

SECRETARÍA DE ESTADO EN EL DESPACHO DE TURISMO E INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO



Nicole Marrder Aguilar

SECRETARIA DE ESTADO EN EL DESPACHO DE TURISMO Y
PRESIDENTA EJECUTIVA DEL INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
ANTECEDENTES	2
MISIÓN	3
VISIÓN	3
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	3
DIRECCION SUPERIOR.....	4
SUB SECRETARÍA DE PROMOCIÓN Y MERCADEO	12
SUBSECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN, GESTIÓN E INVERSIÓN	16
GERENCIA DE MERCADEO	19
UNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES 2019	19
UNIDAD DE MERCADOS NACIONALES	25
UNIDAD DE MERCADOS DIGITALES	27
UNIDAD DE BURÓ DE CONVENCIONES Y VISITANTES DE HONDURAS	29
GERENCIA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO DE PRODUCTO	32
UNIDAD DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD	34
UNIDAD DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.....	35
UNIDAD DE DESARROLLO DE PRODUCTO	41
GERENCIA DE ESTADÍSTICA.....	45

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo hacer la rendición de cuentas ante la Presidencia de la República y miembros de la industria turística a nivel nacional sobre los principales logros institucionales, que la Secretaría e Instituto Hondureño de Turismo ha realizado en este año 2019.

El sector de Turismo, bajo una gestión respaldada por hechos por el Gobierno del Presidente Juan Orlando Hernández Alvarado, se ha afianzado en los últimos 6 años en la generación de empleos y divisas con un trabajo conjunto entre los actores que permite poner en valor la oferta turística del país.

Nuestra meta es buscar un trabajo técnico cohesionado, transparente, empoderado de personal coordinado y motivado para lograr la continuidad de los procesos iniciados con la participación activa del sector privado.

ANTECEDENTES

Ente Rector y Ejecutor de la Política Turística a nivel nacional e internacional

La **Secretaría de Turismo (SETUR)**, a través del Instituto Hondureño de Turismo, es el organismo oficial a cargo de la conducción de la política de turismo a nivel nacional. La SETUR está conformada por el Ministro, (a) dos Vice Ministros (a) y el Secretario General y le compete la formulación, evaluación y ejecución de políticas relacionadas con el turismo, contando con un asiento en el Gabinete de Gobierno.

Por su parte, el **Instituto Hondureño de Turismo (IHT)**, brazo operativo de la Secretaría de Turismo, es una entidad descentralizada, de carácter permanente, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con autonomía administrativa y financiera. El IHT, tiene como finalidad, estimular y promover el turismo como una actividad económica que impulse el desarrollo del país, por medio de la conservación, protección y aprovechamiento racional de los recursos turísticos nacionales. Lo anterior, de conformidad al mandato legal, que su ley de creación le confiere.

MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La misión, visión y objetivos estratégicos bajo los cuales la SETUR e IHT han orientados sus esfuerzos y se ha enmarcado y regido el Plan Operativo Anual de la institución para el año 2019, por medio de las diferentes gerencias, se definen a continuación:

MISIÓN

Somos la Institución responsable de estimular, orientar y promover el desarrollo turístico del país, con vistas a mejorar la calidad de vida de los hondureños y fortalecer la identidad nacional.

VISIÓN

Ser reconocidos como una institución eficiente, innovadora y pionera en el proceso de creación e implementación de acciones encaminadas al desarrollo del sector turístico competitivo, considerando el manejo racional de los recursos y la diversificación de productos y destino.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Bajo este mandato, la actual administración, rectorada por el Licenciado Emilio Silvestri Thompson, Secretario de Estado en el Despacho de Turismo y Presidente Ejecutivo del IHT, y posteriormente por la nueva Secretaria de Estado y representante Legal del IHT, nombrada en el mes de agosto, Licenciada Nicole Marrder Aguilar, se trabajó en **dos objetivos estratégicos**, que son:

1. Posicionar a Honduras como destino turístico a fin de aumentar la afluencia de visitantes internacionales y divisas e incrementar el turismo interno para rescatar la identidad nacional, potenciando el desarrollo sostenible de los destinos y comunidades.
2. Fomentar e incentivar la diversificación de una oferta turística competitiva y sostenible a través del estímulo a la inversión turística, para garantizar el desarrollo económico y cultural de las regiones del país.

El quehacer de la institución: Como institución pública, la **Secretaría de Turismo (SETUR)** tiene a su cargo la formulación, dirección, ejecución, promoción y estimulación y evacuación de las políticas y actividades relativas al Turismo como actividad económica que impulse el desarrollo del País, por medio de la conservación, protección y aprovechamiento racional de los recursos turísticos nacionales. Siendo el ente ejecutor y operativo el Instituto Hondureño de Turismo.

Su misión y visión se refieren a un conjunto de programas y proyectos que debe realizar la organización en procura de mejorar la competitividad de la actividad turística, impulsando la base de un modelo de desarrollo con sostenibilidad y fortaleciendo nuestra identidad nacional.

El conjunto de programas y proyectos constituyen la suma de productos finales que la institución entrega como parte de su quehacer, de cara al valor público institucional de conformidad al mandato de planificación estratégica requerido de la Secretaría de Coordinación General de Gobierno, siendo nuestros usuarios y beneficiarios todos los actores del sistema turístico (turista, empresario turístico, gobiernos locales, asociaciones y cámaras regionales y nacionales).

Bajo el mandato del Presidente de la República de trabajar bajo un sistema de Gestión de Resultados, lo que se espera lograr para el sector de Turismo es contar con un modelo turístico que descansa en los pilares del fortalecimiento de nuestra identidad nacional, la sostenibilidad, el acceso de oportunidades, de un empleo digno en el sector y por ende de la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Finalmente, y como reto a un corto plazo la inclusión de los temas de innovación y tecnología en las diferentes actividades que rectora el sector de Turismo.

A continuación, se presenta el desarrollo de las actividades más importantes de la Secretaría e Instituto Hondureño de Turismo:

DIRECCION SUPERIOR

Reunión Intersectorial de Consejo de Ministros COMIECO/ICAC/CCT/CD-CENPROMYPE | Ciudad Guatemala, Guatemala

Con el objetivo de priorizar al más alto nivel las dos cadenas regionales de valor que serán beneficiarias del “Programa de fortalecimiento a la MIPYME con énfasis en cadenas regionales de valor en la región SICA” financiado por el Fondo España-SICA, se llevó a cabo la Reunión Intersectorial del Consejo de Ministros COMIECO/ICAC/CCT/CD-CENPROMYPE, el cual es Co-ejecutado por la SITGA, SIECA, CENPROMYPE, el Consejo Agropecuario Centroamericano (CAC) y Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) un esfuerzo intersectorial sin precedentes del subsistema de integración económica centroamericana, durante el encuentro de altos funcionarios, las autoridades de los cuatro consejos sectoriales antes descritos, priorizaron al más alto nivel las dos Cadenas Regionales de Valor (Turismo y agroindustrial) que serán beneficiadas durante los próximos tres años en el marco del referido Programa.

Acuerdos: Se solicitó revisar los nombres de las cadenas, el CCT está de acuerdo que la cadena priorizada sea la que abarque la mayor cantidad de países miembros de la región con proyectos pilotos donde se podrá integrar a las otras subregiones. La

Presidencia Pro-tempore del Consejo Centroamericano de Turismo solicitó se deje en acta lo antes mencionado.

Fotografías Reunión Intersectorial del Consejo de Ministros COMIECO



Conferencia Centroamericana de Cruceros | San José, Costa Rica

Con el objetivo de participar en la Conferencia Centroamericana de Cruceros, *de la FCCA*, y sostener reuniones con Ejecutivos de las líneas de Cruceros allí presentes, así como con la Sra. Michele Paige - Presidenta de la *Florida Caribbean Cruise Association* ó *FCCA* por sus siglas en inglés (*Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe*), es una organización comercial sin fines de lucro compuesta por 19 líneas de Cruceros. Se tuvo la oportunidad de conocer en profundidad las proyecciones, cambios, metas y proyectos a futuros a través de las presentaciones presentadas en la Conferencia. También se abordaron una variedad de temas dentro de la industria durante las sesiones de negocios que monitorean el sector de cruceros, junto con las reuniones uno a uno entre los miembros de la FCCA, Ejecutivos, y eventos de redes.

Se llevó a cabo un panel Centroamericano – mesa redonda, donde participó el Sr. Ministro de Turismo de Honduras y otras autoridades de Turismo de la región y República Dominicana.

Fotografías de la Conferencia Centroamericana de Turismo



Seminario Internacional sobre Gestión de Destinos | Guatemala

Se llevó a cabo la reunión de la Organización Mundo Maya (OMM), acordando lo siguiente:

- Trasladar a la cancillería la aprobación del Convenio Constitutivo para continuar con el respectivo trámite.
- Es importante lograr el pronunciamiento de México al ser un aliado estratégico en los esfuerzos del Programa Mundo Maya.
- Resolución: continuar con el esfuerzo y que cada país con sus embajadas México en Honduras y viceversa se logre el pronunciamiento de México al respecto.
- Honduras: Definir en la próxima sesión una reflexión de hacia dónde ir como OMM en más acciones concretas y prácticas en cuanto a lo que se puede implementar en la región de la OMM.

Informe de Avances de Plan de Trabajo 2018-2020: Catalogo Multidestino de la OMM, Encuentro de Tour Operadores en Petén, Participación en Feria FITUR, Participación en ITB, Congreso de Arqueología.

Honduras acogió la sede de la Reunión del Consejo Directivo.

Business-To-Business (B2B) | San Salvador

Objetivo: promocionar destinos y a la vez dar a conocer la oferta turística de los diferentes lugares turísticos de Honduras, incentivando a los salvadoreños a visitar nuestro país y a la vez fortaleciendo los lazos entre ambas naciones hermanas.

Este evento es primordialmente una plataforma de negociación entre operadores de El Salvador y Honduras, dentro del cual se contó con la participación de más de 100 personas entre los cuales destacan empresarios del sector turismo (Hoteleros, Tour Operadores Mayoristas) de ambas naciones. Se logró networking, creación de paquetes, promoción y divulgación de los destinos y productos dentro del mercado turístico de Honduras.



Conferencia del Consejo Asesor de Miembros de la Asociación de Cruceros Florida-Caribe (PAMAC FCCA) | Isla de St. Marteen

La Florida Caribbean Cruise Association ó FCCA por sus siglas en inglés (Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe), organiza anualmente una conferencia para los 21

Miembros Platino. Dos puntos de discusión estuvieron presentes en la mente de los Miembros Platino y los ejecutivos de las líneas de cruceros durante sus cuatro días de estadía en la isla: experiencias auténticas de destino y las renovadas restricciones del gobierno de los Estados Unidos para viajar a Cuba.

Se llevaron a cabo reuniones uno a uno con el Sr. Russell Daya - Exec. Dr. Marine & Port Ops., Port Development & Itinerary Planning de Disney Cruise Line; Sr. Steve Moeller - Norwegian Cruise Line Holdings y el Sr. Carlos Estrada - Director of Commercial Home Port Operations de Carnival Cruise Line. Lo anterior con el fin de extenderles invitación para visitar nuestro país y tengan otro destino que ofrecer en sus líneas de crucero, se les notifico acerca del avance de la Ley Gente de Mar, ya que están en busca de más personal para los cruceros, así como otros temas específicos a los que se les dio continuidad con cada uno.



