



\*\*\*  
INSTITUTO HONDUREÑO  
DE TURISMO  
IHT

# INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO



MEMORIA ANUAL 2017

*[Handwritten Signature]*



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
MISIÓN .....	4
VISIÓN .....	4
RESULTADOS INSTITUCIONALES .....	4
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	5
<b>I. POSICIONAR A HONDURAS COMO DESTINO TURISTICO .....</b>	<b>6</b>
a) Inauguración de Vuelo AIR-EUROPA.....	6
b) Promoción en Medios de Comunicación Nacionales .....	6
c) Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo .....	7
d) Manejo de Redes Sociales, Visit Honduras e IHT.....	7
e) Coordinación de la estrategia de promoción de país.....	8
f) Promoción de Feriado Morazánico en Medios de Comunicación Nacionales ...	10
g) IV Congreso de Turismo Sostenible .....	11
h) Campaña Especial de Invierno.....	11
i) Apoyo a la Alcaldía del Municipio del Distrito Central en Celebración de Festival a la Alcaldía de Tegucigalpa .....	12
j) Crecimiento en Redes Sociales .....	12
k) Viajes de Familiarización y Prensa .....	13
l) Foro Televisivo “La Nueva Honduras” Presidente Juan Orlando Hernández, en la ciudad de Trujillo .....	18
m) Reunión COMECATUR.....	19
n) Participación en Ruedas de Negocios y Presentaciones del Destino .....	20
o) Roadshows .....	32
p) Otros .....	36
q) Campañas Promocionales .....	38
r) Promoción bajo Alianzas Estratégicas.....	41
s) Promoción de Turismo de Congresos.....	44
<b>II FOMENTAR LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA TURISTICA COMPETITIVA Y SOSTENIBLE</b> .....	<b>51</b>
a) Unidad de Desarrollo de Producto .....	51
b) Sostenibilidad Ambiental .....	58
c) Calidad y Competitividad .....	63

d)	Planificación Turística .....	66
e)	Centro de Documentación Turística.....	72
II	ACCIONES INTERNACIONALES .....	73
a)	Gerencia de Gestión Institucional y Relaciones Internacionales .....	73
IV	UNIDADES DE APOYO .....	78
a)	Unidad de Planificación y Evaluación de la Gestión (UPEG).....	78
b)	Unidad de Análisis Económico.....	80
c)	Auditoría Interna .....	90
d)	Secretaría General y Dirección Legal.....	92
e)	Gerencia de Finanzas y Administración .....	95

## INTRODUCCIÓN

El presente informe, tiene como propósito dar a conocer los logros obtenidos por el **Instituto Hondureño de Turismo (IHT)** durante el 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.**



## MISIÓN

Somos la institución responsable de promover, conducir, facilitar y fomentar el desarrollo turístico del país, incentivando el flujo de visitantes nacionales e internacionales, que permitan el desarrollo sostenible de los destinos y comunidades receptoras

