

## MARCO LEGAL

La Corporación Salvadoreña de Turismo tiene por finalidad el desarrollo del sector turismo a través de acciones tales como la promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero, y otras que más adelante se detallan que también requieren la participación de CORSATUR como medio para alcanzar la finalidad antes referida, misma que se encuentra inmersa en el Plan Operativo Anual, que rige el actuar institucional.

### **Acerca de la finalidad de CORSATUR: Art. 2 ley de creación de CORSATUR**

La Corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;
- b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. Como actividad complementaria a dicho registro, la Corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las Empresas Turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema.
- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que prestan. Además realizar todas aquellas actividades que considere necesarias para promover el turismo nacional.
- d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país;
- e) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El Reglamento de esta Ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

Por otra parte, el Artículo 24 de la citada Ley, establece que CORSATUR está facultada para participar en la organización directa de eventos deportivos o artísticos, congresos, espectáculos y toda clase de actos que contribuyan al incremento de la industria turística.

**Acerca de la finalidad de la Secretaría de Estado en materia de Turismo y su vinculación con CORSATUR:**

Conforme al Artículo 8 de la Ley de CORSATUR, el cargo de Director Presidente de la Junta Directiva de esa Institución recae en el Titular de la Secretaría de Estado en materia de Turismo. En tal sentido, en las misiones oficiales, el Director Presidente comparece en la doble calidad antes mencionada, Art. 45 del Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo.

Siempre dentro de este marco legal, el Artículo 45-B establece en su numeral 8, que compete a la Secretaría de Estado en materia de Turismo el realizar congresos, conferencias, cursos, exposiciones, ferias y concursos referentes a su especialidad y promoción y estímulo de su realización; y en su numeral 10, establece que es competencia de dicha Secretaría la representación nacional en foros, eventos, congresos y demás actividades vinculadas con la promoción del turismo.

**Otros actores de la actividad turística:**

En los Planes Operativos de CORSATUR se encuentran acciones que implican la participación de actores de la actividad turística en nuestro país, como es el caso de la empresa privada, de funcionarios y empleados de otras Instituciones del Estado, como co expositor y soporte técnico, contribuyendo al esfuerzo de promoción de El Salvador como destino turístico y comercialización de los diversos productos y atractivos de El Salvador en cada uno de los destinos y segmentos en que se realizan los eventos internacionales. Se destaca el hecho que, en el sector turismo, la empresa privada es la encargada de generar negocios y traer turistas a nuestro país por medio de la realización de contactos con mayoristas o consumidores finales que asisten a eventos internacionales.

Entre los eventos internacionales, en los que CORSATUR necesita participar, están:

- a) Representación del país ante la Organización Mundo Maya (OMM) y la Asociación de Destinos de Cruceros del Caribe (ACCD).
- b) Plan de Ferias Internacionales
- c) Viajes de familiarización y prensa.
- d) Eventos regionales e internacionales estratégicos de la promoción de El Salvador como parte integrante de la oferta turística centroamericana.
- e) Foros.

LISTADO

Nombre de la Misión SURF EXPO Fecha: 12 - 14 de enero	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Posicionar nuestro destino entre las primeras 10 elecciones en el grupo objetivo al cuál va dirigida la feria, incentivando la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como destino de calidad mundial en surf, por contar con olas de calidad mundial y la capacidad de albergar eventos mundiales.</li> <li>2. Atraer inversionistas, campeonatos y surfistas profesionales a El Salvador.</li> <li>3. Apoyar a la empresa privada en la generación de contactos y negocios.</li> <li>4. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>5. Promocionar para eventos venideros la importancia y diferenciación exclusiva de las olas que alberga El Salvador como destino de surf en el mundo.</li> <li>6. Generar posicionamiento entre el consumidor final del segmento surf, incentivando su visita a El Salvador en productos específicos de nuestro destino.</li> </ol>
<b>Destino</b>	ORLANDO, FLORIDA.
<b>Número de delegados</b>	<p>2 DELEGADOS: LIC. MARTHA MORALES, GERENTE DE PROYECTOS E INVERSION LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS</p>
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$2099.25
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$630.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	<p>2 EMPRESAS: EPIC TOURS HOTEL DECAMERON</p>
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$1575.62
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Fortalecimiento a la promoción del producto SOL Y PLAYA, cómo también al turismo deportivo, más puntual SURF.</li> </ul>