Reunión de Ministros de Turismo de Honduras y El Salvador | Frontera El Amatillo

Objetivo: Unir esfuerzos para agilizar el paso por las fronteras a turistas salvadoreños durante las Fiestas Agostinas 2019.

El Ministro de Turismo de Honduras, Emilio Silvestri, y la Ministra de Turismo de El Salvador Morena Ileana Valdéz, junto con representantes de la Dirección de Migración, Policía Nacional y Bomberos de Honduras así como la policía salvadoreña.

Se realizó un recorrido por las fronteras posterior a la reunión, donde la Ministra Valdéz pudo presenciar los trabajos de remodelación que se están llevando a cabo en el lado hondureño. También se pretende fortalecer el tema de multidestino ya que es más fácil venderse como región donde es posible ofrecer varios escenarios para el disfrute de los turistas.

Dentro de las acciones que se llevarán a cabo para el rápido acceso a los turistas, se estará aumentando al cien por ciento el personal en ambas fronteras, así como la opción de chequeos en línea, pre chequeos, listas anticipadas de excursionistas entre otras medidas.

Para este feriado agostino se espera la llegada de más de veinte mil turistas salvadoreños, que generen un ingreso de divisas de más de 4 millones de dólares, que son aproximadamente 120 millones de lempiras. Así seguir convirtiendo a Honduras en el destino preferido de los salvadoreños en la región.

Fotografías de la Visita a Frontera El Amatillo



Negociación Técnica de Transporte Aéreo entre Honduras y Belice - Seguimiento al Acuerdo Aéreo entre Belice y Honduras | Roatán, Islas de la Bahía

Se contó con la participación de representantes del Estado de Honduras, el Estado de Belice e invitados especiales.

Objetivo: Abordar aspectos sobre servicios aéreos.

Se llevó a cabo la negociación técnica de transporte aéreo entre Honduras y Belice. Las delegaciones representantes de gobierno de Belice y Honduras se reunieron en Roatán, Islas de la Bahía, con el propósito de examinar asuntos relativos a los servicios aéreos y negociar un primer acuerdo de transporte aéreo entre ambos países.

Fotografías Negociación Técnica de Transporte Aéreo entre Honduras y Belice



Cumbre de la Economía Naranja | Medellín, Colombia

Objetivo: Aumentar la conciencia pública sobre cómo la Economía Naranja representa una ventaja competitiva para empresas, instituciones, empresarios y para un país en su conjunto, promoviendo así una transición más rápida y eficiente hacia un modelo económico naranja. Convertir a los participantes del evento, en agentes de cambio en sus regiones y comunidades con base en los conocimientos adquiridos durante ambas jornadas de la Cumbre.

Se abordaron los siguientes ejes temáticos: propiedad intelectual en la economía creativa; economía digital, inteligencia artificial y nuevos medios; cine, TV y animación; cultura y arte como generadores de riqueza económica y social; música; diseño, entre otros.

La Economía Naranja se basa en la generación de riqueza por medio del talento, la conectividad y la herencia cultural de las regiones, y hoy es uno de los principales ejes de desarrollo económico. Los expertos invitados sugieren que para que la economía crezca es necesario implementar políticas públicas para la educación que fomenten la creatividad, además de políticas tributarias que incentiven el crecimiento de las industrias creativas y culturales.



Reuniones Ministeriales | Berlín, Alemania

Participantes: Nicole Marrder, Christa Castro Varela (Embajadora de Honduras en Alemania)

Objetivo: Desarrollar agenda ministerial junto a la Embajadora de Honduras en Alemania, Christa Castro, y empresarios de alto nivel en Alemania.

Se sostuvieron las siguientes reuniones:

- Sra. Ulrike Metzger, Jefe de División para Políticas de Desarrollo Regional del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ)
- Sr. Andreas Bulling, Director de Relaciones Internacionales Corporativas LUFTHANSA
- Sr. Stefanescu, Director Ejecutivo de United Buddy Bears
- Sra. Birgit Zander, Directora y el Sr. Frank Bahrenburg, Festival de Luces en Berlín
- Dr. Ralf Gaffal, Director General de Aeropuertos de Múnich y Sr. Alexander Schroll, Director para las Américas, Ventas y Marketing de Aerolíneas
- Sra. Radmilla Labus, Labus Consulting
- Sra. Lavinia Frey, Sr. Michael Dieminger y el Dr. María Gaida; Humboldt Forum

Las anteriores con el propósito de crear o dar seguimiento a proyectos en conjunto, tratando temas de ecoturismo, turismo cultural, conectividad aérea, entre otros.

Fotografías Reuniones Ministerial | Berlín, Alemania



World Travel Market (WTM) | Londres, Inglaterra

Participantes: Nicole Marrder, Tatiana Siercke, Embajador de Honduras en Inglaterra Iván Romero

Objetivo: Participar en la World Travel Market WTM en Londres, Inglaterra. A la vez, desarrollar agenda ministerial en el marco de la feria junto a empresarios del rubro turístico de Honduras y Embajador de Honduras en Inglaterra.

Se realizaron reuniones de trabajo con: CNN, WTM Latinoamérica, Tour Operadores Mesoamérica, miembros CATA, posibles inversionistas, Sunwing, Air Europa, Transat, Organización Mundo Maya, Natulle y empresa NODE.

Logros obtenidos:

- Alta posibilidad de maximizar la relación que se deriva de viaje por tema de deportes acuáticos que se da en la feria de BOOT Dusseldorf a viajes a tierra firme con el producto cultural en vista que se está presentando demanda del mismo. Haciendo un total de dos semanas de visita al destino (una en tierra firme y otra en Roatán)
- Otro producto que está siendo solicitado es el Ecoturismo.
- Evaluación de propuesta de empresa Future Brand que trabajó la marca país de Costa Rica y otros países como Perú para el desarrollo de las marcas de nuestros destinos.
- Detonar desarrollo turístico de Tela con la aerolínea Sunwing.
- Detonar nueva inversión en la isla de Roatán con nuevos inversionistas.
- Estimulación de nuevos mercados en Europa de la mano con Air Europa para generar más tráfico de dicha región a Honduras (se comenzará con España y R.U.)
- Con el sector privado hondureño se convino en desarrollar una estrategia basada en relación mercado/ producto siendo los productos identificados los siguientes: Buceo, Arqueología, Naturaleza y aventura, MICE, Culturas vivas, Ciudades coloniales y Agroturismo.
- Firma del convenio con FEDECTAUR y OMM con miras a fortalecer la participación del sector privado en la organización no solo a nivel de los países miembros de la OMM sino de toda la región de C.A.

- Posibilidad de atraer una nueva línea aérea de Israel bajo el mando del anterior CEO de TUS Airlines
- Reunión con Ministro de Turismo de Guatemala Jorge Mario Chajón para efectuar visita al IRTRA junto con la Ministra Marta Doblado para conocer de dicho modelo de cara al rescate del proyecto de INDURA
- Reunión con los Señores Alexander y Lord Brennan de la compañía Brennan & Partners quienes mostraron un alto interés de hacer inversiones de joint venture en Roatán en el tema turístico y para lo cual se dará el seguimiento respectivo con embajador Iván Romero.
- Entrevistas concedidas con varios medios de comunicación donde se dio a conocer el potencial turístico de Honduras.



Intercambio de Experiencias | Colombia

Se realizaron una serie de reuniones junto al Subsecretario de Estado en el Despacho de Seguridad de Honduras, Luis Suazo; en la ciudad de Medellín, Colombia, con el propósito de conocer los diferentes Programas de Reincorporación e Inclusión a la Sociedad de Jóvenes en Riesgo Social, en el área turística de la ciudad antes en mención, en conjunto de autoridades Municipales, Turismo y Economía Naranja.

Durante las reuniones, se dieron a conocer los diferentes programas e inversiones que ha desarrollado el gobierno de Medellín para poder cambiar la calidad de vida de los pobladores y lograr atraer visitantes. No se adquirieron compromisos debido a que a principios del año 2020 se realizará cambio de gobierno local.

Asimismo, se participó en los actos en conmemoración del XX aniversario, del Parque PANACA y FUNDAPANACA en donde se llevó a cabo la Primera Ceremonia de Graduación de Líderes Rurales, con estudiantes provenientes de Honduras, México, República Dominicana, Panamá y Colombia, que están certificados en programas de Agroturismo, técnica laboral, agropecuaria y diplomados relacionados.

Fotografías Colombia



SUB SECRETARÍA DE PROMOCIÓN Y MERCADEO

CAMPAÑA DE VERANO

Se realizó la conceptualización, formulación y promoción de la Campaña de Verano de Honduras 2019, que tiene como tema **“Honduras, Más que un Destino”**. La Campaña tuvo su lanzamiento oficial en el Parque Arqueológico de Copán en Copán Ruinas. Durante el Lanzamiento de la Campaña de Verano, el Presidente de la República Juan Orlando Hernández, y el Viceministro Orellana brindaron invitación en temas referentes a los destinos a visitar en esta Semana Santa, medidas de seguridad que se deben tener cuando se viaja, productos nuevos que las pequeñas empresas del país ofertan, las nuevas carreteras con fácil acceso hacia varios destinos del país y el



crecimiento de destinos turísticos en los diferentes departamentos y zonas turísticas.

COCAL 2019

La participación en **COCAL 2019**, evento líder de la industria de reuniones y eventos de negocios que reúne Organizadores, Proveedores y Generadores de Eventos, agrupados bien bajo la figura de asociaciones, burós, universidades, instituciones públicas y privadas, bien como profesionales, empresas y corporaciones para promover y proyectar el nivel competitivo de la industria de la región, dicho evento fue realizado en la ciudad de Panamá. Dentro de los logros obtenidos: se propuso a Honduras como sede auxiliar para COCAL 2021. También, queda como finalista para realizar presentación de país en COCAL Lima, Perú en el 2020 para postular a Honduras como sede para COCAL 2022.



PLATAFORMA DE TURISMO GOLFO DE FONSECA

Se asistió al Lanzamiento de 5 destinos de la región del Golfo de Fonseca, como ser: Amapala, San Lorenzo, Choluteca, San Marcos de Colón y Marcovia. Durante el evento se presentó un video que fue ejecutado por medio de la colaboración de la Plataforma de Turismo del Golfo de Fonseca y Oportunidades Rurales, proyecto que promueve el desarrollo económico inclusivo en la región Golfo de Fonseca y es financiado por Asuntos Mundiales Canadá y ejecutado por Swisscontact.



SEMANA SANTA

Durante Semana Santa, se realizó una gira de supervisión en la zona Noroccidental del país, donde se realizaron foros televisivos, conferencias de prensa y entrevistas a medios buscando la promoción de los diferentes destinos. Asimismo se realizó dentro de la gira visitas de inspecciones de diferentes centros turísticos, cámaras de turismos, parques, playas hoteles y encuestadores del IHT junto con el equipo de CONAPREMM.

CONVERSATORIO PRESIDENCIAL EN TELA

Se organizó y participó en el Conversatorio que el Presidente de la República sostuvo en la ciudad de Tela el día 29 de abril, el cual tuvo como objetivo reconocer los logros obtenidos en Semana Santa y los puntos de mejora que la ciudad puede tener.

VISITA EMPRESARIOS ISRAELÍ

Se participó en una presentación de país con 22 empresarios israelíes y el Ministro Leonel Ayala, dicha presentación tenía como objetivo la búsqueda de inversión en el ámbito de turismo a dichos empresarios.