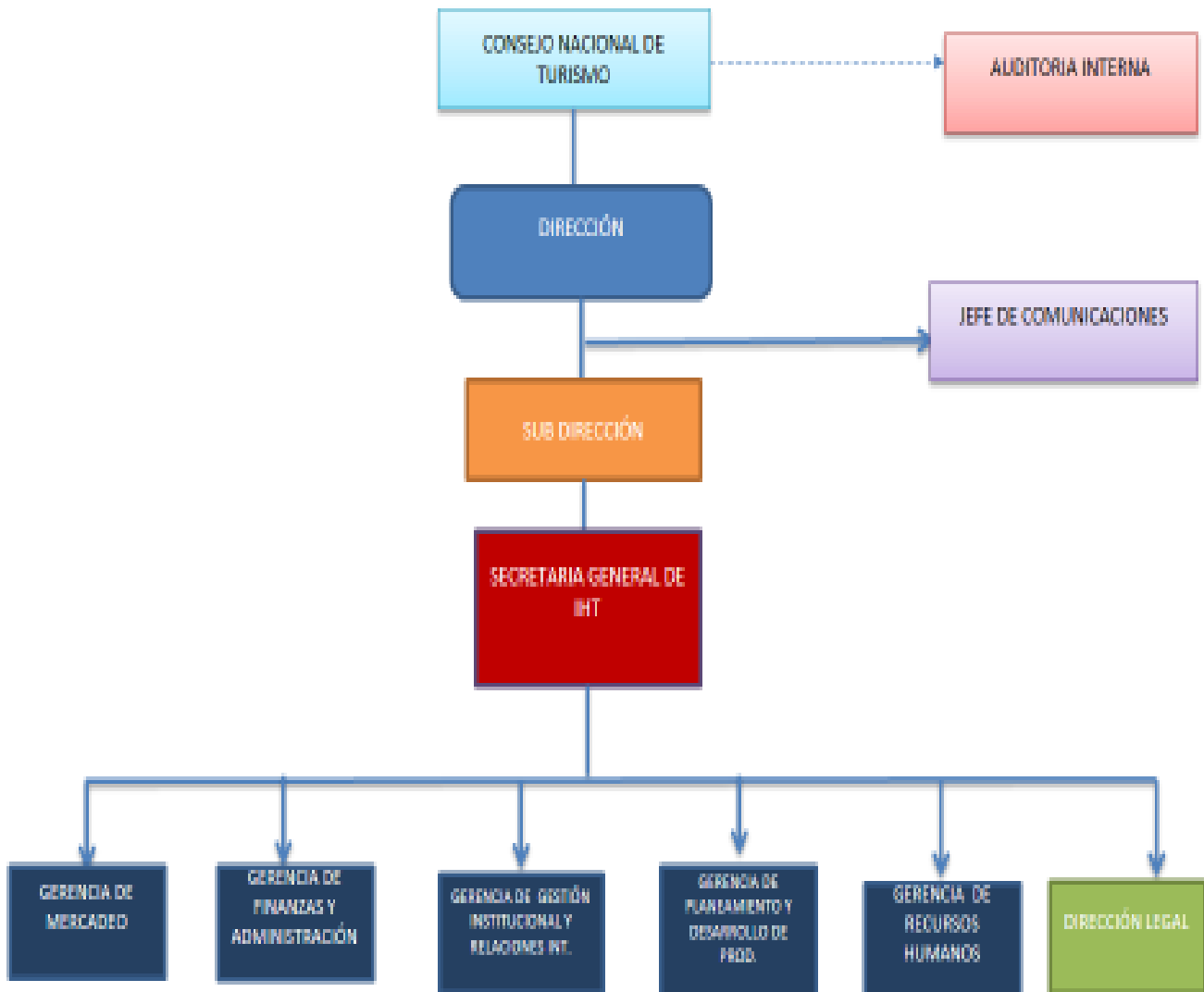
## VISIÓN

Ser una institución eficiente, transparente, con credibilidad y reconocimiento del sector público y privado, con personal técnico capacitado, honesto y comprometido con los programas y acciones encaminadas a lograr que Honduras en el año 2021, posicione sus destinos turísticos establecidos en la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible a través de la Puesta en Valor, Consolidación y Diversificación de mercados, productos, y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinde un servicio de calidad internacional.

## RESULTADOS INSTITUCIONALES

- Incrementado el número de visitantes anualmente en los principales destinos turísticos del país.
- Destinos turísticos fortalecidos con proyectos, planes y acciones que faciliten la mejora y diversificación de los productos turísticos y la práctica de actividades turísticas.

## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



## I. POSICIONAR A HONDURAS COMO DESTINO TURISTICO

### a) Inauguración de Vuelo AIR-EUROPA

**Objetivo:** Promoción de la ruta MAD-SAP en el mercado nacional a través del evento de inauguración de la ruta de Air Europa en los aeropuertos de Barajas, Madrid y Ramón Villeda Morales en San Pedro Sula.

- Se logró una excelente cobertura mediática del comienzo de operaciones de Air Europa y se brindaron atenciones a más de 300 pasajeros entrantes y salientes.
- Se realizaron tres presentaciones y workshops en Madrid y Barcelona con agentes de viaje de Air Europa y B the Travel Brand, contando con un aproximado de 40 agentes en cada presentación, con la finalidad de promover los vuelos directos Madrid-San Pedro y San Pedro- Madrid.

#### Inauguración de Vuelo Air Europa



### b) Promoción en Medios de Comunicación Nacionales

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

Se realizó conferencia de prensa para informar al público, sobre el plan de trabajo de las fiestas agostinas 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



### c) 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. Dicho Comité dio seguimiento a la rueda de negocios CATM realizada en el mes de octubre en El Salvador. Antes de llevarse a cabo se realizó la distribución de espacios en el recinto ferial, se revisó la base de datos de mayoristas invitados y se coordinaron los viajes de familiarización de prensa y mayoristas.



