

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	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar El Salvador como destino turístico de surf, por tener olas de calidad mundial. 2. Atraer inversionistas y surfistas profesionales a El Salvador. 3. Dar oportunidad a la empresa privada de generar contactos y negocios. 4. Dar información actualizada y verdadera sobre no solo las playas de El Salvador sino de otros lugares turísticos. 5. Promocionar para eventos venideros la importancia y exclusividad de las olas que alberga El Salvador como destino de surf en el mundo. 6. Generar posicionamiento entre el consumidor final en el mundo del surf para incentivar su visita a El Salvador por cuenta propia o por medio de campeonatos.
Destino	ORLANDO, FLORIDA.
Número de delegados	2 DELEGADOS: LICDA. MARTHA CRISTINA MORALES, GERENTE DE PROYECTOS E INVERSION LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE
Monto invertido en concepto de pasajes	\$2479.50
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1260.00
Empresas privadas participantes	2 EMPRESAS: HOTEL CASA DE MAR AVITOURS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$2,479.50
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Atracción de consumidores finales • Posicionamiento de El Salvador como destino para eventos de surf. • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del producto SOL Y PLAYA, cómo también al turismo deportivo, más puntual SURF.

Nombre de la Misión VAKANTIEBEURS	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser parte de la promoción de la región Centroamericana en el mercado Europeo 2. Que El Salvador sea el punto de entrada de turistas a Centroamérica y el país principal de visita. 3. Dar información actualizada sobre los lugares turísticos de El Salvador y generar interés entre los participantes. 4. Realizar Contactos para fam trip o press trip 5. Aprovechar la oportunidad que ofrece IBERIA para promocionar el

	vuelo sin escalas entre ambos continentes.
Destino	HOLANDA, PAÍSES BAJOS.
Número de delegados	5 DELEGADOS: DR. RAMON RIVAS, DIRECTOR DE JUNTA DIRECTIVA LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LIC. LUIS C. A. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LIC. JORGE CASTRO, COORDINADOR DE ATENCION AL CLIENTE SRITA. MARÍA JOSÉ RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$8167..68
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$9195.00
Empresas privadas participantes	6 EMPRESAS: EPIC TOURS NETWORK TOURS BACER SALVADOREAN TOURS SALVATOURS TOUR IN
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$ 8,322.00
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Incursión en el mercado holandés, muy interesado en El Salvador. • Fortalecimiento a la promoción del puente de Iberia a través de Madrid. Reconociendo de Holanda es uno de los mercados de mayor crecimiento en Europa. • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del puente de Iberia a través de Madrid. Reconociendo de Holanda es uno de los mercados de mayor crecimiento en Europa.

Nombre de la Misión FITUR	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser parte de la promoción de la región Centroamericana en el mercado Europeo 2. Que la empresa privada realice contactos que sean negocios potenciales. 3. Atraer turistas a que visiten El Salvador y el resto de Centroamérica 4. Dar información actualizada sobre los lugares turísticos de El Salvador y generar interés entre los participantes. 5. Realizar Contactos para fam trip o press trip. 6. Aprovechar la oportunidad para promocionar la nueva conexión intercontinental por medio de IBERIA con su vuelo sin paradas. 7. Poder hacer un desayuno de trabajo con tour operadores y agencias de viajes todas potenciales para promocionar El Salvador y su variada oferta turística para que la empresa privada que nos acompañe fortalezca contactos en beneficio de nuestro país.
Destino	MADRID, ESPAÑA

Número de delegados	7 DELEGADOS: LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LIC. LUIS C. A APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LIC. JORGE CASTRO, COORDINADOR DE ATENCION AL CLIENTE SRITA. MARÍA JOSÉ RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS SR. RAFAEL LERET, DIRECTOR DE JUNTA DIRECTIVA CORSATUR SRA. GRACIELA DE HOLMAN, DIRECTOR DE JUNTA DIRECTIVA CORSATUR SR. HERBERT SERMEÑO, DIRECTOR DE JUNTA DIRECTIVA CORSATUR
Monto invertido en concepto de pasajes	\$4,660.94
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$6,095.00
Empresas privadas participantes	15 EMPRESAS: TOUR IN TURIBUS BACER HOTEL MARISCAL EPIC TOURS NETWORK TOURS AVITOURS HOTEL SHERATON SALVADOREAN TOURS NAHUAT TOURS SALVATOURS HOTELES VILLA SERENA INTERPRICE HOTEL DECAMERON HOTEL LAS HOJAS RESORT
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$ 13,520.27
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Primera participación con vuelo directo entre España y El Salvador para mejorar el movimiento de flujos de turistas. • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Incentivo a la promoción y aprovechamiento al fortalecimiento del puente aéreo a través de Iberia a El Salvador.