VISITA EMPRESARIOS TAIWAN

El Instituto Hondureño de Turismo junto con con la Oficina Comercial para Centro América CATO y la embajadora de Honduras en Taiwán la Señora Ingrid Hsing, recibieron una delegación de 11 personas, compuesta por 9 personas del rubro de Turismo y 2 gerentes de proyecto de la Oficina de CATO; la delegación participó en una gira en la zona centro y occidente del país.



IBTM AMÉRICAS

La Feria de Negocios IBTM Américas se realizó en la ciudad de México. Se contó con la participación de más de 4,000 asistentes y se contó con más de 30 reuniones “one-on-one” en tres días. Se tuvo como objetivo principal promocionar la oferta en el rubro de Turismo de Eventos y Convenciones a proveedores/compradores de la industria.



INAUGURACIÓN YOGA SUMMIT



Se participó en la Inauguración del Yoga Summit 2019, evento que se realizó enmarcado la celebración del día Mundial del Yoga. Se tuvo la presencia del Embajador de India, miembros de la Secretaría de Desarrollo Económico, Secretaría de Turismo y Autoridades Locales, así como de cientos de participantes extranjeros en la ciudad de Copán

Ruinas.

FUNDAPANACA



Se recibió a un representante de FUNDAPANACA, fundación colombiana la cual junto con el Programa Presidencial de Becas 20/20 becarán a empresarios del rubro turístico, más específicamente agro turístico para un taller intensivo de un mes en el Parque PANACA, en Colombia. El representante de la fundación vino a Honduras a conocer a los

becarios y sus empresas que se encuentran en todo el país iniciando con la primera visita de becarios en la Finca La Cantadora.

GIRA DE MEDIOS Y CONFERENCIA DE PRENSA, EL SALVADOR



Se organizó y realizó una Conferencia de Prensa en la cual se invitó a la población salvadoreña a visitar Honduras durante el feriado del mes de agosto, dando a conocer las mejoras en infraestructura vial, la cercanía de los destinos, así como la amplia variedad de oferta con la que contamos.

Asimismo se realizó visita a la Ministra de Turismo de El Salvador, la Lic. Morena Valdez, dicha reunión tuvo como objetivo principal realizar un acercamiento con

la ministra para presentar el plan logístico, de seguridad y ordenamiento que se llevará a cabo durante las Fiestas Agustinas para la seguridad de todos los turistas que visitarán Honduras.

HEROES FEST, COLOMBIA

Se participó en una gira en el extranjero para asistir a la Feria Heroes Fest, en Colombia. Dicho festival es el festival de emprendimiento e Innovación más grande del país, organizado por iNNpulsia Colombia con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tiene como propósito fomentar la creatividad, el talento, así como conocer a los futuros emprendedores e innovadores de Colombia. Se tuvo como objetivo principal observar y recabar información sobre dicho evento para lograr impulsarlo en Honduras.

JICA

Se sostuvo reunión con representantes de JICA en la cual se presentó la segunda fase del Proyecto OVOP, se determinó el apoyo de JICA con la segunda fase del proyecto OVOP. Se inició de esta manera el proceso de certificación y aprobación de la Segunda fase del proyecto con apoyo de las Secretarías de Cancillería y Gobernación.



CUMBRE DE TUXTLA

Se participó en la XVII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla en la ciudad de San Pedro Sula, donde se sostuvieron una serie de conferencias, reuniones, foros multilaterales para establecer acuerdos y acciones regionales en diferentes ámbitos para el desarrollo sustentable de la región.

TMLA QUITO, ECUADOR

Se participó en la Feria TravelMart LatinAmerica y una serie de reuniones con empresarios del rubro turístico en la ciudad de Quito, Ecuador. Se participó en la (43) edición de la Feria Travel Mart Latin América. Esta rueda de negocios está dirigida a profesionales de la industria turística y está considerada como una de las principales ferias del sector de viajes de América Latina. El objetivo de participar en este evento B2B es debido a que es una importante plataforma de oportunidad para reunirse con socios de negocios y empresas mayoristas de Norteamérica y el mundo; a la vez para los expositores es una excelente plataforma de ventas, establecer nuevos contactos, generar posibles alianzas y afianzas los contactos existentes.



CERTIFIED MEETINGS SPECIALIST

Participación en el Certified Meeting Specialist (Certificación de Especialistas en Eventos de Negocios). Taller en el cual participaron especialistas en el rubro de Turismo de Eventos y Convenciones a nivel nacional y fue impartido por especialistas de México. Por medio de la Cámara Nacional de Turismo, USAID y el Buró de Convenciones de Honduras, se logró impartir el taller a 25 empresas que se especializan en este rubro que, buscaron el apoyo de entidades externas para lograr la profesionalización de las empresas del país.



FORO MARCA PAÍS

Se participó en el Foro Internacional de Marca País, evento en el cual participaron diferentes entidades de Marcas País de América Latina, así como diferentes representantes de empresa privada, gobierno central y gobierno local de Honduras. El objetivo principal del foro es compartir experiencias y buenas administraciones que se tienen en las diferentes Marcas de América Latina, así como la realización de paneles participativos para que los diferentes sectores puedan conocer mejor las buenas prácticas que se realizan en los diferentes países.



SUBSECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN, GESTIÓN E INVERSIÓN

La Subsecretaria de Estado ha ejercido la representación de la Secretaria de Estado en el Despacho de Turismo en los siguientes eventos

INTERNATIONAL MEDITERRANEAN TOURISM MARKET (IMTM) 2019

Desarrollada en las ciudades de Haifa y Jerusalem en las fechas comprendidas del 07 al 13 de febrero, para llevar a cabo reuniones B2B con tour operadores Israelíes en conjunto con tour operadores y hoteleros Hondureños. También participando en la Rueda de Negocios, International Mediterranean Tourism Market (IMTM) 2019 en la ciudad de Tel Aviv, Israel, ambas actividades se realizaron con el objetivo de promocionar los destinos turísticos hondureños al mercado Israelí.



CENTRAL AMERICA TOURISM AGENCY (CATA) Y CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO (CCT)

La LIV Reunión del Consejo Directivo de CATA y la CX Reunión del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) se desarrollaron en la ciudad de Peten, Flores, Guatemala del 22 al 25 de febrero con el objetivo de ejecutar acciones encaminadas al fortalecimiento del multidestino turístico en la región SICA así como la identificación de nuevas líneas de trabajo con los cooperantes.



CONGRESO DE TURISMO ARQUEOLÓGICO MUNDO MAYA Y REUNIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA ORGANIZACIÓN MUNDO MAYA (OMM)

Desarrollada en la Ciudad de Guatemala en las fechas comprendidas del **07 al 10 de abril**. Los temas que se desarrollaron en el Congreso fueron los siguientes:

- Fomentar la investigación, conservación, puesta en valor, concientización y generación de una cultura al patrimonio nacional.
- Conservación Arqueológica y turismo en sitios patrimonio de la humanidad.
- Manejo de visitantes e interpretación arqueológica.
- Propuestas de diversificación del producto turístico.
- Herramientas tecnológicas para usuarios en parques.
- Comercialización del producto arqueológico.



SEMANA SANTA Y SEMANA MORAZÁNICA 2019

En apoyo a las actividades rectoradas por la Secretaría de Turismo e Instituto Hondureño de Turismo (IHT) para estimular el turismo regional e interno de nuestro país, se realizaron los operativos para la Semana Santa supervisando y promocionando los sitios turísticos de Lago de Yojoa, Comayagua y Zona Sur en las fechas comprendidas del 14 al 19 de abril; así como la supervisión de los operativos y promoción de los destinos turísticos para la Semana Morazanica en las fechas comprendidas del 01 al 04 de octubre.



Para ambas actividades se sostuvieron reuniones con las autoridades de las diferentes localidades turísticas para coordinar actividades y supervisar la afluencia de veraneantes así como las medidas de seguridad implementadas.

LV REUNIÓN ORDINARIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DE CATA Y RUEDA DE NEGOCIOS CENTROAMÉRICA TRAVEL MARKET (CATM) 2019 EN LA CIUDAD DE GUATEMALA

La LV Reunión Ordinaria del Consejo Directivo de CATA y la Rueda de Negocios Centroamérica Travel Market (CATM) 2019 se desarrollaron en la Ciudad de Guatemala, Guatemala en las fechas comprendidas del **04 al 06 de junio**. La participación en la Rueda de Negocios permitió promover el país ante el mercado americano, suramericano y europeo con el objetivo de lograr una mayor captación de turistas internacionales al país a través de negociaciones profesionales del sector privado participante con el fin de aumentar el empleo, ingresos y desarrollo local.



ASAMBLEA GENERAL DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO EN SAN PETERSBURGO (FEDERACIÓN DE RUSIA)

Se desarrolló en San Petersburgo (Federación de Rusia) en las fechas comprendidas del **06 al 15 de septiembre**. En las reuniones sostenidas se desarrollaron propuestas para mejorar la sostenibilidad del turismo en cada país, así como la definición de un plan de trabajo centrado en los temas de cambio climático y la generación de empleo entre otros temas.



26TH CONFERENCIA ANUAL DE CRUCEROS Y TRADE SHOW EN SAN JUAN, PUERTO RICO

Se desarrolló en la ciudad de San Juan, Puerto Rico en las fechas comprendidas del **20 al 26 de octubre**. El objetivo del evento es proporcionar un foro para el debate sobre el desarrollo del turismo, los puertos, la seguridad, maximizar cruceristas, líneas de cruceros, y así mejorar la experiencia del destino y la cantidad de cruceristas. La conferencia es una de las más importantes en la industria de Cruceros organizada por la Asociación de Cruceros del Caribe de Florida (FCCA), del cual Honduras es miembro Platino.



RUEDA DE NEGOCIOS DEMA SHOW 2019 EN ORLANDO, FLORIDA

Se desarrolló en la ciudad de Orlando, Florida del **11 al 17 de noviembre**. El objetivo del evento es promocionar el turismo, el buceo y las aventuras acuáticas del país, en dicha Rueda de Negocios participaron 15 empresas privadas de las Islas de la Bahía.



GERENCIA DE MERCADEO

La Gerencia de Mercadeo, es la responsable dentro del Instituto Hondureño de Turismo, de promocionar el país en los diversos mercados tanto nacionales como internacionales, mediante estrategias publicitarias, alianzas y planes programados para el desarrollo y posicionamiento de Honduras como un destino turístico.

A continuación, las unidades ejecutoras que conforman la Gerencia de Mercadeo:

- Unidad de Mercados Internacionales
- Unidad de Mercados Nacionales
- Unidad de Mercados Digitales
- Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras

UNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES

Entre las Ruedas de Negocio de mayor impacto en el año 2019, se detallan a continuación:

Feria Internacional de Turismo – FITUR

Esta rueda de negocios brindó la apertura necesaria para cubrir el Mercado europeo, en especial el Español,



procurando incrementar el turismo receptivo al país. Crecimiento que ha sido demostrado por la segunda frecuencia de Air Europa.

Firma de Protocolo General de Colaboración entre el Consorcio Escola D´Hoteleria de Lles Illes Balears y SETUR-IHT para comenzar con una asistencia en temas de formación y capacitación para el recurso humano que trabaja en sector de turismo.

Se logró la premiación de destinos de Honduras en la ceremonia de entrega de la Presidencia Protempore de Belice a Guatemala.

Rueda de Negocios Boot- Dusseldorf



En la participación en la Rueda de negocio internacional más grande a nivel mundial en el área de buceo, BOOT Dusseldorf, se logró la promoción de Honduras en el mercado Alemán de los productos y servicios que ofrece el destino referente al buceo, barcos y deportes acuáticos, tales como kayaking, snorkeling, pesca deportiva, rafting, entre otros.