### d) Manejo de Redes Sociales, Visit Honduras e IHT

Se realizaron trabajos con la agencia digital 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 de igual manera es apoyada por la Cámara Nacional de Turismo de Honduras CANATURH. El contenido y manejo de todas las redes sociales de Visit Honduras, es implementando, ejecutado y supervisado, en todas las pautas digitales en los diferentes medios, a través de la Agencia digital y la Sub Gerencia de Mercadeo en Redes Sociales del Instituto; enfocándose en proyectar al usuario experiencias



vivas y desarrollando contenido emocional basado en: culturas vivas, gastronomía, sol y playa, arqueología, buceo, naturaleza y aventura, ciudades coloniales, aviturismo y turismo de negocios.

### **e) Coordinación de la estrategia de promoción de país**

**Objetivo:** Se supervisó en los destinos el flujo de visitantes y actividades en el marco del feriado Morazánico, así como la publicidad convencional solicitada a la agencia 4AM Saatchi & Saatchi en la posta de Zambrano. Se conversó con las autoridades de COVI para entregar las notas de permisos y montar la actividad con los viajeros.

**Logro:** Generación de contenidos de las actividades del feriado Morazánico en los diferentes destinos.



### **Generación de Material Promocional**

**Objetivo:** Se revisaron los proyectos de producción de contenidos de realidad virtual y la producción de un video musical con artistas nacionales.





**Logro:** Se cuenta con propuestas finales de los proyectos mencionados anteriormente y con un teaser del video musical “Bella es mi Tierra”

- **Lanzamiento de la “Guía de Campo de Peterson para las Aves del Norte de Centroamérica**

**Objetivo:** Desarrollo y ejecución de una estrategia de promoción de país efectiva, en mercados internacionales prioritarios y en el mercado nacional.

Se participó en el lanzamiento de la **“Guía de Campo de Peterson para las Aves del Norte de Centroamérica”**, en la residencia del Embajador de los Estados Unidos, se coordinaron acciones de promoción con la Asociación Hondureña de Ornitología, en relación a la asistencia a ferias internacionales especializadas y a materiales promocionales de Aviturismo.





## f) Promoción de Feriado Morazánico en Medios de Comunicación Nacionales

En el marco del feriado Morazánico, se brindaron varias entrevistas y se participó en diferentes paneles para reportar resultados, medidas de seguridad y socializar el calendario de actividades de los destinos.

Se participó en un desayuno corporativo de TVC, Upfront para conocer la programación 2018, nuevos programas y oportunidades publicitarias.

**Logro:** Promoción de destinos en medios de comunicación nacionales.

### Promoción de Feriado Morazánico en Medios de Comunicación Nacionales



### g) IV Congreso de Turismo Sostenible

**Objetivo:** Este evento fue diseñado como una plataforma para ayudar a los asistentes de este mercado de rápido y vital desarrollo, para forjar las relaciones y ampliar sus conocimientos en temas relacionados a la sostenibilidad. La agenda social del Congreso conto con conferencias magistrales, como reuniones individuales, exposiciones y presentaciones culturales.

**Logro:** Se apoyó al sector privado con atención a los conferencistas, consultas y se atendieron solicitudes en relación a la presentación de sus destinos y productos durante el evento, adicionalmente se apoyó con la elaboración y presentación del resumen ejecutivo de las ponencias del evento, mismo que fue consensuado con los organizadores del evento.



### h) Campaña Especial de Invierno

**Objetivo:** Amortiguar las cancelaciones y bajas en la reservación y adquisición de servicios turísticos del país producto de los acontecimientos del proceso electoral 2017. Se revisó en conjunto con la Cámara Nacional de Turismo y la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa una propuesta de campaña promocional para incentivar los viajes y las compras en la temporada de diciembre.





## i) Apoyo a la Alcaldía del Municipio del Distrito Central en Celebración de Festival a la Alcaldía de Tegucigalpa

Se apoyó a la Alcaldía Municipal y a los Centros Culturales de Tegucigalpa en la organización del Festival de Invierno de la ciudad.

**Logro:** Desarrollo exitoso del festival de invierno de Tegucigalpa.



## j) Crecimiento en Redes Sociales

**Objetivo:** Promover el turismo e interactuar con los seguidores en nuestras redes sociales haciendo que sea más amigable e interesante visitar un lugar turístico, restaurante y otros a nivel nacional.

