

# **INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO**



## **INFORME DE LOGROS III TRIMESTRE 2017**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente informe, tiene como propósito dar a conocer los logros obtenidos por el **Instituto Hondureño de Turismo (IHT)** durante III Trimestre del Año 2017, en la gestión del Presidente Constitucional de la República, Abogado Juan Orlando Hernández.

El Instituto Hondureño de Turismo, es una entidad Autónoma y Descentralizada, que opera bajo la cobertura de la Secretaría Sectorial de Desarrollo Económico.

El IHT, es el organismo oficial a cargo de la conducción de la política de turismo a nivel nacional, y le compete la Formulación Evaluación y Ejecución de las Políticas relacionadas con el turismo. Lo anterior, de conformidad al mandato legal, que su ley de creación le confiere.

Bajo este mandato, la actual administración, rectorada por el licenciado Emilio Silvestri, Director del IHT, ha definido, dos objetivos estratégicos, bajo los cuales se ha enmarcado y regido el Plan Operativo Anual de la institución para el año 2017, por medio de las diferentes gerencias. Estos objetivos son:

- 1. Posicionar a Honduras como destino turístico a fin de incrementar la afluencia de visitantes y divisas potenciando el desarrollo sostenible de los destinos y comunidades.**
- 2. Fomentar la diversificación de la oferta turística competitiva y sostenible, para garantizar el desarrollo económico y cultural de las regiones del país.**

# 1. POSICIONAR A HONDURAS COMO DESTINO TURISTICO

## Promoción en Medios de Comunicación Nacionales.

**Objetivo:** Promoción de destinos turísticos en medios de comunicación nacionales.

**Logro:** Se realizó conferencia de prensa para informar al público, sobre el plan de trabajo del feriado agostino del país vecino El Salvador, para invitar a la población salvadoreña para que visitaran nuestro país, asimismo se participó en diferentes foros y entrevistas con medios de televisión, prensa y radio para informar sobre diversos temas relacionados a turismo.

### Promoción de Destinos en Medios de Comunicación Nacionales



## Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo

**Objetivo:** Representación de país con el fin de definir acciones y optimizar los recursos canalizados a través de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) en materia de promoción internacional y regional, para que sirvan al fortalecimiento de nuestra estrategia de país.

Se ha dado seguimiento a la organización de la rueda de negocios CATM a realizarse en el mes de octubre en El Salvador. A la fecha ya se realizó la distribución de espacios en el recinto ferial, se revisó la base de datos de mayoristas invitados y se están coordinando los viajes de familiarización de prensa y mayoristas.



## Plan de Acción: Manejo de Redes Sociales, Visit Honduras e IHT

En el mes de Julio se realizó trabajo con la agencia digital como los meses anteriores estableciendo comunicación continua para el manejo adecuado de las páginas del Instituto Hondureño de Turismo, supervisando el manejo del contenido de la página web del Instituto y colaborando con el manejo de contenido de la página Honduras.Travel, misma que esta sienta apoyada también por la Cámara Nacional de Turismo de Honduras CANATURH. El manejo de todas las redes sociales y pauta digital de la cuenta Visit Honduras y su contenido, se implementa, ejecuta y supervisa a través de la Agencia digital y esta Sub Gerencia, enfocándonos en proyectar al usuario experiencias vivas y desarrollar contenido emocional mismo que es basado en los siguientes temas: Culturas vivas, Gastronomía, Sol y playa, Arqueología, Buceo, Naturaleza y aventura, Ciudades Coloniales, Aviturismo y Turismo de Negocios.

### CUADRO RESUMEN DE ATENCIONES EN OFICINAS DE TGU., HONDURAS Y MIAMI, FL. III-Trimestre

Atenciones	Cantidad de Solicitudes atendidas
Atenciones oficinas de Información en TGU y Miami	184
Visitas al Portal Web (honduras.travel)	67,745
Entrega de material turístico	28,538
Visitas de Cruceristas atendidas	31,605
Atención a Embajadas acreditadas en el Exterior	11

## Viajes de Familiarización y Prensa

Durante el mes de julio se atendieron 2 grupos de Viaje de Familiarización y prensa, con el objetivo de coordinar y facilitar viajes de prensa y familiarización a mayoristas y prensa internacional con el propósito de promover los destinos turísticos de Honduras orientados a los mercados prioritarios como ser Centroamérica, Norteamérica, Europa y resto del mundo.