Durante el desarrollo de la rueda de negocios se lograron ventas por un valor estimado de 19.2 millones de Lempiras y con una proyección de ventas según las reservas de clientes que superarán la cifra de 38.4 millones de Lempiras para la temporada 2019-2020.

La integración de Guanaja como destino de viajes de buceo fue el mayor éxito obtenido; el comienzo de la venta de Guanaja como destino de viaje de buceo se dio en el Boot Show 2019 y desde entonces más de 100 buzos y veraneantes de playa reservaron sus vacaciones en Guanaja para el 2019 y 2020.

ANATO

Los empresarios nacionales lograron concretar negociación para la venta de circuitos de Honduras con Grupo AVIATUR Colombia, así como Grupo Nuevo Mundo y Costa Mar de Perú.

El stand de Honduras reflejo el multiproducto nacional, lo cual incremento la afluencia de visitantes que se sentían maravillado por conocer este destino, así mismo se destaca que recibió la visita de la Presidenta de ANATO la Sra. Paula Cortés, quien incentivo e invito para que Honduras siga participando en esta feria ya que es un mercado de mucho interés para los colombianos.



Rueda de Negocios y Feria Internacional Mediterranean Tourism Market

La participación del Instituto Hondureño de Turismo en conjunto con empresarios hondureños del rubro en la Feria Internacional de Turismo IMTM que se llevó a cabo

en Tel Aviv, Israel , fue con el fin de dar a conocer la oferta y la variedad de atractivos con que cuenta el país con con el objetivo de poder incentivar las llegadas de visitantes y turistas entre ambos países.

Negociación y apertura para un viaje de reconocimiento familiarización por parte de los tour operadores de Israel con el propósito de lograr promover Honduras como un destino turístico.



Travel & Adventure Shows

Una cadena de ferias en las cuales el IHT participa en cuatro de ellas. En el 2019 se recibió una placa al lograr ubicarnos en el libro *Mil Lugares Para Ver Antes de Morirse*, literatura estadounidense que vela directamente por el turismo en forma de sueño o deseo, demostrando que es una obligación presenciar Honduras en sus vidas.



ITB

La participación en el evento ITB 2019, logro que el Instituto Hondureño de Turismo promocionará a Centro América como región y a la vez, aprovecho esta plataforma de comercialización para establecer contactos entre el sector privado hondureño y agentes mayoristas y tour operadores del mercado Alemán, para incentivar el turismo receptivo de Alemania hacia Honduras, mostrando los diferentes atractivos que ofrece el país y las posibilidades de rutas combinadas dentro de la región.



British Birdwatching Fair

Es uno de los eventos más prestigiosos del nicho de aviturismo. Donde personas de alto nivel adquisitivo buscan nuevas aventuras y nuevos retos para poder disfrutar de la naturaleza y el avistamiento de aves. En la British Birdwatching Fair se logró presentar Honduras como un destino atractivo para este mercado debido a más de sus 700 especies de aves.



TMLA

TravelMart LatinAmerica es la rueda de negocios más respetada a nivel B2B debido a su sistema establecido por William H. Coleman desde los años 70. Honduras se logra posicionar con nuevos empresarios latinoamericanos en el rubro de turismo, como un multidestino turístico, demostrando la variedad de productos que se ofrecen.



World Travel Market

Honduras se presentó en el Reino Unido con el propósito de promocionar a Centro América como región y a la vez el de aprovechar esta plataforma de comercialización para establecer contactos entre el sector privado hondureño y agentes mayoristas y tour operadores del mercado Europeo del Reino Unido, para incentivar el turismo receptivo del Reino Unido y Europa hacia Honduras.



Se logró por primera vez la presencia en la presente Edición de 09 empresarios del sector privado hondureño lo que beneficiará al país en base a las negociaciones y nuevos contactos que lograron generar en la presente participación; que se van a traducir en ventas al mediano y largo plazo.

Rio Grande Valley Birding Festival

Primera participación de Honduras, se logró un evento exitoso gracias a la colaboración del equipo de Estrategia y Comunicación de Casa Presidencial que se embarcaron con el mismo fin, desarrollar el producto turístico de aviturismo en Honduras.

Llevada a cabo en Harlingen, Texas, en el stand de Honduras se muestra lo mejor de los destinos que ofrecen una experiencia excelente de Aviturismo, todo esto con el fin de atraer más viajeros a conocer nuestros Parques Nacionales y su variedad de aves.



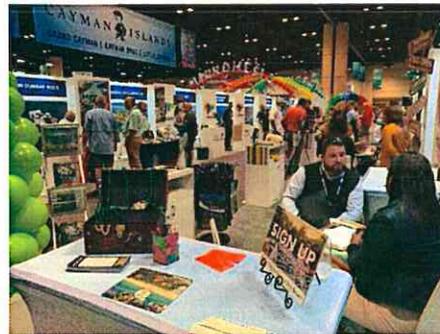
DEMA Show



La Viceministra de Turismo, María José Moncada, junto al asesor Yovany Fiallos, se encargaron de mostrar a los visitantes la grandiosa oferta turística que nuestro país tiene en materia de buceo al tener en su territorio parte de la segunda barrera coralina más grande del mundo: el Arrecife Mesoamericano. Todo con el fin de continuar atrayendo más viajeros a descubrir el potencial hondureño en materia de buceo.

Honduras contó con un pabellón en donde se expuso el producto de Buceo del país, y en donde se llevaron a cabo negociaciones diversas.

Se sostuvieron reuniones con empresas mayoristas presentes en feria. Participaron 14 empresas hondureñas, para fortalecer el producto que se expondrán en evento.



Se concretaron alrededor de 20 a 25 nuevas negociaciones con empresas que puedan vender nuestros productos en sus respectivos mercados.

Alianzas Estratégicas

Debido a las alianzas estratégicas desarrolladas con las empresas Chárter de Canadá Transat Tours y Sunwing Vacations para las temporadas de invierno 2018/2019. Se logró obtener la llegada al país de 36,137 turistas canadienses; dejando como resultado una derrama económica según gasto promedio por estadía que superó los 34.13 millones de dólares. Asimismo para la temporada de verano con la empresa Chárter de Canadá, Transat Tours, se logró obtener la llegada al país de 3114 turistas

canadienses; dejando como resultado una derrama económica según gasto promedio por estadía que supera los 2.9 millones de dólares.

Se logró el arribo por primera vez en el país de la aerolínea Westjet proveniente de Toronto-Canadá. A partir del mes de diciembre de 2019, arribó a la Isla de Roatán el primer vuelo con la aerolínea WestJet. La aerolínea estará operando un vuelo semanal todos los domingos finalizando la primera temporada de vuelos el día domingo 26 de abril del 2020.

En continuación con la conectividad aérea; como resultado de la excelente movilización de pasajeros en las rutas de Houston y FortLauderdale hacia la ciudad de San Pedro Sula; La aerolínea Spirit Airlines a inicios de octubre de 2018 apertura la nueva ruta aérea desde Orlando, Florida hacia la ciudad de San Pedro Sula. La empresa Spirit Airlines ha movilizado más de 1.1 millones de pasajeros desde su primer vuelo hacia Honduras en el año 2007; por lo que por medio de esta nueva ruta se logrará incrementar aún más las llegadas de turistas e ingresos por divisas al país. Asimismo durante el mes de noviembre de 2019, la Aerolínea Air Europa dio por iniciada una segunda frecuencia de vuelos todos los martes desde Madrid, España hacia la ciudad de San Pedro Sula.

Campañas Promocionales

Se logró la producción de la campaña de Verano 2019 **“Honduras, Más que un destino”**, para la cual se elaboraron 8 comerciales de televisión (Tegucigalpa, La Ceiba, Sur, Occidente, Comayagua, Copan, Lago de Yojoa y Gracias, 3 spots de radio y 12 fotos fijas para ser utilizados en la publicidad de exteriores.



Así mismo, se llevaron a cabo con éxito las campañas para la temporada de Feriado bancario 2019, orientada al mercado guatemalteco y que lleva por nombre **“Este feriado bancario, Vámonos a Honduras Muchá”** la cual se promocionó mediante un tour de medios en Guatemala y a través del evento denominado **“B2B”** que se llevó a cabo en Ciudad de Guatemala en el mes de mayo.

También se realizó la campaña de Fiestas Agostinas en San Salvador, El Salvador, bajo el nombre **“Si quieres Vacaciones Chivas en Honduras las tenes”**, la cual se llevó a cabo mediante publicidad en exteriores como ser: pantalla digital, tótem, vallas digitales, mopis y cajas led.

A su vez, para el Feriado Morazánico se usó el concepto de la campaña sombrilla de identidad nacional, **“Honduras, Más que un Destino”**, orientada al mercado nacional y con el objetivo principal que a través de los destinos de Honduras motivar a los

hondureños a sentirse orgullosos de su identidad, mediante el desarrollo de una pauta digital e inserciones en revistas especializadas, tales como: Hablemos Claro y Cromos.

UNIDAD DE MERCADOS NACIONALES

Entre las actividades de mayor impacto en el año 2019, se detallan a continuación:

Del 11 al 21 de abril se realizaron operativos previos y durante la Semana Santa, con el objetivo de brindar recibimiento a turistas regionales e internacionales en los sitios de mayor afluencia turística, así como asistencia de información de destinos, entrega de material promocional y servicio de sanitarios portátiles para comodidad e higiene de los turistas en diferentes playas del país.



Del 02 al 11 de Agosto se realizaron operativos en las fronteras del Poy y el Amatillo, con el objetivo de brindar recibimiento a turistas Salvadoreños que visitan el país durante su feriado de fiestas Agostinas; se brindó asistencia de información de destinos, entrega de material promocional y servicio de sanitarios portátiles para comodidad e higiene de los turistas.



En el mes de Mayo se atendió la visita de una Delegación Exploratoria de Industria Turística por Centroamérica de la República de China, Taiwán dicha delegación estuvo comprendida por doce (12) empresarios del sector turismo de China Taiwán, así como

un blogger, que ingresaron al país con el fin de promover el turismo y la imagen de Honduras en Taiwán.

Logro: Dentro de los resultados de mayor importancia: Se lograron concertar citas de negociación entre el sector privado hondureño y los empresarios taiwaneses en los destinos visitados. Así como, también se logró la promoción y publicidad en redes sociales del grupo visitantes, así como en los posteos realizados por el Sr. Bryan Chi.

前所未有的安全感!

在宏都拉斯令人印象深刻的一件事，二名配槍的警務全程隨行，從機場入境開始，一直到機場出境大廳，從城市到景區，寸步不離。晚上放心的在小鎮裡遊，就連偏僻小馬路，都會先幫忙控制交通，如此細心周到的服務，讓人體驗了前所未有的禮遇與安全感!

Ver traducción



Del 14 al 21 de noviembre se llevó a cabo una gira con 13 Operadores Turísticos provenientes de Israel, dicha delegación estuvo comprendida por trece (13) empresarios del sector turismo, ellos visitaron diferentes destinos como se Lago de Yojoa, Gracias, Copán Ruinas, Tela, La Ceiba, Roatán y San Pedro Sula. Logro: Se lograron concretar citas de negociación entre el sector privado hondureño y los empresarios de Israel.