**Instagram:** Sigue siendo permanente el repost, que hace que los usuarios interactúen constantemente con la cuenta, siendo el mayor interés de los mismos las fotografías explícitamente de lugares turísticos para descubrir.

**Facebook:** Los videos y animaciones han generado más visitas e interés de parte de los usuarios.

**Twitter:** seguimos en la estrategia de comunicarse directamente con los usuarios con lo que se ha logrado mayor interacción y crecimiento de seguidores, al aumentar la cantidad de RT se ha logrado un aumento en seguidores, mismos que se sienten identificados con los videos y las publicaciones de noticias.

**Pinterest:** continuamos realizando las publicaciones orgánicas con el Re-Pin lo cual ha atraído a diferentes tipos de usuarios y así ellos interactúan más con la cuenta, también se

ha implementado una nueva estrategia con videos / infographics de comida catracha que está llamando la atención de los mismos.

Crecimiento de la comunidad Visit Honduras hasta la fecha				
Meses	FaceBook	Instagram	Twitter	Pinterest
Enero	162,657	2,649	1,079	54
Febrero	163,688	2,822	1,154	63
Marzo	172,132	2,979	1,196	68
Abril	173,084	2,979	1,196	72
Mayo	173,105	3,470	1,279	71
Junio	173,149	3,739	1,328	78
Agosto	202,001	4,098	1,380	82
Septiembre	202,513	4,325	1,450	82
Octubre	202,529	4,462	1,496	85
Noviembre	202,738	4,590	1,567	85
Diciembre	202,688	4,709	1,642	86

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

### k) Viajes de Familiarización y Prensa

**Logro:** Se recibieron 20 representaciones de medios de comunicación de Panamá y Costa Rica, en conjunto con Air Panamá e Instituto Hondureño de Turismo. Así mismo, se coordinaron dos viajes de familiarización con Tour Operadores Hondureños, Guatemaltecos, Norteamericanos y Europeos para mostrar un turismo comunitario a través de la Campaña Caribe- Maya.



### Atención Tour Operadores, Agentes de Viajes y Medios de Comunicación

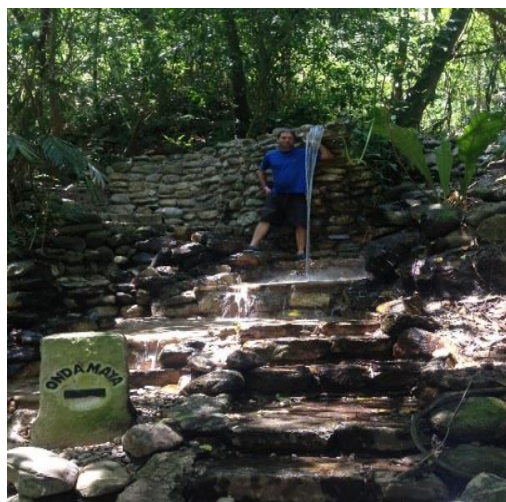
Procedencia	2017
Nacional	1
Norte América	2
Centroamérica	3
Europa	13
Sudamérica	1
Asia	1
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>

Durante el **II Trimestre** se atendieron Grupos de Prensa y Mayorista:

Mes	Grupos Atendidos
Abril	HON TOURISM MARKETING
Mayo	Prensa Española, Prensa Alemana y mayorista (Agentes de Viajes Franceses). Dentro de los cuales destacan medios como: La Radio Nacional de España programa Trotamundos DABTDT, DVB-S E INTERNET Alemania, Spiegel Magazine Under Wassa.
Junio	Se atendieron 3 grupos de prensa internacional y un grupo de mayoristas: <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Prensa Argentina:</b> National Geographic Travel</li> <li><b>Prensa Alemana y Austria:</b> Revista "Tauchen" (especialista en buceo)</li> <li><b>Mayoristas Reino Unido:</b> Especialistas en promoción de destinos centroamericanos en Europa. Alison Franklin, Heat Durie, Katherine Fieck y Melanie Broughton</li> <li><b>Prensa Europea:</b> Guia turística "Lonely Planet", Diario Cataluña Blog italiano "Non solo turisti"</li> </ol> Dentro de dichos grupos atendidos se destacan: El Fotógrafo Alex Macipe reconocido por sus trabajos de fotografías de Aves y de Ciudades, mismas que han sido publicadas en diferentes revistas de gran renombre, siendo la principal y más famosa "National Geographic Travel", así mismo se atendió Grupo de periodistas de nacionalidad Alemana, mayoristas de Reino Unido, Marco Allegri Bloguero italiano y los periodistas Alberto Falco y Pablo Infiesta representantes de Lonely Planet y Diario Cataluña en España, quienes visitaron Honduras con el propósito de promover y aumentar las plazas en el vuelo directo de España a Honduras y viceversa a través de Air Europa.