### 1. Influencers Europeos

Road to wild, Mochileros TV, Joan Vendrell, Where´s Mollie, Karl Watson, Dan Carter y Life to go, todos viajeros amantes de la Aventura, y para ello registran sus experiencias en fotografías videos, los cuales durante el viaje son compartidos en sus redes sociales como ser Facebook, twitter, instagram, youtube y otros para dar a conocer los destinos visitados y con ello a su vez incentivar a viajar a los turistas potenciales, del mercado europeo.



## 2. AD Interactive

AD Interactive forma parte de la corporación Latin Interactive, empresa pionera en la industria digital. Representantes de medios digitales exclusivos para Latinoamérica, Caribe y US Hispanic. Ofrecen a las marcas un mix de soluciones para alcanzar los objetivos en las campañas brindando experiencias de alto nivel en medios digitales y llevando un plan de comunicación a una nueva era del marketing digital.

Es uno de los consorcios de medios digitales más representativos en la región y presentan resultados innovadores en comunicación y estrategia digital, con la que se ha logrado generar contenido tanto para las redes sociales del IHT como para el banco de fotografías en custodia de la sub gerencia de mercadeo en redes sociales del IHT; realizando con dicho material Campaña y Promoción en redes sociales, medios digitales y otros, permitiendo así tener un mayor alcance al público e invitando a los extranjeros a visitar nuestro país.



## 3. Taiwanese

El viaje de la delegación de Taiwán se hace con el fin de brindar apoyo por parte del IHT mediante un recorrido por los destinos de Copán Ruinas y Gracias, visitando los mayores atractivos de la zona, de tal forma que los mayoristas puedan crear paquetes de promoción

turística al retorno de su viaje, buscando atraer visitantes de Taiwán a la nación. El grupo está conformado por 7 mayoristas, 1 reportero de Liberty Times Net y 3 personas de la Central America Trade Office (CATO).

## **Reunión COMECATUR**

Se atendió la reunión de COMECATUR en ciudad de Panamá, Panamá en las fechas del 31 de agosto al 2 de septiembre 2017. Algunos de los puntos trabajados en agenda fueron el Informe de Encuentros Tour Operadores Panamá y Belice; Estudios Best Prospect del Turista CA; Avances Acompañamiento SICCS (Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad) Central y validación y aprobación de los avances de los Estudios referidos al proceso de SICCS, entre otros.



## **Participación en Ruedas de Negocios y Presentaciones de Destino**

### **Plan de Acción: Promoción Bajo Alianzas Estratégicas**

## Mercado Centroamericano Convenio AVIATSA

Durante el mes de julio se gestionaron las acciones promocionales entre la empresa AVIATSA y el Instituto Hondureño de Turismo, para la presente temporada de verano 2017. con el fin de promocionar el destino de Honduras, en especial Roatán, orientado fundamentalmente a reforzar y continuar desarrollando de manera adecuada y eficaz una consciencia en los clientes potenciales y profesionales de la industria turística en el mercado guatemalteco y salvadoreño.

## Resultados Rueda de Negocios B2B 2017, El Salvador

En seguimiento a las actividades realizadas el pasado mes junio en cuanto al monitoreo de la gira de medios y resultados de la actividad de la rueda de negocios; A continuación el monitoreo de medios obtenidos y la utilidad generada en el mes de julio del presente año: AD Value: \$29,800.00 y un total de 18 impactos.

**Logro:** Se consiguió una utilidad en cobertura en medios de comunicación en el Salvador tanto en medios convencionales y digitales que superó los 700 mil lempiras.