Nombre de la Misión WORLD ROUTES AMERICAS	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar el número de aerolíneas que eligen a El Salvador como destino comercial, igualmente permitiéndonos posicionar al país a través de oferta turística. 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. 3. Dar seguimiento a las reuniones que ya se han iniciado con diferentes aerolíneas.

Destino	REPÚBLICA DOMINICANA
Número de delegados	2 DELEGADOS: LICDA. YOLANDA MIRANDA, SUB GERENTE DE MERCADEO SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$1773.90
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$2340.00
Empresas privadas participantes	N/A
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento a la promoción turística de El Salvador como Destino para nuevas aerolíneas • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Apoyo a la información técnica y veraz de beneficio para incentivar la capacidad de selección de El Salvador como nuevo destino para aerolíneas que aun no aterrizan en nuestro aeropuerto o aquellas que desean crear nuevas conexiones.

Nombre de la Misión	VITRINA TURISTICA DE ANATO
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar a El Salvador como destino turístico de calidad internacional. 2. Dar a conocer información turística actualizada de El Salvador. 3. Realizar contactos para negocios potenciales. 4. Aprovechar la conectividad aérea que se tiene con Bogotá y Guayaquil por los vuelos directos de TACA. 5. Realizar contactos con mayoristas y profesionales para que incluyan a El Salvador dentro de sus paquetes turísticos.
Destino	BOGOTÁ, COLOMBIA
Número de delegados	4 DELEGADOS: LIC. JOSE NAPOLEON DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO DE TURISMO LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LIC. LUIS C. A APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$4329.25
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$3640.00
Empresas privadas participantes	1 EMPRESA: HOTEL DECAMERON
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A

Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Incurción en el mercado colombiano, con mucho interés en El Salvador como destino turístico. • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Contactos con mayoristas interesados en El Salvador • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Apoyo y fortalecimiento al flujo de turismo de Sur América a través del puente aéreo entre Colombia y El Salvador.
---------------	--

Nombre de la Misión ITB	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionar su oferta frente al mercado guatemalteco 2. Establecer intercambios comerciales y alianzas estratégicas con empresarios turísticos de una de las regiones más competitivas de Centroamérica 3. Aprender de la experiencia de COMPETUR 4. Participar en las conferencias didácticas que se impartirán durante el evento. 5. Establecer intercambios comerciales y alianzas estratégicas entre los empresarios de la región 6. Adquirir conocimientos que aporten a mejorar la oferta y la forma de venderla en los mercados tradicionales y emergentes
Destino	BERLÍN, ALEMANIA
Número de delegados	4 DELEGADOS: LIC. JOSE NAPOLEON DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO DE TURISMO LIC. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LIC. MANUEL RECINOS, TECNICO EN COMUNICACIONES
Monto invertido en concepto de pasajes	\$14528.10
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$5355.00
Empresas privadas participantes	5 EMPRESAS: EPIC TOURS HOTEL ALICANTE HOTEL SHERATON GREEN BLUE RED HOTEL DECAMERON
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$ 10,777.30
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Aprovechamiento y apoyo a la promoción de Centroamérica como multidesino. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como

	<p>destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento a la promoción de El Salvador en mercado Europeo. • Fortalecimiento del puente aéreo de Iberia a través de Madrid.
--	---

Nombre de la Misión COCAL	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Durante la exposición promocionar a El Salvador como el más capaz y mejor destino en Centroamérica para realizar Congresos, Seminarios y Convenciones. 2. Generar contactos y negocios con meeting planners de Latinoamérica 3. Posicionar a El Salvador en el Top of Mind de los Meeting Planners 4. Capacitación de los empresarios salvadoreños mediante la asistencia a los diferentes seminarios que se imparten durante la realización de la feria
Destino	VIÑA DEL MAR, CHILE
Número de delegados	1 DELEGADO: SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$1426.97
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1025.00
Empresas privadas participantes	1 EMPRESA: HOTEL SHERATON
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$ 1,462.40
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción de El Salvador en mercado Europeo. • Fortalecimiento al turismo corporativo y del segmento MICE para la captación de eventos internacionales.