## Grupos de Prensa y Mayoristas Atendidos



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 para 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, y videos, los cuales son compartidos durante el viaje en sus redes sociales como ser: Facebook, twiter, instagram, youtube y otros para dar a conocer los destinos visitados y así incentivar a viajar a 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 el presente viaje de prensa se logró 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 hizo 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 fue conformado por 7 mayoristas, 1 reportero de Liberty Times Net y 3 representantes de la Central America Trade Office (CATO).

- Durante el IV Trimestre, se atendieron 3 viajes de familiarización, entre lo que destacan 2 grupos de comunicación internacionales: Travel To Natural, Nomade Aventure, Those Travel Guy y 1 grupo de prensa en el cual destaca: Breaking Travel News, periódico británico digital orientado a promover nuevos destinos y actividades deportivas al aire libre.

Viaje de Familiarización y Prensa con Medios Internacionales



**CUADRO RESUMEN DE ATENCIONES 2017**

Atenciones	Cantidad de Solicitudes atendidas
Atenciones oficinas de Información en TGU y Miami	522
Visitas al Portal Web (honduras.travel)	322,472
Entrega de material turístico	96,111
Visitas de Cruceristas atendidas	393,836
Atención a Embajadas acreditadas en el Exterior	17

**Cuadro Resumen Inversión de Grupos según Mercado:**

No.	MERCADO	INVERSION EN LPS.
1	Nacional	L. 83,711.23
2	Norte América	L. 8,498.39
3	Centroamérica	L. 250,320.95
4	Europa	L. 772,328.09
5	Sudamérica	Cortesías
6	Asia	L. 70,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>L. 1,184,858.66</b>

**Resumen Patrocinios a eventos especiales 2017**

<b>Actividad</b>	<b>Monto</b>
Freediving World Championship	L. 360,000.00
Congreso Cirugía Plástica	L. 48,000.00
Expo Verano 2017	L. 72,000.00
Juana María Portillo/Barista	L. 17,533.25
Expo Copan 2017	L. 500,000.00
Caravanas Turísticas Guatemala con TTOO	L. 60,000.00
Festival de Las Flores	L. 35,070.45
Capacitación Guías Naturalistas	L. 35,070.45
Festival del Choro y El Vino	L. 50,000.00
Organización Negra Centroamericana	L. 80,000.00
Santa Rosa de Copan Letras Gigantes	L. 50,000.00
XVII Torneo de Pesca Deportiva	L. 72,000.00
Gracias Convoca	L. 200,000.00
Like Honduras	L. 50,000.00
Festival de Invierno MIN	L. 30,000.00
13 Carrera Ecoturística en Amapala	L. 25,000.00
Premios Copan 2017	L. 200,000.00
Película Morazán	L. 47,145.20
Festival del Barrilete	L. 10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>L. 1,941,819.35</b>

**l) Foro Televisivo “La Nueva Honduras” Presidente Juan Orlando Hernández, en la ciudad de Trujillo**

En las fechas comprendidas del 15 al 17 de mayo 2017 se realizó misión oficial de trabajo a la ciudad de Trujillo, con motivo de atender convocatoria de la Oficina de Seguimiento del Despacho de la Presidencia de la República para coordinar y apoyar al equipo de avanzada y producción del Foro Televisivo “La Nueva Honduras” desarrollado por el Presidente Juan Orlando Hernández con el sector privado turístico.

### Participación en Foro Televiso la Nueva Honduras



### m) 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.

### Reunión COMECATUR





## n) Participación en Ruedas de Negocios y Presentaciones del Destino

- **FITUR, Madrid, España,**

**Objetivo:** Promocionar a Centro América como región y a la vez el de establecer contactos entre el sector privado, agentes mayoristas y tour operadores del mercado Español.