### RADIO



Medio: La Mejor 98.9  
FM  
Espacio: 1 emisión AD  
Value: US\$ 800



### DIGITAL



Medio: Revista Cronio  
SV  
Espacio: 1 emisión AD  
Value: US\$ 2,000



### TELEVISIÓN



Medio: Canal 12 -  
Hola El Salvador  
Espacio: 1 emisión AD  
Value: US\$ 4,000



## Mercado Europeo

### Feria BIRDFAIR UK (British Birdwatching Fair)

Lugar: Eggleton-Rutland, Inglaterra

**Objetivo:** Promocionar a Honduras como destino de turismo ornitológico, para incentivar el turismo receptivo desde Europa hacia Honduras, mostrándoles en el sitio ferial los diferentes

atractivos que ofrece el país y las posibilidades de rutas combinadas dentro de la región y a la vez de promocionar a Honduras como destino óptimo para aviturismo.

Asistieron a la Feria British Birdwatching Fair un aproximado de 25 mil visitantes interesados en todo el espectro de la industria de la observación de aves y apoyo a la conservación de aves mundial.

**Logros:**

- Se realizaron dos exposiciones acerca del gran potencial que tiene Honduras en materia de aviturismo, con los representantes del IHT en conjunto con los tour operadores participantes.
- El stand fue muy destacado por su creatividad y colorido diseño del mismo según los comentarios de los participantes al evento.
- Se logró atender a más de 450 visitantes durante los 3 días de la feria y se atendieron más de 22 citas con agencias de viajes y prensa internacional.
- Se logró promover con éxito los vuelos con Air Europa desde y hacia Europa de Honduras.



**Participación en Feria American Birding EXPO  
Filadelfia, Estados Unidos de Norteamérica**

American Birding Expo 2017 se considera como la experiencia más grande y diversa de compra a disposición de los observadores de aves en América del Norte, expositores de

todo el mundo, que representan todos los aspectos del mercado de la observación de aves y la naturaleza, acuden a la Expo para presentar y ofrecer sus productos, bienes y servicios. La Expo American Birding para esta edición pretende proporcionar a observadores de aves y amantes de la naturaleza una oportunidad en la cual podrán tener contacto directo con empresas y organizaciones relacionadas con la observación de aves, incluyendo fabricantes de óptica, compañías de turismo, tiendas de alimentación de aves, observación de aves, festivales y clubes, destinos, agencias de viajes y mucho más.

### **Logros Esperados:**

- Se espera lograr el posicionamiento de los destinos de aviturismo y la variedad de especies de aves con que cuenta el país; fortaleciendo dicho producto a través de nuestra participación en esta plataforma de comercialización la cual tendrá un alcance de más de 4,000 visitantes, 85 expositores de todo el mundo, 41 países representados del mundo y 35 estados de Norteamérica; lo que permitirá a los participantes del sector público y privado hondureño; establecer una red de contactos importantes con empresas diversas del ecoturismo y aviturismo y asimismo con los consumidores en el mercado de observación de aves.
- Se espera incrementar la llegada de turistas aficionados en la observación de aves que visiten el stand de Honduras, para con ello lograr un aumento en las divisas que ingresan al país; asimismo facilitarles toda la información de relevancia a los mayoristas que atenderán el evento para que se interesen en los destinos que cuentan con dicho producto y los puedan incluir en sus catálogos de ventas y en sus programaciones de viajes.

### **Plan de Acción: Promoción bajo Alianzas Estratégicas**

#### **Mercado Centroamericano**

##### **Convenio AVIATSA**

Durante el mes de julio se gestionó las acciones promocionales entre la empresa AVIATSA y el Instituto Hondureño de Turismo, para la presente temporada de verano 2017. Con el fin de promocionar el destino de Honduras, en especial Roatán, orientado fundamentalmente a reforzar y continuar desarrollando de manera adecuada y eficaz una consciencia en los clientes potenciales y profesionales de la industria turística en el mercado guatemalteco y salvadoreño. Asimismo complementado dicha estrategia con vuelos desde Guatemala y El Salvador a la Isla de Roatán.