Nombre de la Misión CRUISE SHIPPING	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poder realizar contactos con mayoristas de cruceros. 2. Estar presente para poder promocionar nuestro país como destino de cruceros e incentivar el interés por él. 3. Promocionar a El Salvador a compradores de todo el continente así como consumidores del sector turístico de cruceros. 4. Que los empresarios salvadoreños puedan realizar contactos de negocios.

Destino	MIAMI, FLORIDA.
Número de delegados	2 DELEGADOS: LICDA. MARTHA CRISTINA MORALES, GERENTE DE PROYECTOS E INVERSION LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE
Monto invertido en concepto de pasajes	\$1613.51
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1520.00
Empresas privadas participantes	3 EMPRESAS: AVITOURS BACER INTER TOURS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$1,402.06
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del segmento de turismo de cruceros. • Incentivar a través del crecimiento turístico el desarrollo de los puertos así como la promoción de los mismos.

Nombre de la Misión MITT	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que la empresa privada realice contactos que sean negocios potenciales 2. Atraer turistas a que visiten El Salvador y el resto de Centroamérica 3. Dar información actualizada sobre los lugares turísticos de El Salvador y generar interés entre los participantes. 4. Posicionar a El Salvador como destino turístico. Realizar Contactos para fam trip o press trip 5. Aprovechar la oportunidad que ofrece IBERIA para promocionar el vuelo sin escalas entre ambos continentes.
Destino	MOSCÚ, RUSIA.
Número de delegados	2 DELEGADOS: DR. RAMON RIVAS, DIRECTOR DE JUNTA DIRECTIVA CORSATUR LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$2525.78
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$3045.00
Empresas privadas participantes	4 EMPRESAS: AVITOURS HOTEL ALICANTE SALVADOREAN TOURS

	GREEN BLUE RED
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$4,867.20
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Incurción en el mercado ruso • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del segmento de turismo de cruceros. • Apertura del mercado Ruso para el incentivo y captación de turismo en segmento OCIO y CORPORATIVO.

Nombre de la Misión LA ADVERTURE EXPO	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar contactos y posibles negocios en el rubro de turismo de aventura 2. Poder contactar a empresas como National Geographic y Discovery Channel para que puedan visitar a El Salvador y realizar un posible programa sobre turismo de aventura. 3. Promoción de país ante más de 15,000 consumidores del turismo de ocio y aventura
Destino	LOS ÁNGELES, CALIFORNIA.
Número de delegados	1 DELEGADO: LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE
Monto invertido en concepto de pasajes	-----
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$260.00
Empresas privadas participantes	3 EMPRESAS: EPIC TOURS HOTEL DECAMERON HOTEL ARBOL DE SUEÑOS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	\$ 710.03
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del producto SOL Y PLAYA, cómo también al turismo deportivo, más puntual SURF.

Nombre de la Misión EXPOTUR	
Objetivo	1. Poder realizar contactos con mayoristas de Norte, Centro y Sur

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

	<p>América.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Estar presente para poder competir con otros países de Centroamérica presentes en la feria como Guatemala, Nicaragua, Panamá y Costa Rica 3. Promocionar a El Salvador ante más de 250 compradores de todo el continente. 4. Que los empresarios salvadoreños puedan realizar contactos de negocios.
Destino	SAN JOSÉ, COSTA RICA.
Número de delegados	2 DELEGADOS: LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE LIC. JESUS CASTILLO, TECNICO WEB MASTER
Monto invertido en concepto de pasajes	\$1249.80
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1170.00
Empresas privadas participantes	6 EMPRESAS: EPIC TOURS NETWORK TOURS GREEN BLUE RED INTER TOURS LAS HOJAS RESORT AVITOURS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Incentivo a la promoción y comercialización turística hacia El Salvador en mercados de Costa Rica.