**Logros:**

- Por primera vez Honduras logró realizar actividades promocionales adicionales en el recinto de FITUR, de Honduras como ser degustación de café y representación artística de nuestra música local, incentivando a los visitantes de la Feria visitar el stand de Honduras para conocer más sobre el país.
- Con el apoyo del Fondo Mundial de la Naturaleza (WWF) y conformado por los países de Honduras y Guatemala fue otorgado el premio Espíritu de Excelencia Turística en el marco de la feria FITUR con el proyecto Caribe Maya.

Asimismo, Se realizó lanzamiento del vuelo de Air Europa en el stand de Globalia, presentando la nueva ruta a San Pedro Sula, que la aerolínea empezará a operar con una frecuencia semanal a finales de abril 2017.

- **BOOT-Dusseldorf Dusseldorf, Alemania**

Es una de las ferias más importantes a nivel internacional en el turismo náutico, especializado en deportes, buceo y actividades acuáticas, pequeñas y grandes embarcaciones.

Honduras tuvo la oportunidad de establecer relaciones comerciales con profesionales de la industria del turismo náutico y deportes acuáticos, para definir nuevas líneas de trabajo, estrategias y alianzas empresariales con el fin de dinamizar y reforzar la actividad turística.



- **Feria Internacional de Turismo ITB-Berlín**  
**Berlín, Alemania**  
**Del 08 al 12 de Marzo de 2017**

**Objetivo**

El objetivo de participar en la en la Rueda de negocio de ITB-Berlín, es promocionar a Centro América como región multi-destino y establecer contactos, entre el sector privado, agentes mayoristas y tour operadores del mercado Germano parlante, para incentivar el turismo receptivo de Alemania hacia Honduras, presentando los diferentes atractivos turísticos que ofrece el país y las posibilidades de rutas combinadas dentro de la región y a la vez de promocionarnos como destino “Honduras”.

Definir y revisar nuevas estrategias de promoción, y renegociar con tour operadores que ya programan nuestros productos en sus catálogos para poder ampliar la promoción en dicho mercado; y puntualizar los convenios de cooperación que resulten más convenientes para el país.

Asimismo, el otro objetivo transcendental de la participación en dicha feria es la de promocionar las recientes alianzas con aerolíneas europeas para proveer al turista europeo con nuevas rutas directas. Por lo que durante la feria se promocionaron los vuelos directos desde España a Honduras a través de la aerolínea europea, Air Europa, quienes a partir de Abril del 2017, incluirán a Honduras dentro de su amplia oferta de vuelos internacionales y rutas directas.

**Logros:**

- Previo al inicio de la rueda de negocios en Berlín, el día lunes 06 de marzo se participó en un roadshow organizado por CATA en la ciudad de Barcelona, España donde se realizó una presentación del destino de Centroamérica y participaron TTOOs de los países de la región centroamericana. Al finalizar la presentación se sostuvieron citas de negocios en mesas de trabajo con las empresas participantes de Centroamérica y los TTOOs europeos presentes en dicha ciudad.
- Se realizó la instalación de un bar de Café Hondureño con baristas germano parlantes. El servicio de café se ofreció durante la jornada completa de la Feria compitiendo con los cafés de Colombia, El Salvador y Panamá, entre otros. Es importante mencionar que el café Hondureño fue muy bien recibido por los visitantes al stand. Al finalizar la Rueda de negocios se contabilizó que un total de 3,000 personas habían degustado del café Hondureño. Debido a dicha actividad se recibieron varias consultas sobre la compra de Café Hondureño, por lo que se estará informando a las empresas de Café quienes apoyaron al IHT, sobre el interés manifestado para posterior análisis del mercado por parte de ellos.
- Se atendieron en el Stand un total de 65 representantes de Agentes de Viajes, Mayoristas de Europa y prensa internacional dentro de la agenda de ITB 2017.