A continuación se presenta un cuadro resumen de los Press y Fam trips de acuerdo al lugar de procedencia de los grupos atendidos durante el año:

Procedencia	Press Trips atendidos	Fam trips Atendidos	Cantidad de Grupos atendidos en 2019
Europa	6	3	9
Asia	0	2	2
Centroamérica	1	1	2
TOTAL	7	6	13

UNIDAD DE MERCADOS DIGITALES

Manejo de las Cuentas Oficiales de Páginas Web y Redes Sociales de VisitHonduras, Honduras.Travel e IHT

Campaña "Honduras más que un destino"

Para promover el país previo Semana Santa, se lanzó la campaña Honduras más que un destino. La campaña estuvo al aire del 8 de marzo al 4 de abril, se obtuvo un engagement total de 1.16%, se alcanzaron a 2,192,883 personas, se obtuvieron 25,495 interacciones y aumentamos +2,199 fans durante la campaña. La mejor publicación de la campaña fue:

	<p>Fecha: 4/4/2019 Alcance: 692,853 personas (Orgánico: 124,139; Pagado: 616,216). Interacción: 7,805 entre likes, comments y shares. Engagement de la publicación: 1.12% Publicación: Promoción de las costumbres y de la belleza de Comayagua durante la Semana Santa como parte de la campaña "Honduras, más que un destino". Link: https://tinyurl.com/yy5kjsee</p>
---	---

Campaña "Visit Honduras Challenge"

Durante la Semana Santa, se lanzó el "Visit Honduras Challenge", el cual consistió en recorrer toda Honduras en una semana con el objetivo de promocionar los destinos turísticos de Honduras, destacar el buen estado de las carreteras, hacer contenido de la afluencia durante la Semana Santa, motivando al hondureño a salir a disfrutar y conocer su país. Se obtuvo un alcance de 705,055 personas y fue el mes donde más crecimiento hubo en IG, con más de 2,000 seguidores.

Instagram stories



Fecha: 14 - 20 abril

Publicaciones: 25

Views: 44,433

Crecimiento en las redes sociales de Visit Honduras e IHT oficial durante el 2019

Crecimiento de la comunidad Visit Honduras hasta la fecha				
Meses	Facebook	Instagram	Twitter	Pinterest
Enero	205,242	8,836	2,407	110
Febrero	207,586	9,453	2,567	109
Marzo	209,418	10,178	2,617	114
Abril	210,744	12,228	2,731	116
Mayo	213,349	12,843	2,786	121
Junio	216,808	13,247	2,856	124
Julio	221,479	14,400	3,477	126
Agosto	227,089	15,960	4,456	131
Septiembre	230,089	16,861	5,365	137
Octubre	231,151	17,912	5,799	141
Noviembre	232,340	18,671	5,823	146
Diciembre	236,651	19,184	5,895	147

Crecimiento de la comunidad IHT Oficial			
Meses	Facebook	Instagram	Twitter
Enero	78,902	150	374
Febrero	77,371	174	450
Marzo	77,759	295	553
Abril	78,631	456	661
Mayo	81,213	569	780
Junio	80,586	621	864
Julio	82,206	723	1,640
Agosto	85,524	816	2,471
Septiembre	86,104	935	2,664
Octubre	88,591	1,317	3,456
Noviembre	88,991	1,453	3,580
Diciembre	89,427	1,553	3,622

* Los números representan la cantidad de seguidores en las redes sociales

Post destacados durante el año:

Facebook IHT



Fecha de Publicación: 8 de enero.

Alcance: 71,695 personas

Interacciones: 4,444



Publicación informando sobre la nueva resolución respecto al plástico en Roatán, algo que causó impacto en nuestra fanpage al tratarse de un tema positivo en el contexto del medio ambiente, lo cual generó el número de interacciones señalado. .

UNIDAD DE BURÓ DE CONVENCIONES Y VISITANTES DE HONDURAS

A continuación se detallan los logros obtenidos en base a participaciones y apoyo en eventos por parte del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras, correspondiente al año 2019:

COCAL 2019

Honduras conto con representación en la Asamblea General de Socios plenos, reunión en la cual se presentó la carta de intención para postular Honduras como sede del Congreso COCAL 2022. En dicha reunión se ratificó que la presentación de país será realizada en la ciudad de Lima, Perú en el año 2019.



HONDUEXPO 2019: Diseño y Empaque

Se contó con la participación de distinguidos conferencistas y expositores quienes impartieron charlas sobre nuevas técnicas de empaque y diseño, así como también de embalajes. De la misma forma, hubo una Rueda de Negocios e intercambio cultural. Se concretó la venta de maquinaria de empaque, así como también la realización de negocios con empresarios nacionales e internacionales.

Participación en Rueda de Negocios IBTM Américas

IBTM América es el encuentro donde los referentes en la organización de congresos, convenciones, eventos corporativos y viajes de incentivo, se reúnen para conocer la propuesta global de negocio al estilo de Latinoamérica. Ofrece un confiable escenario con un profundo conocimiento en las oportunidades de la región, el cual brinda la posibilidad a Honduras a través del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras, de San Pedro Sula y los diferentes actores del sector de hacer conexiones, construir y posicionar nuestra marca en la industria de reuniones.



Del 29 al 30 de mayo del 2019, el Buro de Convenciones contó con el apoyo de empresarios del sector privado como ser: Paradise Beach, Infinity Bay, Grand Roatán, Pulhapanzak-Distrito de los Lagos y Club Hondureño Arabe. En dicha Rueda de negocios se atendieron 40 citas de negocios previamente agendadas con compradores internacionales como ser Tour Operadores, Agentes de Viaje, Organizadores internacionales de eventos y convenciones así como empresas de incentivos.

Rueda de Negocios FIEXPO 2019



La FIEXPO, es la feria más importante del mercado de reuniones y viajes de incentivos, donde se dan cita los principales directivos de Asociaciones de profesionales, ejecutivos de agencias de incentivos, Meeting Planners y organizaciones de eventos corporativos provenientes de Estados Unidos, Canadá, Europa, Latinoamérica y el Caribe. Representantes de empresas Tours Operadoras y funcionarios de promoción del Instituto

Hondureño de Turismo (IHT) participaron esta semana en la feria de negocios "FIEXPO 2019", que se realizó en la capital chilena, el cual aprovechando para promover el país como destino turístico.

Travel & MICE Business Forum



Con esto se logró la captación de nuevos contactos, networking, adquisición de nuevos conocimientos para el rubro del turismo de reuniones, presencia de país por parte de los dos representantes que participaron del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras, entrega de material promocional por parte del Instituto Hondureño de Turismo a

la Embajada de Honduras en Colombia y conversación con los representantes de dicha embajada, así como también se dio por oficializada la invitación para el año 2020 a continuar participando en dicho foro de turismo de negocios gracias a la buena labor y negociación realizada durante el evento.

Apoyo al Congreso Latinoamericano de Avicultura OVUM 2021

El Buró de Convenciones se encuentra trabajando en conjunto con la Asociación Nacional Avícola para la presentación oficial de Honduras como sede del Congreso Latinoamericano Avícola 2021, en donde se estarán recibiendo más de 4,000 personas en la ciudad de San Pedro Sula.

Celebración del Día Global del Turismo de Reuniones

Global Meetings Industry Day conocida por sus siglas en inglés GMID, reúne a líderes de la industria de reuniones y eventos para mostrar el impacto real que las reuniones de negocios, conferencias, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones comerciales y exposiciones tienen en las personas, los negocios y las comunidades. Profesionales de reuniones de todo el mundo participaron en el día internacional de promoción, con más de 120 eventos celebrados en 5 continentes contribuyendo a la capacitación y profesionalización del sector, comunicación de logros y estadísticas, así como el impacto social y cultural que genera esta industria.



IV Congreso de Medicina Física y Rehabilitación



Honduras tuvo el honor de abrir sus puertas a más de 300 personas al II Congreso de la Asociación Centroamericana de Urología (AUCA), VI Highlights de la Asociación Americana de Urología (AUA), II Simposium de la Confederación Americana de Urología (CAU), II Simposium Sociedad Iberoamericana de Urología Pediátrica (SIUP) y VIII Congreso Hondureño de Urología, este magno evento se llevó a cabo en la Isla de Roatán del 24 al 27 de Julio del 2019, en el Centro de Convenciones Paradise. El Buró de Convenciones apoyo el evento con el recibimiento de los conferencistas en el aeropuerto, entrega de material turístico, stand de información de país y apoyo en logística del evento.

GERENCIA DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO DE PRODUCTO

La Gerencia de Planeamiento y Desarrollo de Producto es dentro del engranaje del IHT, la responsable de ejecutar por mandato de la Dirección, las políticas y estrategias definidas para el sector turístico, mediante mecanismos de coordinación interinstitucional e internos a efecto de diseñar planes y programas identificados en la Estrategia Nacional de Turismo, necesarios para el fomento y promoción de la actividad turística.

En la actualidad, está conformada por seis unidades ejecutoras, las cuales son:

- Planificación Turística.
- Gerencia de Planeamiento
- Competitividad y Calidad
- Sostenibilidad Ambiental.
- Desarrollo de Producto
- Centro de Documentación Turística.

Proyectos Calificados como beneficiarios de la Ley de Fomento al Turismo año 2018

Se dictaminaron positivamente **34 solicitudes de otorgamiento de los beneficios contemplados en la Ley de Fomento al Turismo (LFT)**, con el propósito de incentivar y propiciar la industria turística en Honduras, en línea con los impactos esperados e indicadores proyectados en el **Programa Nacional de Generación de Empleo y Crecimiento Económico Honduras 2020** y con la competencia regional a través de incentivos de segunda generación, por un valor de inversión de **L 1403,390,440.22, que generarán 2,231 empleos directos.**

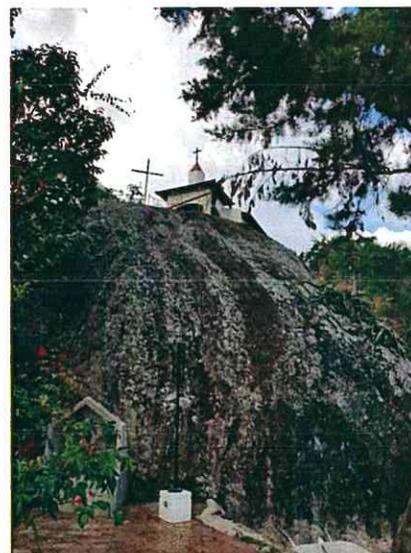
CATEGORIA	PROYECTOS CALIFICADOS	LOCALIZACION	INVERSION EN LEMPIRAS	EMPLEOS DIRECTOS
Pequeños Hoteles	13	Santa Lucia, Santa Rosa de Copan, Comayagua, Copan Ruinas, Tela, Choluteca, San Antonio de Oriente, La Entrada, Roatán, Valle de Ángeles, La Ceiba.	157,096,384.31	214
Grandes Hoteles	2	San Pedro Sula y Tegucigalpa	27,430,279.25	96

Arrendadoras de Vehículos	6	Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choluteca, Comayagua	426,460,364.73	99
Hoteles	7	San Pedro Sula, Tegucigalpa, Roatán y Siguatepeque.	434,800,655.35	546
Otras ofertas de naturaleza recreacional turística	2	Siguatepeque, San Pedro Sula	8,322,845.58	22
Condo Hoteles	2	Roatán, Trujillo	196,850,871.00	126
Terminales Marítimas de Ferry	1	La Ceiba, Roatán y Utila	17,679,040.00	28
Recintos Portuarios de Cruceros	1	Roatán, Islas de la Bahía	134,750,000.00	1,100
TOTALES	33		1403,390,440.22	2,231

En el mes de diciembre 2019, con una inversión 3.8 millones de lempiras, se inauguró el proyecto de Mejoramiento del Sendero de acceso al Pocito y construcción de la Capilla de la Virgen de los Remedios en el municipio de Tomalá, en Lempira; segundo santuario de vocación Mariana de Honduras; contribuyendo a impulsar el turismo religioso en esa localidad y el occidente del país.