Nombre de la Misión	CENTRO AMERICA CRUISE CONFERENCE
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar conocimientos en turismo de cruceros a través de la posibilidad de establecer reuniones y conversaciones con agentes de viaje y a la vez poder iniciar negociaciones con las líneas de cruceros asistentes a la feria, para que incluyan a El Salvador como uno de los destinos a visitar durante los cruceros. 2. Promocionar la infraestructura portuaria de El Salvador, para potenciar la visita de cruceros en un futuro cercano. 3. Dar a conocer los atractivos y oferta turística de El Salvador en materia de cruceros. 4. Posicionar a El Salvador dentro de los países más conocidos para destinos de cruceros
Destino	SAN PEDRO SULA, HONDURAS.
Número de delegados	3 DELEGADOS: LIC. JOSE NAPOLEON DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO

	DE TURISMO LICDA. MARTHA CRISTINA MORALES, GERENTE DE PROYECTOS E INVERSION SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$1824.53
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1020.00
Empresas privadas participantes	2 EMPRESAS: INTER TOURS AVITOURS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción del segmento de turismo de cruceros. • Incentivar a través del crecimiento turístico el desarrollo de los puertos así como la promoción de los mismos.

Nombre de la Misión	MUNDO MAYA
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Destacar en la oferta del Mundo Maya a El Salvador como destino turístico. 2. Posicionar El Salvador como punto de visita ya que poseemos el único sitio Maya en el que se puede apreciar la vida cotidiana de los mayas. 3. Promover los servicios turísticos de alto nivel y la infraestructura desarrollada que brinda comodidad para este tipo de turismo. 4. Realizar contactos con mayoritas para viajes de familiarización. 5. Se esta gestionando la presidencia pro témpore 2011-2012.
Destino	MÉRIDA, YUCATÁN – MÉXICO
Número de delegados	3 DELEGADOS: LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LIC. HECTOR AYALA, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE LIC. LETICIA RIVERA, COORDINADOR DE PROMOCION Y PUBLICIDAD
Monto invertido en concepto de pasajes	\$3136.96
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1755.00
Empresas privadas participantes	N/A
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada.

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Incentivo a la promoción de la Ruta Mundo Maya, como de los diferentes productos que la ruta comprende.
--	---

Nombre de la Misión CULTOUR	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover a El Salvador como destino para turismo cultural. 2. Dar seguimiento al ofrecimiento para que El Salvador sea sede de la Feria para 2012. 3. Dar a conocer la cultura y gastronomía de El Salvador para incentivar a los mayoristas a establecer negocios con nuestro país. 4. Realizar contactos con mayoristas para viajes de familiarización.
Destino	QUITO, ECUADOR
Número de delegados	2 DELEGADOS: LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$2,192.66
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$2,050.00
Empresas privadas participantes	4 EMPRESAS: HOTEL DECAMERON TOUR IN SALVADOREAN TOURS ECO MAYAN TOURS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Incentivo a la promoción y comercialización del turismo cultural (Mundo Maya, Colonial, Ruta de Paz, Artesanal, Etc.).

Nombre de la Misión FITE	
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer nuevos contactos con mayoristas europeos, norteamericanos y latinoamericanos para generar nuevos negocios.

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Creación de contactos para realización de fam o press trips 3. Promocionar los atractivos turísticos de El Salvador 4. Que los empresarios puedan generar negocios
Destino	GUAYAQUIL, ECUADOR
Número de delegados	2 DELEGADOS: LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$2,532.08
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$2,330.00
Empresas privadas participantes	1 EMPRESA: HOTEL DECAMERON
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la promoción destino en mercados de Sur América, como impulso de comercialización a los mercados claves del norte en la región Suramericana.