- Se logró establecer contactos entre el sector privado y agentes mayoristas y tour operadores del mercado alemán.
- Se logró generar un gran impacto en medios de comunicación, sitios web y redes sociales, como ser Facebook, Instagram, y Twitter, dando a conocer nuestro país como destino e incentivando a los usuarios a visitar Honduras en sus próximas vacaciones.
- Entrevistas con medios de comunicación internacionales entre las que destacan Agencia EFE y Touristik Aktuelle, entre otros.
- El video en tiempo real de dos visitantes alemanes degustando de la gastronomía y café Hondureño en nuestro stand, se volvió viral llegando a más de 1 millón de personas (reach) en Facebook, fue visto 276k veces y compartido por 5.4k personas a través de la página de Facebook de Marca País Honduras.
- La noticia de la participación de Honduras en ITB fue publicada en más de 12 sitios web, a continuación algunos links de referencia de la noticia:
  1. <http://hondudiario.com/2017/03/09/iht-promociona-a-honduras-en-plataforma-de-negocios-mas-importante-de-berlin/>
  2. <http://www.hondurastips.hn/2017/03/09/honduras-se-promociona-turisticamente-en-berlin/>
  3. <http://www.latribuna.hn/2017/03/10/marca-honduras-la-feria-mas-importante-del-mundo/>
  4. <http://hondurasgreat.com/itb-berlin-honduras/>
  5. <http://www.laprensa.hn/economia/1051409-410/honduras-busca-atraer-a-turistas-europeos>
  6. <http://www.elheraldo.hn/pais/1054032-466/promueven-en-alemania-la-belleza-natural-de-honduras-como-destino-turistico>
  7. [http://www.hosteltur.com.do/115750\\_empresarios-honduras-promueven-atractivos-itb-berlin.html](http://www.hosteltur.com.do/115750_empresarios-honduras-promueven-atractivos-itb-berlin.html)
  8. <http://sapp.gob.hn/sector-privado-hondureno-busca-oportunidades-en-la-feria-turistica-de-berlin/>
  9. <http://www.radiohrn.hn/l/noticias/honduras-participa-con-mucho-exito-en-feria-internacional-de-turismo-en-berlin>
  10. <http://www.eldiario.hn/tag/promocionan-honduras-en-feria-de-turismo-itb-berlin/>
  11. <http://www.hondurasensusmanos.info/2017/03/09/iht-promociona-a-honduras-en-plataforma-de-negocios-mas-importante-de-berlin/>
  12. <http://www.eleconomista.net/2017/03/08/centroamerica-difunde-en-la-itb-su-oferta-turistica-de-cultura-y-naturaleza>



- **Travel & Adventure Show San Diego, California-Estados Unidos**

**Objetivo:** Fortalecer la imagen del país y poder tener la oportunidad de dar a conocer el destino, y de esta manera, lograr atraer el interés de más visitantes que buscan nuevas experiencias de viajes y nuevos destinos que ofrezcan el producto de viajes y aventura como lo es el destino Honduras.

Atención en el stand a más de 750 visitantes potenciales que mostraron interés en nuestros destinos; en la zona del caribe hondureño, zona insular y Copan Ruinas. Asimismo la selva tropical de Honduras para la práctica del hiking y senderismo en La Ceiba; así como las actividades de rafting y canopy.



- **Travel & Adventure Show Denver, Colorado-Estados Unidos**

El mercado de Denver, es uno de los mercados en Norteamérica que ha mostrado mucho interés hacia Honduras en los últimos años, por lo cual el continuar participando en estos eventos contribuye a hacer crecer aún más la demanda turística al país y lograr atraer la llegada al país de un porcentaje de dicho mercado.

**Logro:** Se realizaron atenciones en el stand a más de 950 visitantes potenciales que mostraron interés en nuestros destinos. Específicamente en la zona del caribe hondureño en especial La Ceiba, Tela y de la zona insular la Isla de Roatán.



- **Travel & Adventure Show Dallas, Texas-Estados Unidos**

Se participó en la Feria Internacional de Turismo Travel & Adventure Show con el objetivo de poder fortalecer la imagen del país y poder tener la oportunidad de dar a conocer el destino, y de esta manera, lograr atraer el interés de más visitantes que buscan nuevas experiencias de viajes y nuevos destinos que ofrezcan el producto de viajes y aventura como lo es el destino Honduras.

**Logro:** Se atendió más de 35 agencias mayoristas especializadas en el turismo de viajes y aventura entre las que se destacan las siguientes: Bon-Bon Voyage, You Deserve it Vacations, Horizon Travel, The Places We Travel, LSTravel Group, Servant Travel, Cruise Planners, Magical Vacation Dreams, Fisher Travel, Sensational Travel Tours, Keep Calm Vacations, Europe Up Close, Intele Travel, Amazonian Travel Getaways, Creative Travels, Faith Family Travel, Travel Your Way, entre otros.