<b>Nombre de la Misión VAKANTIEBEURS</b>	
<b>Fecha: 11-15 de enero</b>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar nuestro destino entre los consumidores finales y mayoristas, que nuestro país ya cuenta con una conectividad directa y reforzada con doble frecuencia, así como oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada salvadoreña concretando negocios, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino de calidad, adecuado en su oferta al tipo de mercado que busca productos específicos y lo mejor que a una corta distancia.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Reposicionar entre el consumidor final el concepto de de nuestro destino, de los vuelos directos y de las nuevas frecuencias, incentivando su visita a El Salvador ya que los precios son más competitivos y las frecuencias más adecuadas.</li> <li>6. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como parte de sus destinos dentro de su oferta turística.</li> </ol>
<b>Destino</b>	PAÍSES BAJOS.
<b>Número de delegados</b>	2 DELEGADOS: LIC. ROLANDO CASAMALHUAPA, TECNICO EN PROMOCION Y PUBLICIDAD SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$3256.32
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$3490.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	3 EMPRESAS: EPIC TOURS TOUR DEL PACIFICO BACER
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$4,769.98
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Fortalecimiento a la promoción del puente de Iberia a través de Madrid. Reconociendo que Holanda es uno de los mercados de mayor crecimiento en Europa.</li> </ul>

<b>Nombre de la Misión</b> FITUR <b>Fecha:</b> 18 - 22 de enero	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar nuestro destino entre los consumidores finales como mayoristas que nuestro país ya cuenta con una conectividad directa, oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino de calidad, rico en flora y fauna, descendiente de cultura maya, y capacidad hotelera de primera categoría tanto en ciudad como en playa.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Generar posicionamiento entre el consumidor final con el concepto de lo que contamos y de los vuelos directos, incentivando su visita a El Salvador en productos específicos a nuestro destino.</li> <li>6. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como destino en su oferta turística.</li> </ol>
<b>Destino</b>	MADRID, ESPAÑA.
<b>Número de delegados</b>	6 DELEGADOS: LIC. JOSÉ NAPOLEÓN DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO DE TURISMO LICDA. CAROLINA CERNA, GERENTE DE MERCADEO LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS LIC. ROLANDO CASAMALHUAPA, TECNICO EN PROMOCION Y PUBLICIDAD SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$4662.79
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$8765.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	8 EMPRESAS: NETWORK TOURS BACER TURIBUS EPIC TOURS SALVADOREAN TOURS AVITOURS HOTEL DECAMERON TOUR DEL PACIFICO
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$5,882.40

<p><b>Logros</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivo a la promoción y aprovechamiento al fortalecimiento del puente aéreo a través de Iberia a El Salvador.</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Reuniones con grandes mayoristas españoles interesados en El Salvador como destino.</li> <li>• Establecimiento de acuerdos importantes para El Salvador.</li> <li>• Aprovechamiento de promoción de Centroamerica como multidesino.</li> </ul>
----------------------	--

<p><b>Nombre de la Misión</b> WORLD ROUTES <b>Fecha:</b> 19 – 21 de febrero</p>	
<p><b>Objetivo</b></p>	<p>GENERAL: Posicionar a nuestro destino entre los ejecutivos y directores de las diversas aerolíneas asistentes a la feria, puesto que el aeropuerto de nuestro país cuenta con excelentes estándares de seguridad y elementos técnicos que lo convierten en uno de los mejores aeropuertos de la región centroamericana.</p> <p>ESPECIFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incrementar el número de aerolíneas que eligen a El Salvador como destino comercial, igualmente permitiéndonos posicionar al país a través de oferta turística.</li> <li>2. Proponer una escala aérea diferente ya que somos un país pequeño y estamos ubicados en el centro de América, por lo que podemos recibir vuelos que hagan escala por la noche en El Salvador, beneficiando con ello a la industria hotelera y permitiendo así conexiones con otros destinos de América y Europa.</li> <li>3. Dar seguimiento a las reuniones que ya se han iniciado con diferentes aerolíneas.</li> </ol>
<p><b>Destino</b></p>	<p>NASSAU, BAHAMAS.</p>
<p><b>Número de delegados</b></p>	<p>4 DELEGADOS: LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LIC. ROLANDO CASAMALHUAPA, TECNICO EN PROMOCION Y PUBLICIDAD ING. YICSI RODRIGUEZ, GERENTE GENERAL DE AEROPUERTOS (CEPA) ING. ROGER MENENDEZ, DIRECTOR EJECUTIVO (AVIACION CIVIL)</p>
<p><b>Monto invertido en concepto de pasajes</b></p>	<p>\$4915.78</p>
<p><b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b></p>	<p>\$2730.00</p>
<p><b>Empresas privadas participantes</b></p>	<p>N/A</p>
<p><b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b></p>	<p>N/A</p>
<p><b>Logros</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a la información técnica y veraz de beneficio para incentivar la capacidad de selección de El Salvador como</li> </ul>