Nombre de la Misión	CENTROAMERICA TRAVEL MARKET
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que la empresa privada establezca, nuevos contactos y negocios futuros con mayoristas europeos y norteamericanos. 2. Promocionar a El Salvador como destino turístico de calidad internacional a través de la oferta turística con que cuenta, ante mayoristas de los principales mercados emisores: Europa, Asia y América. 3. Contribuir y fomentar el conocimiento de la región a través de la promoción de la marca Centroamérica. 4. Realizar contactos con mayoristas, agencias de viajes y medios de comunicación internacionales para la realización de viajes de familiarización y prensa.
Destino	PANAMÁ, PANAMÁ
Número de delegados	4 DELEGADOS: LIC. JOSE NAPOLEON DUARTE, PRESIDENTE DE CORSATUR Y MINISTRO DE TURISMO LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS SRITA. DENISSE CAMPOS, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE
Monto invertido en concepto de pasajes	\$2378.78

Monto invertido en concepto de Viáticos	\$2475.00
Empresas privadas participantes	13 EMPRESAS: HOTEL DECAMERON TOURS UNIVERSALES AKWATERRA MAGIC DREAM TOURS PRODETUR EPIC TOURS BACER GREEN BLUE RED AVITOURS HOTEL LOS LAMENDROS DE SAN LORENZO SALVADOREAN TOURS NETWORK TOURS TURIBUS
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento a la comercialización destino en los mercados europeos. • Incentivo a la promoción de la ruta que conecta ambos destinos a través de Iberia.

Nombre de la Misión	INTERNATIONAL TOURISM AND TRAVEL
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considerando que El Salvador está muy bien posicionado en el mercado canadiense, ésta es una buena oportunidad para seguir promocionando a El Salvador en este mercado y presentarles otros destinos turísticos de nuestro país a los visitantes. 2. Dar seguimiento al interés de diversas aerolíneas canadienses para iniciar operaciones en nuestro país. 3. Reforzar la posición de El Salvador, como un destino turístico para el mercado canadiense.
Destino	MONTREAL, CANADÁ.
Número de delegados	2 DELEGADOS: LIC. LUIS C. APARICIO, COORDINADOR DE COMERCIALIZACION Y FERIAS SRITA. MARIA JOSE RENDON, TECNICO EN COMERCIALIZACION Y FERIAS
Monto invertido en concepto de pasajes	\$5117.72
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$1,190.00
Empresas privadas participantes	2 EMPRESAS: LAS HOJAS RESORT HOTEL LOS ALMENDROS DE SAN LORENZO

Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Incentivo a la promoción y comercialización turística hacia El Salvador en mercados canadiense. • Fortalecimiento a la venta destino El Salvador para las rutas que mantienen las aerolíneas CANJET, TRANSAT, TACA.

Nombre de la Misión	WORLD TRAVEL MARKET
Objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar El Salvador a nivel de medios de comunicación, mayoristas, compradores y consumidor final en los 2 días abiertos para el público. 2. Que la empresa privada establezca, por medio de las citas predeterminadas, nuevos contactos y negocios futuros. 3. Promocionar a El Salvador como destino turístico de calidad internacional a través de la oferta turística con que cuenta, ante mayoristas de los principales mercados emisores: Europa. 4. Contribuir y fomentar el conocimiento de la región a través de la promoción de la marca Centroamérica. 5. Realizar contactos con mayoristas, agencias de viajes y medios de comunicación internacionales para la realización de viajes de familiarización y prensa.
Destino	LONDRES, REINO UNIDO.
Número de delegados	<p>4 DELEGADOS:</p> <p>LICDA. MARGARITA VILANOVA, GERENTE DE MERCADEO</p> <p>LICDA. YESENIA DELGADO, ESPECIALISTA EN COMERCIALIZACION Y FERIAS</p> <p>LIC. ROLANDO CASAMALHUAPA, TECNICO EN PROMOCION Y PUBLICIDAD</p> <p>SRITA. DENISSE CAMPOS, TECNICO EN ATENCION AL CLIENTE</p>
Monto invertido en concepto de pasajes	\$6671.04
Monto invertido en concepto de Viáticos	\$6510.00
Empresas privadas participantes	1 EMPRESA: HOTEL DECAMERON
Monto invertido en pasajes de empresas privadas	N/A
Logros	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en la promoción a la empresa privada. • Posicionamiento marca país. • Reposicionamiento país a través de estrategias de promoción. • Comercialización destino a través de la empresa privada. • Apoyo a la información turística de El Salvador como destino. • Fortalecimiento de la promoción y comercialización de El



Salvador en mercados europeos.

RESPONSABLE DE LA INFORMACIÓN: Luis Carballo, Coordinador de
Comercialización y Ferias Internacionales