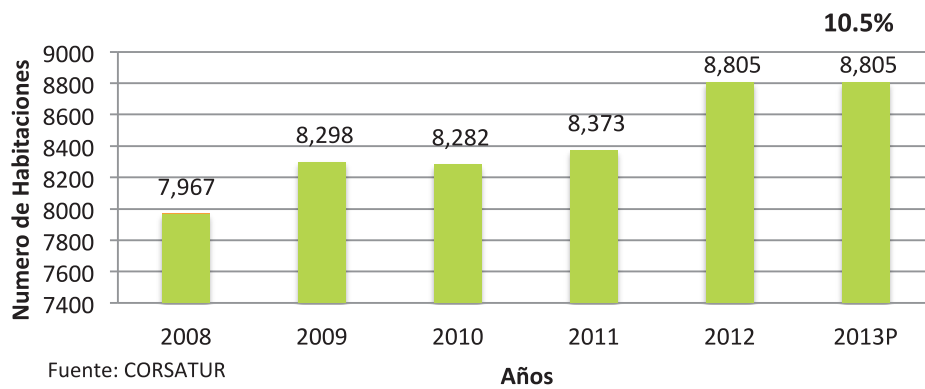
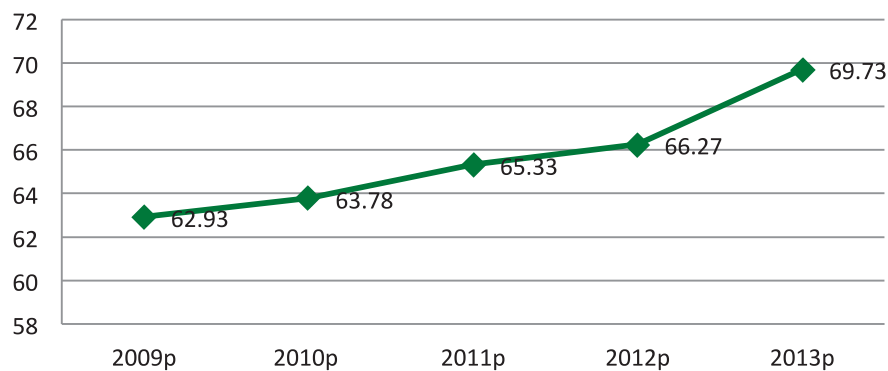


Oferta y ocupación Hotelera

Según cifras procedentes de investigaciones realizadas por CORSATUR, en la ciudad de San Salvador, La ocupación hotelera en el Gran San Salvador paso del 65.38% en el año 2009 al 69.73% en el año 2013, lográndose un incremento del 6.8 puntos porcentuales. (Gráfico 25)

Dicho resultado muestra la confianza del sector empresarial en asumir el riesgo en la inversión, lo cual conlleva un aporte en la generación de empleo, que a diferencia del resultado global, se observó un aumento del empleo de 3.6% para el sector hotelero en diciembre 2013 comparado con el mismo periodo del año 2012

En términos de número de habitaciones el sector hotelero creció su oferta en 10.5%; esto significó aperturar más de 838 habitaciones más que en el 2008. (Gráfico 24)

Gráfico 24: Número de Habitaciones de Hoteles 2009-2013p**Gráfico 25: % promedio de ocupación hotelera del grán San Salvador 2009-2013**

*Porcentaje de Ocupación Hotelera se refiere al Gran San Salvador- Enero- Agosto 2012 - enero- junio 2013 y mayo 2014 -son estimados. Fuente: Data Tur El Salvador

Encuesta de 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.

En el año 2013 un total de 6, 704,528 salvadoreños realizaron turismo interno en el Salvador, representando un 60% de incremento con respecto al año 2012 y los ingresos fueron de US\$107236,399. Con un aumento del 47.9% con respecto al año 2012

(Tabla 8).

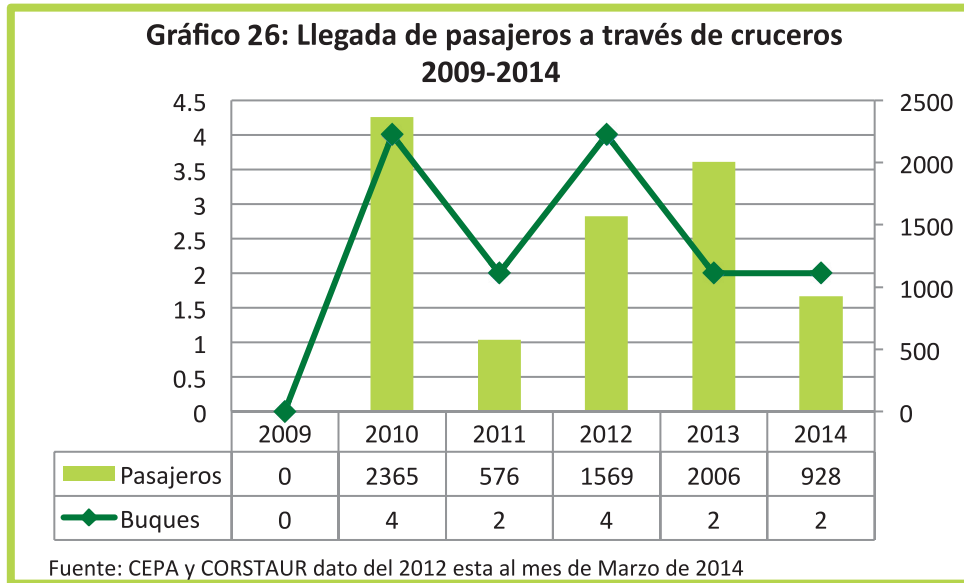
Tabla 8: Principales indicadores de turismo interno 2011-2013

PRINCIPALES INDICADORES DE TURISMO INTERNO					
	Años			Variación Relativa (%)	
	2011	2012	2013	2011-2012	2012-2013
Condición del visitante					
Visitante	4050,907	4191,594	6704,528	3.5%	60.0%
Turista	1045,760	1080,178	1245,420	3.3%	15.3%
Excursionista	3005,147	3111,416	5459,108	3.5%	75.5%
Ingresos	60620,653	72517,253	107236,399	19.6%	47.9%
Turista	22795,913	30291,322	37473,851	32.9%	23.7%
Excursionista	37824,740	42225,931	69762,548	11.6%	65.2%
Ingresos turismo Emisor	30468,531	27152,061	20683,927	-10.9%	-23.8%

Fuente: DIGESTYC-CORSATUR 2011-2013 datos preliminares

I.1.Cruceros.

El Salvador, durante los años 2009-2014 ha recibido un total de catorce cruceros con un acumulado de 7,744 pasajeros, cuya procedencia es principalmente de países europeos, lo que demuestra la confianza del sector en la atracción de nuevos productos. En 2009 no se percibió llegadas a través de cruceros. (Gráfico 26)



Catedral Metropolitana de San Salvador.





Corporación Salvadoreña de Turismo

Edificio Carbonel #1. Colonia Roma. Alameda Doctor Manuel Enrique Araujo
y Pasaje Carbonel, San Salvador, El Salvador.

Teléfonos: (503)2243-7835, (503)2241-3200 Fax:(503)2223-6120

www.mitur.gob.sv / www.elsalvador.travel