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

	<p>nuevo destino para aerolíneas que aun no aterrizan en nuestro aeropuerto o aquellas que desean crear nuevas conexiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento a la promoción turística de El Salvador como Destino para nuevas aerolíneas</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Búsqueda de nuevas aerolíneas para que inicien operaciones en El Salvador.</li> </ul>
--	---

<p><b>Nombre de la Misión</b> VITRINA TURISTICA DE ANATO  <b>Fecha:</b> 29 de febrero – 02 de marzo</p>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar nuestro destino entre los consumidores finales y mayoristas, que nuestro país ya cuenta con una conectividad directa y reforzada con doble frecuencia, así como oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada salvadoreña concretando negocios, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino de calidad, adecuado en su oferta al tipo de mercado que busca productos específicos y lo mejor que a una corta distancia.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Reposicionar entre el consumidor final el concepto de de nuestro destino, de los vuelos directos y de las nuevas frecuencias, incentivando su visita a El Salvador ya que los precios son más competitivos y las frecuencias más adecuadas.</li> <li>6. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como parte de sus destinos dentro de su oferta turística.</li> </ol>
<b>Destino</b>	BOGOTÁ, COLOMBIA.
<b>Número de delegados</b>	<p>6 DELEGADOS:                  LIC. JOSE NAPOLEON DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO DE TURISMO                  LICDA. CAROLINA CERNA, GERENTE DE MERCADEO                  LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS                  LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS                  LIC. ANGEL CALDERON, DIRECTOR JUNTA DIRECTIVA DE CORSATUR                  LC. MANUEL RECIOS, TECNICO EN COMUNICACIONES</p>
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$5093.49
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$5585.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	<p>8 EMPRESAS:                  HOTEL ARBOL DE SUEÑOS                  HOTEL LAS HOJAS RESORT                  TOUR DEL PACIFICO                  ECO MAYAN TOURS                  SALVADOREAN TOURS DMC                  AVITOURS DMC</p>

	HOTEL DECAMERON HOTEL VILLA SERENA
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$5,336.72
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo y fortalecimiento al flujo de turismo de Sur América a través del puente aéreo entre Colombia y El Salvador.</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Promoción directa con reuniones con mayoristas colombianos.</li> <li>• Atracción de reality show colombiano para tener como locación El Salvador</li> </ul>

<b>Nombre de la Misión FERIA TURISTICA ITB</b>	
<b>Fecha: 7 – 9 de marzo</b>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Posicionar nuestro destino entre los consumidores finales y mayoristas, que nuestro país ya cuenta con una conectividad directa y reforzada con doble frecuencia, así como oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada salvadoreña concretando negocios, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino de calidad, adecuado en su oferta al tipo de mercado que busca productos específicos y lo mejor que a una corta distancia.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Reposicionar entre el consumidor final el concepto de de nuestro destino, de los vuelos directos y de las nuevas frecuencias, incentivando su visita a El Salvador ya que los precios son más competitivos y las frecuencias más adecuadas.</li> <li>6. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como parte de sus destinos dentro de su oferta turística.</li> </ol>
<b>Destino</b>	BERLÍN, ALEMANIA.
<b>Número de delegados</b>	4 DELEGADOS: ING. ROBERTO VIERA, GERENTE GENERAL DE CORSATUR ING. ALBERTO ASCENCIO, DIRECTOR JUNTA DIRECTIVA CORSATUR LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$7155.88
<b>Monto invertido en</b>	

<b>concepto de Viáticos</b>	\$7580.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	2 EMPRESAS: GREEN BLUE RED EPIC TOURS
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$2,952.46
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción de imagen de El Salvador como destino</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Fortalecimiento a la promoción de El Salvador en mercado Europeo.</li> <li>• Fortalecimiento del puente aéreo de Iberia a través de Madrid.</li> </ul>

<b>Nombre de la Misión CRUISE SHIPPING</b>	
<b>Fecha: 12 – 15 de marzo</b>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar a El Salvador como un país con capacidad de albergar turismo de cruceros, así como naves de gran envergadura en nuestros puertos, los cuales son promocionados como seguros, de calidad portuaria pero en adecuación turística, y a pocos minutos de las ciudades turísticas más importantes.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poder realizar contactos con mayoristas de cruceros.</li> <li>2. Estar presente para poder promocionar nuestro país técnica y profesionalmente como destino de cruceros e incentivar el interés por él.</li> <li>3. Promocionar a El Salvador a compradores de todo el continente así como consumidores del sector turístico de cruceros apoyando así a la empresa privada local.</li> <li>4. Que los empresarios salvadoreños puedan realizar contactos de negocios y seguidamente concretarlos.</li> </ol>
<b>Destino</b>	MIAMI, FLORIDA.
<b>Número de delegados</b>	2 DELEGADOS: LICDA. MARTHA CRISTINA MORALES, GERENTE DE PROYECTOS E INVERSION LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$1298.20
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$890.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	2 EMPRESAS: AVITOURS DMC INTER TOURS
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$1,119.80