### **Plan de Acción: Promoción bajo Alianzas Estratégicas**

#### **Mercado Norteamericano**

##### **Firma del Convenio Membresía FCCA**



FLORIDA-  
CARIBBEAN  
CRUISE  
ASSOCIATION



Debido a la importancia de la industria de cruceros para el país, el Instituto Hondureño de Turismo es miembro platino activo de la Federación de Cruceros de la Florida y el Caribe (FCCA – Florida Caribbean Cruise Association) desde hace más de 13 años. Anualmente, en el mes de septiembre, se renueva la membresía, ya que como miembro Platino, se recibe apoyo del FCCA (las diferentes empresas de cruceros más importantes del mundo: Royal Caribbean Cruise line, Carnival Cruise Line, Norwegian, Princess Cruise; entre otras).

**Logro:** El logro de que Honduras sea miembro platino de la FCCA es de vital importancia ya que permite poder negociar nuevos arribos, facilitan apoyo técnico para el mejoramiento de los puertos ya en existencia o futuros proyectos, mejoras en programas del servicio al cliente, generación de empleos y otros puntos claves de la industria los cuales ayuden a fortalecer aún más este segmento para el país en el futuro.

#### **Negociaciones de nuevas temporadas Sunwing Vacations y Transat Tours Invierno 2017/2018:**



Se está en el proceso de negociación de todos los lineamientos de negociación con las empresas chárter Sunwing Vacations, en Toronto, Canadá, y la empresa Transat Tours; las cuales tienen previsto comenzar la nueva temporada de invierno 2017-2018, este próximo mes de Noviembre 2017. Las empresas han entregado unas propuestas preliminares de promoción las cuales se están evaluando a través de la oficina del IHT conjuntamente con la oficina en la ciudad de Miami; mismas que tienen como objetivo lograr mayores ventas que permitan aumentar las llegadas de turistas canadienses al país.

#### **Plan de Acción: Campañas de Promoción Interna, Regional e Internacional Campaña de Fiestas Agostinas**

Bajo el concepto de la campaña sombrilla “**Amor a Primera Visita**” se trabajó la campaña de temporada de Fiestas Agostinas 2017, orientada al mercado salvadoreño, y la cual llevó por nombre “*Estas Fiestas Agostinas, Tus vecinos catrachos te quieren sorprender*”, la cual se promocionó en varios medios de comunicación tanto en los no convencionales en exteriores, como ser: pantallas digitales, mopis, cilíndricos y paradas de buses; así como en los medios convencionales como ser cable y mensajería SMS. Asimismo, se continuó con la estrategia digital utilizando los alcances de los Hashtags para crear un movimiento significativo que siempre está ligado con la LoveMark. Adicionalmente, como parte de una estrategia complementaria se realizó en los meses anteriores una presentación de país y una rueda de negocio B2B con tour operadores Salvadoreños para promocionar los diferentes paquetes y productos turísticos con las que cuenta el país.

#### **Resultado:**

En el mes de agosto se recibieron con entusiasmo al país los turistas salvadoreños quienes visitaron los diferentes sitios turísticos con motivo del feriado de las **“Fiestas Agostinas”**, que se celebra anualmente en el país vecino de El Salvador.

### Campaña Promocional de Feria Agostina



MALL MULTIPLAZA - SAN SALVADOR



MALL MULTIPLAZA - SAN SALVADOR



## Promoción de Turismo de Congresos

### Participación Convención Mundial de la Fraternidad Internacional de Hombres de Negocios del Evangelio

El Instituto Hondureño de Turismo a través de la Unidad de Buró de Convenciones y Visitantes, brindó la bienvenida, información y coordinación del espacio y stand para la Convención Mundial de la Fraternidad de Hombres de Negocios del Evangelio Completo que se desarrolló del 13-15 de julio en la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés, dando a conocer a la capital industrial de la república como ciudad sede de eventos a nivel mundial teniendo esta una capacidad de acoger a más de 4,500 asistentes.