Esta intervención es el resultado de un convenio de cooperación entre el Instituto Hondureño de Turismo y la Municipalidad de Tomalá. El apoyo financiero ascendió a L.2,999,843.00 asignados por la Tasa de Seguridad Poblacional y L.774,842.00 de contraparte Municipal.



UNIDAD DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD

Objetivo	Destinos Atendidos	Resultados
Fortalecimiento a capacidades del Sector: Capacitaciones a prestadores de servicios turísticos con el objetivo de elevar la calidad en los servicios y productos ofrecidos por los establecimientos. (Restaurantes, hoteles, tour operadores, policías de turismo, transporte, personal de aeropuertos, guías de turismo).	Trujillo, La Ceiba, Tela, San Pedro Sula, Omoa, Santa Cruz de Yojoa, Gracias, La Esperanza, Marcala, Copan Ruinas, Santa Rosa de Copán, Siguatepeque, Comayagua, Distrito Central, Yuscarán, Ojojona, La Paz, Valle de Ángeles, San Lorenzo, Amapala, Choluteca, Olancho	697 personas capacitadas.
Capacitaciones a docentes de centros educativos implementadores de la Cartilla Turística Infantil.	San Marcos de Colón, Distrito Central y San Juan de Flores	122 docentes capacitados.
Normativas: Certificación de establecimientos en cumplimiento de las Normas de Hospedaje y Restaurante del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).	La Esperanza, Valle de Ángeles, La Ceiba, Comayagua, Siguatepeque, San Pedro Sula, Jesús de Otoro, Distrito Central, Copan Ruinas, Santa Rosa de Copán.	23 empresas certificadas.
Asesorías de implementación del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).	Roatán y San Pedro Sula	11 asesorías al sector turismo.
Asistencia a reunión anual del Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA), teniendo como objetivo realizar acciones para la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes de turismo.	Nivel nacional	Planificación de actividades para campañas de prevención. Sede Reunión Anual Honduras 2020.
Asistencia Técnica a Centros de Canopy	Distrito Central, Omoa, San Pedro Sula, Siguatepeque, La Ceiba, Lago de Yojoa y alrededores	



Capacitaciones Prestadores de servicio turísticos



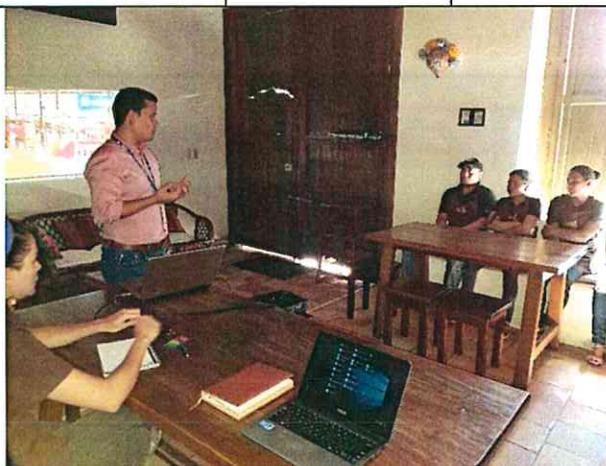
Asistencias Técnicas Centros de Canopy



Auditorías SICCS

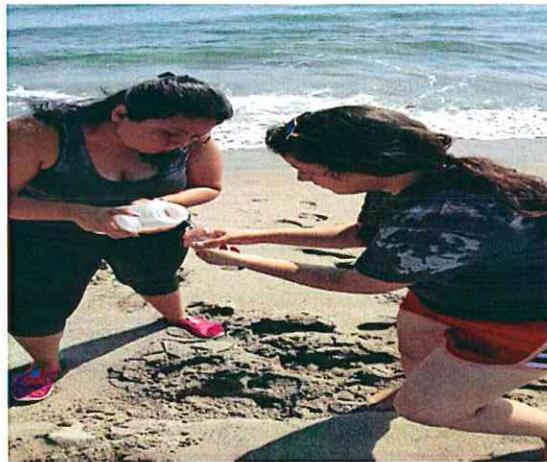
UNIDAD DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Asesorías a Empresas Incorporadas al Procesos de Buenas Prácticas: en el año 2019 se realizaron 8 asistencias sobre guías de buenas prácticas ambientales el sector turismo, la actividad se realizó con el objetivo de fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de las empresas del sector turismo para contribuir a su mejora continua.</p>	<p>San Pedro Sula, Gracias, Choluteca y Siguatepeque.</p>	<p>Se llevaron a cabo aproximadamente 15 asesorías a empresas en los diferentes destinos, desarrollando iniciativas orientadas a mejorar la competitividad y sostenibilidad.</p>





Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Implementación Bandera Azul Ecológica de Honduras: durante el 2019 se realizó asistencias técnicas a los comités locales del programa con el objetivo de incentivar la conservación y desarrollo sostenibles de los sitios turísticos, en concordancia con la protección de los recursos naturales, la implementación de BAE incluye acciones para enfrentar el cambio climático, la búsqueda de mejores condiciones higiénico sanitarias y la mejoría de la salud pública de los sitios donde se implementan las acciones del programa.</p>	<p>Puerto Cortes, Tela, Roatán, Utila y Santa Lucia.</p>	<p>Se asistieron aproximadamente 10 comités locales los que promueven el desarrollo turístico sostenible en sus localidades, de los cuales se galardonaron 6 playas y una comunidad.</p>



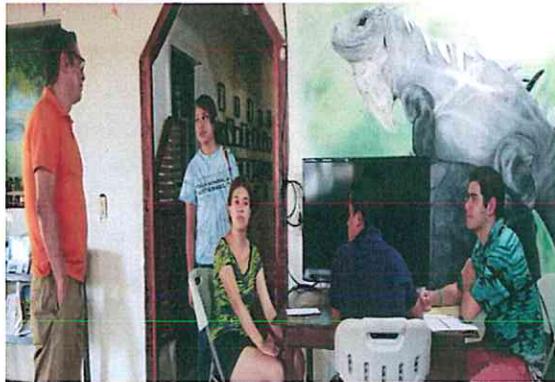
Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Convenio para la mejora de la gestión integral de los residuos sólidos en el botadero de Roatán: con el objeto de realizar mejoras integrales de los residuos sólidos en el botadero del Municipio de Roatán, el cual estaba en un estado permanente de incendios y proliferación de vectores en el área; poniendo en riesgo la salud de los pobladores y turistas de la zona, para contribuir con la solución a la problemática se contrató mediante el convenio maquinaria que mejorara las condiciones de riesgo del botadero.</p>	<p>Municipio de Roatán</p>	<p>Se realizaron mejoras integrales al manejo de los desechos en la ciudad de Roatán, eliminando los incendios constantes del botadero y la disminución de los vectores en el sitio.</p>



Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Talleres de buenas prácticas ambientales para el sector turismo en las ciudades de Gracias, Trujillo, La Ceiba y Lago de Yojoa: durante el 2019 se realizaron 4 talleres de buenas prácticas ambientales realizando capacitaciones los siguientes temas: eficiencia energética, ahorro de energía, ahorro de agua y residuos sólidos.</p>	<p>Gracias, Trujillo, La Ceiba y Lago de Yojoa</p>	<p>Se llevaron a cabo 4 talleres uno en cada destino y se capacitaron aproximadamente 90 personas que laboran el sector turismo con el fin de implementar acciones en los establecimientos turísticos que generen un desarrollo sostenible.</p>



Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Planes de Uso Público de Turtle Harbour, Cayos Cochinos e Islas de la Bahía: durante el año 2019 se realizaron las gestiones para la elaboración de los planes de uso público de tres áreas protegidas, la importancia del proceso radica en implementar medidas de desarrollo sostenible en las actividades relacionadas al turismo en las áreas protegidas mencionadas.</p>	<p>Islas de la Bahía, Cayos Cochinos y Utila.</p>	<p>Se obtuvieron tres documentos borradores de planificación del desarrollo sostenible de las áreas protegidas.</p>



Objetivo	Destinos	Resultados
<p>Señalización turística y ambiental de Utila: en el año 2019 se instaló la señalización del destino de Utila con el fin orientar y educar al turista que frecuenta el destino turístico, cabe mencionar que se instalaron la señalética turística y señales de protección a los recursos naturales.</p>	Utila.	Rotulación turística y ambiental en el destino de Utila.
		

UNIDAD DE DESARROLLO DE PRODUCTO

Actividad	Objetivo	Destinos Atendidos	Resultados
<p>Convenio de Cooperación entre el Instituto Hondureño de Turismo, la Asociación de Municipios de Honduras y las dieciséis municipalidades del primer ciclo del Programa de Pueblos con Encanto</p>	<p>Encaminar acciones para la puesta en valor de los destinos que forman parte del primer ciclo del Programa de Pueblos con Encanto.</p>	<p>Diferentes municipios del país.</p>	<p>Se realizó el nombramiento de Pueblos con Encanto a doce (12) municipios; los cuales se enlistan a continuación : 1) Copán Ruinas, 2) Santa Lucia, 3) San Marcos de Colón, 4) Ojojona, 5) Campamento, 6) Yuscarán, 7) San Pedro de Zacapa, 8) Cedros, 9) Catacamas, 10) Santa Rosa de Copán, 11) Yamaranguila y 12) Valle de Ángeles. En total contamos con el nombramiento de dieciséis municipios.</p>



Convenio Tripartito entre el Instituto Hondureño de Turismo, Mancomunidad de Colosuca y la Parroquia San Sebastián Mártir.

Realizar la restauración de cúpula y bóvedas de la Iglesia Virgen de la Concepción de San Manuel de Colohete, en LA MANCOMUNIDAD COLOSUCA, del departamento de Lempira.

San Manuel de Colohete, Lempira.

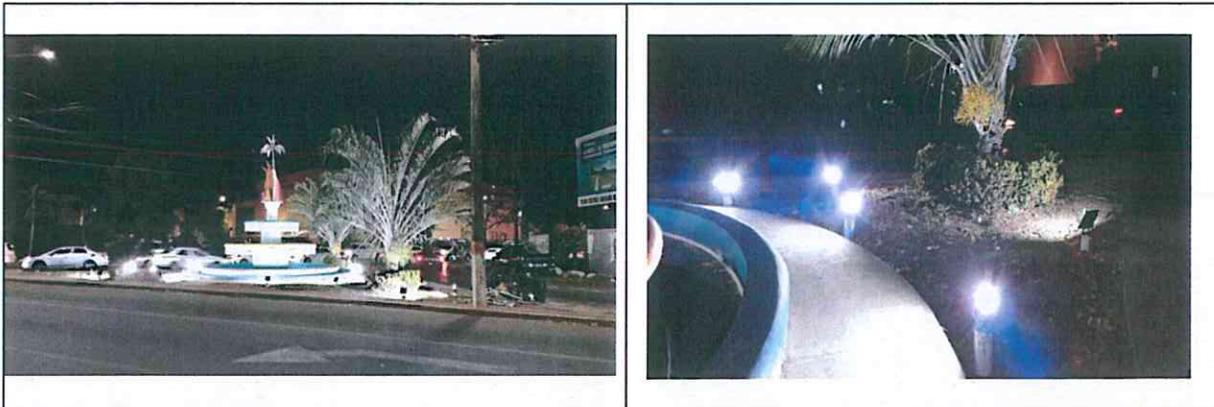
Adjudicación para la ejecución de obras del proyecto de restauración de cúpula y bóvedas de la Iglesia Virgen de la Concepción de San Manuel de Colohete. La terminación de trabajos del proyecto se proyecta que se realizara finales de marzo del año 2020. Para este año solamente se realiza la adjudicación ya que en proceso de contratación fue fracasado en dos ocasiones.