<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a través del crecimiento turístico el desarrollo de los puertos así como la promoción de los mismos.</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> <li>• Fortalecimiento a la promoción del segmento de turismo de cruceros.</li> </ul>
---------------	---

<b>Nombre de la Misión FERIA EXPOTUR</b>	
<b>Fecha: 9 – 11 de mayo</b>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar nuestro destino entre los consumidores finales y mayoristas, que nuestro país ya cuenta con una conectividad directa y reforzada con doble frecuencia, así como oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada salvadoreña concretando negocios, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino de calidad, adecuado en su oferta al tipo de mercado que busca productos específicos y lo mejor que a una corta distancia.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Reposicionar entre el consumidor final el concepto de de nuestro destino, de los vuelos directos y de las nuevas frecuencias, incentivando su visita a El Salvador ya que los precios son más competitivos y las frecuencias más adecuadas.</li> <li>6. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como parte de sus destinos dentro de su oferta turística.</li> </ol>
<b>Destino</b>	SAN JOSÉ, COSTA RICA.
<b>Número de delegados</b>	<p>3 DELEGADOS:</p> <p>LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS</p> <p>LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE</p> <p>SRITA. DENISSE CAMPOS, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE</p>
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$1792.35
<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$2115.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	<p>5 EMPRESAS:</p> <p>GREEN BLUE RED</p> <p>HOTEL DECAMERON</p> <p>NETWORK TOURS</p> <p>BACER TOUR DEL PACIFICO</p>
<b>Monto invertido en</b>	

<b>pasajes de empresas privadas</b>	\$2,368.01
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivo a la promoción y comercialización turística hacia El Salvador en mercados de Costa Rica.</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> </ul>

<b>Nombre de la Misión FERIA MUNDO MAYA</b>	
<b>Fecha: 18 – 21 de junio</b>	
<b>Objetivo</b>	<p>GENERAL: Reposicionar nuestro destino entre los consumidores finales y mayoristas, que nuestro país cuenta con una conectividad directa y reforzada con doble frecuencia, así como oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta, incentivando así la oferta local a través de la relación promocional de CORSATUR más empresa privada salvadoreña concretando negocios, a través de la marca El Salvador, Impresionante.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocionar El Salvador como un destino miembro de mundo maya, con historia y cultura propia de la evolución que la civilización vivió en su época, adecuado su oferta al tipo de mercado que busca productos específicos y lo mejor todas cortas distancias. Contando con el único sitio arqueológico habitacional declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO.</li> <li>2. Atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales a El Salvador.</li> <li>3. Dar información actualizada veraz y concisa de forma técnica para promocionarnos con fundamentos éticos y profesionales.</li> <li>4. Facilitar las negociaciones de la empresa privada a través del apoyo técnico que CORSATUR pueda proveer.</li> <li>5. Reposicionar entre el consumidor final el concepto de de nuestro destino, de los vuelos directos y de las nuevas frecuencias, incentivando su visita a El Salvador ya que los precios son más competitivos y las frecuencias más adecuadas.</li> <li>7. Lograr que más pasajeros que nos usan de puente aéreo nos elijan como parte de sus destinos dentro de su oferta turística</li> </ol>
<b>Destino</b>	YUCATÁN, MEXICO
<b>Número de delegados</b>	2 DELEGADOS: LIC. JORGE CASTRO, COORDINADOR DE ATENCION AL CLIENTE LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE
<b>Monto invertido en concepto de pasajes</b>	\$1,010.92

<b>Monto invertido en concepto de Viáticos</b>	\$1,650.00
<b>Empresas privadas participantes</b>	5 EMPRESAS: BURO DE CONVENCIONES NETWORK TOURS ECO MAYAN TOURS HOTEL SAN JOSÉ HOSTAL HOTEL MESON DE MARIA
<b>Monto invertido en pasajes de empresas privadas</b>	\$3,127.24
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción y posicionamiento de El Salvador como destino parte del Mundo Maya</li> <li>• Promoción de El Salvador relacionada al fin del Calendario Maya en el año 2012.</li> <li>• Establecimiento de contactos con operadores que manejan el producto Mundo Maya</li> <li>• Promoción de destinos mayas de El Salvador</li> <li>• Apoyo en la promoción a la empresa privada.</li> <li>• Posicionamiento marca país.</li> <li>• Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción.</li> <li>• Comercialización destino a través de la empresa privada.</li> <li>• Apoyo a la información turística de El Salvador como destino.</li> </ul>