#### Participación de Convección Mundial FIHNEC



### Roatán, sede del 13avo Encuentro de la Organización Negra Centroamericana

El Instituto Hondureño de Turismo, apoyó la coordinación y logística del 13avo Encuentro anual de Jóvenes Afro descendientes de la Organización Negra Centroamericana (ONECA) en la isla de Roatán, Honduras. Evento realizado por primera vez en Honduras.

Este evento fue inaugurado en Beach Club San Simón, Mayan Princess en el cual asistieron más de 130 jóvenes de la isla y a nivel Centroamericano. Durante los días jueves 24 al domingo 27, se llevaron a cabo conferencias y talleres con el afán de llevar a cabo un espacio en donde los jóvenes discutirían temas relacionados con el empoderamiento de la juventud de la comunidad negra de habla inglesa en aras de formar jóvenes que sean agentes de cambio para sus comunidades y su país. Asimismo se realizaron visitas técnicas a las comunidades de Flowers Bay y Punta Gorda.



P...ltura Centro... de  
 El... través del B... de  
 Ho... so Latinoame... a,  
 México del 26 al 29 de Septiembre como delegac... de  
 promoción y presentación de país, ya que la ciudad de San Pedro Sula será sede del  
 próximo Congreso Centroamericano y del Caribe en el mes de Agosto 2018.



## 2. FOMENTAR LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA TURISTICA COMPETITIVA Y SOSTENIBLE

### Actividades de Fomento a la Calidad

#### Capacitaciones a Prestadores de Servicios Turísticos en Zonas de Aviturismo

**Objetivo:** Capacitar a fin de Mantener, Reforzar e Incrementar los conocimientos de los Prestadores de Servicios Turísticos en Aviturismo, de manera que el aviturista pueda recibir un servicio de calidad de parte de dichos prestadores de servicios turísticos en los diferentes destinos del país.

**Resultado:** Durante el III Trimestre, se realizaron diferentes jornadas de formación por medio de las cuales se capacitaron prestadores de servicios turísticos en Aviturismo, haciendo un total de **30 colaboradores**, 20 en la Ciudad de Trujillo y la Ciudad de Tela, y 10 colaboradores de la comunidad del Lajero Blanco ubicado en Marcovia, Choluteca y la Bahía de Chismuyo ubicado en Nacaome, Valle.

A continuación se detallan las ciudades beneficiadas:

Región	Departamento	Municipio	Descripción	Beneficiarios
R06	06	07	Comunidad E Lajero, Blanco	5
R17	17	01	Bahía de Chismuyo	5
R01	01	07	Tela	14
R02	02	01	Trujillo	06



## Capacitaciones a Docentes en Cartilla Turística Infantil

**Resultado:** Se realizaron diferentes jornadas de formación por medio de las cuales se capacitaron a Docentes, haciendo un total de 60 en las Ciudades de Trujillo y La Ceiba.

A continuación se detallan las ciudades beneficiadas:

Región	Departamento	Región Beneficiada		
		Municipio	Descripción	Beneficiarios
R15	01	01	La Ceiba	30
R15	02	01	Trujillo	30

### Jornada de Capacitación La Ceiba y Trujillo



## Capacitaciones Programa de Bandera Azul Ecológica

**Objetivo:** Socializar con los actores claves de las comunidades seleccionadas los procesos para la planificación y ejecución de actividades para la implementación del programa Bandera Azul Ecológica de Honduras, en las categorías de playas y centros educativos.

**Resultado:** Durante el III Trimestre 2017, se realizaron diferentes jornadas de formación por medio de las cuales se capacitaron a los actores claves en las categorías de playas y centros educativos, sumando 60, de manera que puedan trabajar en el mejoramiento de estos lugares y que puedan lograr obtener un galardón por la calidad de agua que hay en el lugar.

Región	Departamento	Región Beneficiada		
		Municipio	Descripción	Beneficiarios
R17	17	03	Amapala	30

R11	11	04	Utila	30
-----	----	----	-------	----



## Sostenibilidad Ambiental

### Asistencia Técnica Brindada en la Implementación de Buenas Prácticas Ambientales

**Objetivo:** Vincular el desarrollo turístico con la implementación de medidas de mitigación y adaptación al cambio climático, generadas en el Plan de Turismo Sostenible vinculadas a la ENTS, así como apoyar en la implementación de buenas prácticas en las actividades que realiza el sector.