<p>Convenio de Cooperación y Asistencia Técnica entre el Instituto Hondureño de Turismo y La Dirección Nacional de Parques y Recreación.</p>	<p>Coordinar acciones para la Puesta en Valor de los Destinos Turísticos con énfasis en los Destinos que forman parte de los Distritos Turísticos o los que se encuentran con el nombramiento de Pueblo con Encanto; así como las áreas Protegidas que cuenten con plan de uso público o que hayan sido priorizadas para el desarrollo turísticos.</p>	<p>Trujillo, Colón.</p>	<p>Asistencia técnica al proyecto “Mejoramiento del Paseo Juan de Medina ubicado en el municipio de Trujillo departamento de Colón”; el proyecto consistió en: construcción de pérgolas, equipamiento con juegos infantiles, áreas de estar, bancas temáticas (tipo barril), construcción de kiosco de información turística y señalización turística indicativa en el Paseo de Medina.</p>
--	--	-------------------------	---



ACTIVIDADES SIN CONVENIO

<p>Acciones de la Fuerza Tarea Atlántida, en referencia a la mejora de la imagen urbana en la ciudad de La Ceiba.</p>	<p>Ejecutar acciones para la puesta en valor de La Ceiba.</p>	<p>La Ceiba, Atlántida</p>	<p>Se brindó asistencia técnica en conjunto con la Municipalidad de la Ceiba en relación a la restauración de la Fuente Luminosa ubicada en Avenida Morazán, La Ceiba, Atlántida. La restauración consistió en: suministro e instalación; del sistema eléctrico de la fuente, iluminación y sistema de bombeo. Lo anterior se realizó en el marco de las actividades planificadas por la Fuerza de Tarea Conjunta de Atlántida.</p>
---	---	----------------------------	---



Señalización Turística en Puerto Cortés.	Mejora de las condiciones en el destino turístico.	Puerto Cortés, Cortés.	Se realizó el diseño y la instalación de veinte (20) señales Turísticas, colocados en diferentes lugares del destino turístico Puerto Cortés.
--	--	------------------------	---



Centro de Documentación Turística

Objetivo	Destino Atendido	Resultados
Atención Usuarios	Nacional e Internacional	1,974 Usuarios atendidos.



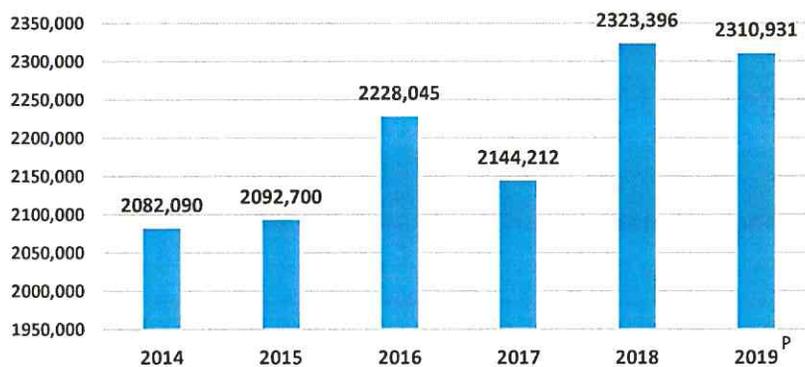
GERENCIA DE ESTADÍSTICA

Principales indicadores del sector turismo 2014- 2019

A. Llegadas de visitantes (turistas y excursionistas) e ingreso de divisas por concepto de turismo

Durante el año 2019 se registró la llegada de 2,310,931 visitantes a Honduras, de los cuales 1,391,578 corresponden a cruceristas.

Llegadas de visitantes a Honduras
Años 2014-2019

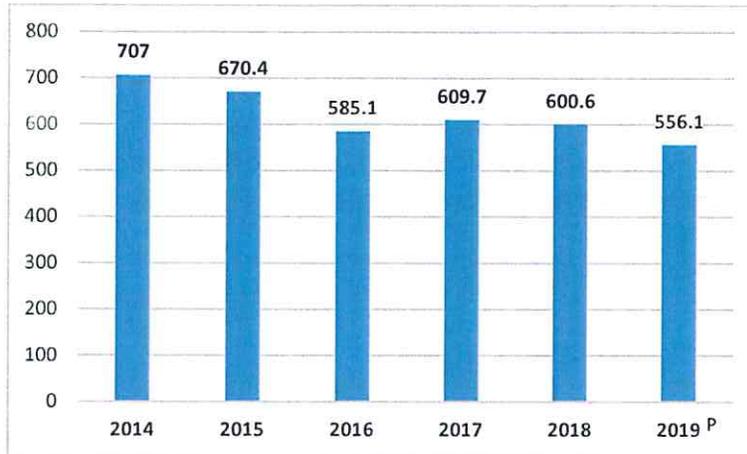


P: Preliminar.

Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo con base en información del Instituto Nacional de Migración. Puertos de cruceros.

Se estima que las llegadas de visitantes, generó un ingreso de divisas de aproximadamente \$556.1 millones.

**Ingreso de divisas por concepto de turismo
Años 2014-2019
(Millones de dólares)**



P: Cifra preliminar.

Según las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (RIET 2008), un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal), que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. (Párrafo 2.9).

*Un visitante se clasifica como **turista** si su viaje incluye una pernoctación, o como **excursionista** en caso contrario (Párrafo 2.13).*

Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo. Banco Central de Honduras.

El ingreso de cruceristas, alcanzó la cifra de 1,391,578 en el presente año, cifra que implica un crecimiento del 8% al compararla con el mismo periodo del año 2018.

**Llegada mensual de cruceristas a Honduras
Años 2014 – 2019**

Mes	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Enero	98,781	114,053	95,374	140,576	135,585	176,868
Febrero	85,283	106,271	93,707	119,254	110,520	129,457
Marzo	101,648	117,488	139,370	114,335	116,447	143,832
Abril	84,028	90,073	80,180	103,744	79,325	108,881
Mayo	52,098	43,856	73,025	67,838	101,858	96,950
Junio	43,141	50,838	77,679	63,796	94,644	73,131
Julio	72,761	58,055	56,323	53,429	111,022	107,133
Agosto	54,410	45,646	64,005	64,229	109,315	110,641
Septiembre	46,259	45,746	66,725	60,060	79,750	71,895
Octubre	73,583	38,865	62,531	99,604	82,059	92,859
Noviembre	88,453	69,272	110,153	117,223	123,210	123,024
Diciembre	142,284	137,775	133,666	100,266	144,781	154,608
Total	942,729	917,938	1,052,738	1,104,354	1,288,516	1,391,578

Nota: Cifra del año 2019 debe considerarse como preliminar.

Fuente: Puertos de cruceros de Honduras

En el año 2019, el 56.2% de los cruceristas ingresaron por el Puerto de Roatán, mientras que el 43.3% ingresó por el Puerto Mahogany Bay. Durante el año 2019, 22 líneas de cruceros operaron en Honduras. Las líneas de cruceros que han tenido una mayor representación son la Carnival Cruise, la Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Line, MSC Cruises, Princess Cruises, Tui Cruises, Holland American Line entre otras.

Durante el año 2019, atracaron en Honduras un total de 401 barcos, entre los que se encuentran los 3 cruceros más grandes del mundo:

1. Symphony of the Seas
2. Harmony of the Seas
3. Allure of the Seas

Los 3 barcos han atracado en el puerto de cruceros de Roatán y pertenecen a la línea de cruceros Royal Caribbean International.

B. Turismo interno

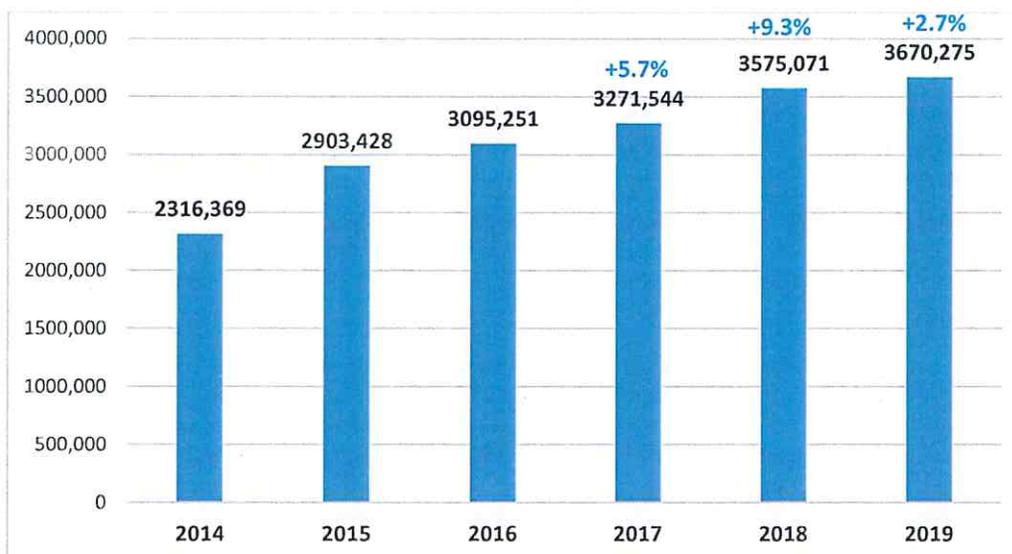
Resultados Semana Santa

En el año 2019, las investigaciones durante Semana Santa se realizaron entre el viernes 12 y el domingo 21 de abril, una de las investigaciones implementadas fue el conteo de flujos cuyos resultados permiten estimar que en ese periodo se movilizaron aproximadamente **3,670,275 visitantes hondureños (+2.7%)**. En esta cifra, se incluye tanto a turistas (visitantes que pernoctaron al menos una noche en el destino visitado e independientemente del tipo de alojamiento utilizado) como a visitantes del día. Se incluyen todos los motivos de viaje, es decir: recreo, vacaciones y ocio, negocios, visitar a familiares y amigos y salud. Se estima que la movilización generó una derrama económica de aproximadamente L6,421 millones.

Es importante informar que de acuerdo a cifras recibidas de parte del Instituto Nacional de Migración (INM), entre el viernes 12 y el domingo 21 de abril, ingresaron **57,688 viajeros extranjeros**. Los cuales en su mayoría eran de nacionalidad salvadoreña, guatemalteca y estadounidense. La delegación de control por la que ingresó la mayor cantidad de extranjeros fue por El Amatillo, seguido del aeropuerto Ramón Villeda Morales y Guasaule. El 62% de los extranjeros que ingresaron en el periodo, reportó que el motivo de viaje para ingresar a Honduras fue Turismo.

Los puertos de cruceros reportaron que durante Semana Santa ingresaron **7 barcos con 24,706 cruceristas**.

Movilización de visitantes hondureños durante Semana Santa Años 2014 – 2019



Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo

Nota: En 2015 el conteo de flujos se realizó en 14 puntos de medición, en 2016 en 21 puntos, en 2017 en 23 puntos, en 2018 en 27 puntos y en 2019 en 26 puntos.