#### Logro:

En el de III Trimestre se realizaron visitas de asesorías técnicas a las ciudades de Siguatepeque y Comayagua, en donde partiendo del diagnóstico final que se reportó, se procedió a trabajar en la segunda etapa del sistemas de buenas prácticas de Hoteles y Restaurantes que se incorporaron al proyecto, enfocados a mejorar la sostenibilidad ambiental y calidad.





### Implementación piloto Banderas azules en Trujillo (Playas y Áreas Protegidas)

En el III Trimestre, se brindaron asesorías de Bandera Azul Ecológica la cual consistió en realizar un monitoreo de los planes de trabajo realizados en asesorías técnicas brindadas anteriormente, asimismo se realizó el segundo levantamiento de muestras de agua, las cuales son requisitos del programa, dichas actividades son de gran fortalecimiento para el Programa de Bandera Azul Ecológica de Honduras identificando playas y áreas protegidas.

En esta visita los resultados fueron:

1. Recolección de información periódica de parámetros de agua necesarios para establecer el ciclo de descargas en las aguas y condiciones de agua potable.
2. Evaluación de la ejecución de plan de trabajo de comité local el cual presentó un 30% de ejecución según la planificación establecida para alcanzar el galardón.



## Desarrollo de Producto

### Seguimiento al proyecto de construcción de la Plaza del Muelle Histórico en San Lorenzo.

**Objetivo:** Brindar asistencias técnicas al desarrollo del Proyecto de construcción de la Plaza del Muelle Histórico de San Lorenzo.

**Logro:** Se brindó asistencia técnica y seguimiento a los trabajos de conformación de tierra en la Plaza del Muelle de San Lorenzo, trabajos realizados apoyando a la Municipalidad de San Lorenzo, previo al inicio de los trabajos de Construcción de la plaza. Esta actividad dio como resultado la conformacion efectiva del predio y la adjudicacion de la obra de construccion de la Plaza a la empresa constructora que gano la licitacion.

#### Asistencia Técnica Plaza Muelle Histórico, San Lorenzo.



**Logro:** se brindaron asistencias técnicas al desarrollo del proyecto, en dicha visita se estableció lo siguiente: se definió el tipo de almacenamiento de agua potable para uso del

proyecto finalizado, de acuerdo a las condiciones del suelo observado en el sitio se definieron los niveles de excavación más adecuados para las edificaciones a desarrollar, se concretó la combinación y colores de adoquín a utilizar y se realizaron la toma de muestras de suelo para ensayo de densidad y así verificar la compactación del suelo del proyecto.

- De igual manera se realizó segunda gira de trabajo, en el mes de agosto con el objetivo de verificar en campo el avance de los trabajos de construcción correspondientes para el mes de Agosto.
- En el mes de septiembre se verificó en campo el avance de los trabajos de construcción del proyecto de la Remodelación de la Plaza del Muelle Histórico de San Lorenzo correspondiente al mes de septiembre.

### Mantenimiento a la Terminal del Aeródromo de Rio Amarillo, Copán.

**Objetivo:** Brindar asistencia en la evaluación y mantenimiento a la Terminal del Aeródromo de Rio Amarillo, Copán.

- **Logro:** Se realizó gira de trabajo del 4 al 6 de Julio con el propósito realizar la evaluación del estado actual de las instalaciones de la Terminal del Aeródromo de Rio Amarillo; la cual generó los insumos necesarios para generar el presupuesto para cada una de las actividades de mantenimiento de la terminal, para desarrollarse en el transcurso de lo que resta del año. Asimismo se brindó supervisión en el mes de septiembre se brindó supervisión en la realización de las actividades de dragado de Canal que se encuentra paralelo a la pista de aterrizaje y reparación del cerco perimetral de la Terminal del Aeródromo de Rio Amarillo

#### Mantenimiento Terminal Aeródromo Rio Amarillo, Copán