Movilización de visitantes y derrama económica generada durante Semana Santa Años 2014-2019

Concepto	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación porcentual				
							15/14	16/15	17/16	18/16	19/18
Cruceñistas	16,258	20,266	34,810	15,413	27,049	24,706	24.7%	71.8%	-55.7%	75.5%	-8.7%
Visitantes Extranjeros	40,068	43,964	60,765	51,209	59,418	57,688	9.7%	38.2%	-15.7%	16.0%	-2.9%
Turismo Interno	2,316,369	2,903,428	3,095,251	3,271,544	3,575,071	3,670,275	25.3%	6.6%	5.7%	9.3%	2.7%
Visitantes	2,372,695	2,967,658	3,190,826	3,338,166	3,661,538	3,752,669	25.1%	7.5%	4.6%	9.7%	2.5%
Derrama Económica (millones de L)	6,794	6,342	8,870	7,041	10,378	6,421	-6.7%	39.9%	-20.6%	47.4%	-38.1%

A continuación se presentan los resultados de la encuesta del gasto y perfil del visitante tanto hondureño como receptor.

Gasto promedio por estadía del visitante residente en Honduras Semana Santa 2014-2019

(Lempiras)
(Casos en 2019: 2,430)

Tipo de visitante	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Visitante	2,626.95	1,996.35	2,677.09	1,969.70	2,666.38	1,631.02
Turista	4,062.71	3,482.50	4,132.61	3,209.39	3,887.50	2,450.41
Visitante del día	1,097.28	636.25	678.12	821.43	921.77	779.42

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Estadía promedio del turista residente en Honduras
Semana Santa 2014-2019
(Casos en 2019: 1,326)

Estadía promedio	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estadía promedio del turista (Noches)	3.8	3.6	3.2	3.0	3.3	3.0

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Gasto promedio por estadía del visitante extranjero
Semana Santa 2014-2019
(Dólares)
(Casos: 921)

Tipo de visitante	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Visitante	817.20	521.92	372.32	465.85	555.44	264.65
Turista	921.03	675.71	614.39	513.02	629.58	327.32
Visitante del día	142.91	30.08	14.64	26.31	24.77	58.28

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Estadía promedio del turista extranjero
Semana Santa 2014 – 2019
(Casos: 725)

Estadía promedio	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estadía promedio del turista (Noches)	3.7	3.7	3.8	3.9	3.8	3.5

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

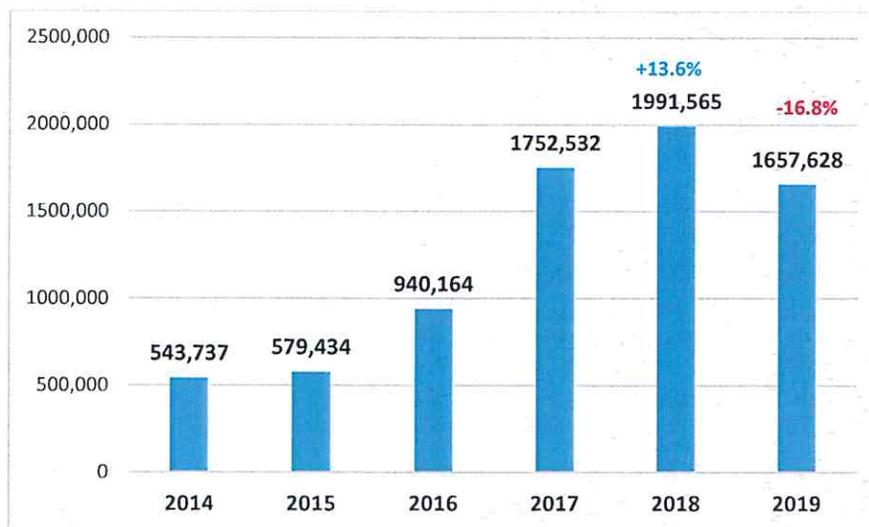
Durante Semana Santa se realizó además el estudio de Ocupación hotelera con el objetivo de obtener información que permitiera estimar el porcentaje de ocupación de habitaciones en los establecimientos de alojamiento durante el periodo. La investigación se realizó en los municipios de Copán Ruinas, Gracias, La Ceiba, Puerto Cortés, Roatán, Tela, Trujillo, Amapala, Choluteca, Comayagua, Omoa y San Lorenzo. Se obtuvo respuesta de 442 establecimientos, a continuación se presentan los resultados obtenidos.

Resultados Semana Morazánica 2019

Según resultados del conteo de flujos realizado durante el periodo de Semana Morazánica 2019, aproximadamente 1,657,628 visitantes hondureños se desplazaron a través de los puntos de control establecidos. La cifra representa un decrecimiento del 16.8% al compararla con el año 2018. En las cifras de movilizaciones se incluye tanto a los visitantes que pernoctaron al menos una noche en el destino como a los que solo realizaron visita del día.

Asimismo se incluyen a los visitantes que pernoctaron en establecimientos de alojamiento y a los que pernoctaron en casas de familiares o amigos o en segundas viviendas.

Flujo de visitantes durante Semana Morazánica Años 2014 - 2019



Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo

Flujo de visitantes durante Semana Morazánica Años 2014-2019

Tipo de visitante	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Variación porcentual				
							15/14	16/15	17/16	18/16	19/18
Visitantes	543,737	579,434	940,164	1,752,532	1,991,565	1,657,628	6.6%	62.3%	86.4%	13.6%	-16.8%
Turistas	321,939	278,352	364,084	633,222	759,734	690,190	-13.5%	30.8%	73.9%	20.0%	-9.2%
Visitantes del día	221,798	301,082	576,080	1,119,310	1,231,831	967,438	35.7%	91.3%	94.3%	10.1%	-21.5%
Derrama Económica (millones de L)	1,388	1,086	1,725	2,052	2,940	2,121	-21.8%	58.9%	18.9%	43.3%	-27.9%

Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo.

Nota: En los años 2014 y 2015 el conteo se realizó en 16 puntos de medición de miércoles a domingo. En el año 2015 el conteo de flujos se realizó en 16 puntos de medición y durante cinco días. En 2016 en 23 puntos de medición. En 2017 en 28 puntos medición durante nueve días. A partir de 2018 en 27 puntos de medición durante diez días.

La derrama económica es el gasto generado por los visitantes al adquirir los diferentes servicios en el lugar visitado. A continuación, se presenta el gasto promedio reportado por los visitantes hondureños encuestados durante el periodo en referencia.

Gasto promedio por estadía del visitante residente en Honduras, según clasificación internacional
Semana Morazánica
Años 2014-2019
(Lempiras)

Tipo de visitante	2014 (Casos 1,204)	2015 (Casos 1,620)	2016 (Casos: 1,568)	2017 (Casos: 1,195)	2018 (Casos: 1,570)	2019 (Casos: 1,717)
Visitante	L2,758.40	L2,425.09	L2,327.08	L1,637.45	L1,771.93	L1,232.64
Turista	L3,729.24	L3,334.63	L3,189.96	L2,143.12	L2,253.05	L2,344.74
Visitante del día	L843.08	L522.70	L979.17	L621.16	L997.39	L519.99

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Si se multiplica ese gasto promedio por el número y tipo de visitantes estimados, resulta un gasto por consumo de aproximadamente L2 121 millones de lempiras. Es importante resaltar que el gasto promedio del visitante, además de representar el gasto reportado por turistas (visitantes que pernoctaron al menos una noche en el/los destinos visitados) y por visitantes del día, representa el gasto reportado por los turistas que utilizaron servicios de alojamiento y por los que se hospedaron en casa de familiares y amigos.

La derrama económica generada en el periodo se estima en L2, 121 millones, esta cifra representa una variación de -27.9% respecto al año 2018.

Estadía promedio del turista residente en Honduras
Semana Morazánica 2014-2019

Estadía promedio	2014 (Casos:1,204)	2015 (Casos: 1,131)	2016 (Casos: 980)	2017 (Casos: 881)	2018 (Casos: 965)	2019 (Casos: 830)
Estadía promedio del turista (Noches)	2.5	2.5	2.5	2.7	2.8	2.6

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

C. Resultados Fiestas Agostinas

Según resultados del conteo de flujos, entre el miércoles 31 de julio y jueves 8 de agosto de 2019, ingresaron aproximadamente 11, 343 visitantes residentes en El Salvador, esta cifra representa un decremento de 29.5% con relación al mismo periodo del año anterior.

**Llegadas de visitantes salvadoreños
Fiestas Agostinas
Años 2014- 2019**



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

**Ingreso de visitantes salvadoreños según clasificación internacional del visitante
Años 2014-2019**

Año	Visitantes del día	Turistas	Total visitantes	Participación porcentual		
				Visitantes del día	Turistas	Total visitantes
2014	3,297	12,693	15,990	20.6%	79.4%	100.0%
2015	4,827	15,808	20,635	23.4%	76.6%	100.0%
2016	6,781	14,214	20,995	32.3%	67.7%	100.0%
2017	4,103	11,583	15,686	26.2%	73.8%	100.0%
2018	4,345	11,734	16,080	27.0%	73.0%	100.0%
2019	3,189	8,154	11,343	28.1%	71.9%	100.0%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

En 2019 el principal punto de ingreso fue El Amatillo (31.9%) seguido de El Poy (48.1%) y El Florido (10.1%). El restante 9.9%, ingresó por vía aérea principalmente por el aeropuerto Juan Manuel Gálvez de Roatán.

Perfil del visitante residente en El Salvador (2019)

- Más del 50% de los visitantes del día y de los turistas salvadoreños fueron hombres.
- La edad de la mayoría de los visitantes del día oscila entre los 25 y 34 años, mientras que para los turistas salvadoreños oscila entre 35 y 44 años.

- El 58.9% de los turistas salvadoreños que ingresaron a Honduras eran profesionales con competencias universitarias, mientras que la mayoría de los visitantes del día (23.5%) eran trabajadores de servicios o vendedores.
- El 60.8% de los visitantes del día tienen poseen secundaria completa. El 60.1% de los turistas tienen grado universitario completo.
- Más del 60% de los visitantes salvadoreños son casados.
- Los viajes de la mayoría de los visitantes salvadoreños fueron realizados en familia.

Características del viaje realizado (2019)

- La estadía promedio reportada por el turista salvadoreño fue de 3.2 noches. Los turistas que viajaron por vía terrestre pernoctaron un promedio de 2.9 noches, mientras que los que viajaron por vía aérea pernoctaron en promedio 3.9 noches.
- Al analizar la distribución porcentual de la estadía del turista por intervalo de noches se observa que el 65.9% de los encuestados reportó haberse quedado entre 1 y 3 noches fuera de su hogar en el periodo en referencia.
- El 59.3% de las personas encuestadas respondieron haberse alojado en hotel o similares durante su viaje.
- Los aspectos que más gustaron durante la visita de los salvadoreños fueron la amabilidad de la gente y la comida, seguido del clima y la naturaleza.
- El 87.6% de los visitantes salvadoreños respondieron que no era la primera vez que visitaban el destino, el restante 12.4% visitó el destino por primera vez.
- El 11.4% de los entrevistados respondió haber recibido información que le incitó a realizar el viaje. El 72.6% de los que respondieron haber recibido información, la recibió por recomendación personal de amigos o familiares y el 14.5% respondió haberla recibido por medio de agentes de viaje.