## Feria Internacional de Turismo Travel & Adventure Show



- **Seatrade Cruise Global  
Fortlauderdale, Florida-Estados Unidos**

### Objetivo

El objetivo de participar en esta rueda de negocios especializada en la Industria de Cruceros es con la finalidad de continuar fortaleciendo la industria y la imagen país siendo uno de los rubros que contribuye de manera fundamental y directa en el ingreso de divisas, derrama económica y generación de empleos por concepto de llegadas de los cruceristas al país. Cabe también mencionar la importancia debido a que en el año 2016 se desplazaron alrededor de 24 millones de cruceristas alrededor del mundo y las cifras continúan creciendo cada año.

Seatrade es un evento Global de la industria de cruceros, y es el único evento garantizado para reunir a todas las facetas del negocio, incluyendo las líneas de cruceros, proveedores, agencias de viajes y socios y reúne a expositores, compradores y visitantes de todo el mundo. Asimismo durante los días del evento se realizan ciclos de conferencias de primer nivel que permiten dar a conocer herramientas innovadoras y otros temas de importancia en la industria.

En la presente edición asistieron un promedio de 11,500 visitantes, de los cuales en su mayoría fue público del segmento de cruceros, buceadores, tiendas de buceos, entre otros especializados en la Industria.

### Logros Obtenidos:

- Se contó con la participación de las siguientes empresas del sector público y privado hondureño: *Port of Roatán, Banana Coast, Reef Travel, Ana Caribe Roatan, Fun &*

*Sun Tours, Hyde Tours Roatan, Roatan Aqua Tours & Transportation, South Shore, Alcaldía de Roatan y Marítima y Transportes y el Instituto Hondureño de Turismo.*

- se logró atender más de 600 visitantes al stand con interés en obtener información de nuestros destinos al igual que hacer preguntas específicas sobre Islas de La Bahía y Trujillo como ser : condiciones de acceso, seguridad, productos que se ofrecen, tours, donde alojarse, que hacer, comidas, clima, entre otros. Asimismo se les mostró la diversidad de atractivos con que cuenta el país y la variedad de deportes acuáticos que pueden realizar durante su visita.
- Se logró atender más de 40 citas de negocios entre inversionistas, consultores, líneas de cruceros y agencias mayoristas especializadas en el rubro de cruceros y de las que se destacan las siguientes: Pinnacle Ecological, Aquila Tours, Royal Caribbean, Carnival Cruise Line, TUI Cruises, NCL, Healthy City Cayman Islands, West Fall Int [www.westfallint.com](http://www.westfallint.com); entre otras.

### Imágenes Feria SEATRADE Cruise Global



- **Feria del Viaje de Madrid y Seminarios/Presentaciones del Destino en Madrid y Barcelona Madrid-España y Barcelona**

**Objetivo:** Promocionar a Honduras como región turística ,atendiendo la necesidad que reclama hoy día el turista del nuevo milenio, el cual ha cambiado su manera de viajar, es más exigente y busca experiencias nuevas y personalizadas a través del área de turismo de Madrid destino.

**Logros:**

- Atención a más de 500 visitantes y 20 representantes de Agencias de Viajes de viajes y Prensa Internacional.

- Promoción exitosa del vuelo directo con Air Europa desde Madrid hacia la ciudad de San Pedro Sula.
- Capacitación a más de 70 agencias de viajes con el destino “Honduras”.

### Stand Feria del Viaje Madrid



- **B2B, Hotel Westin Camino Real/Ciudad Guatemala**

**Objetivo:** Con el propósito de incrementar la afluencia de turistas de Guatemala, una importante comisión de más de 17 empresarios hondureños del rubro turístico y el Instituto Hondureño de Turismo, participaron en el evento B2B 2017, en Ciudad de Guatemala.

El B2B es una plataforma de negociación más personalizada entre empresarios hondureños y guatemaltecos del sector turismo, que permite ofrecer sus productos y/o paquetes promocionales previos al feriado bancario que decreta Guatemala para finales de junio del presente año.

**Logro:** Se promovió los destinos turísticos de Honduras en Guatemala para ésta época en particular y para ello se contó con el respaldo de representantes de agencias de viajes, mayoristas del rubro, tour operadoras y organizaciones como La Cámara Nacional de Turismo de Honduras CANATURH.



**Programa del Evento**



PRESENTACIÓN DE PAÍS Y RUEDA DE NEGOCIOS.

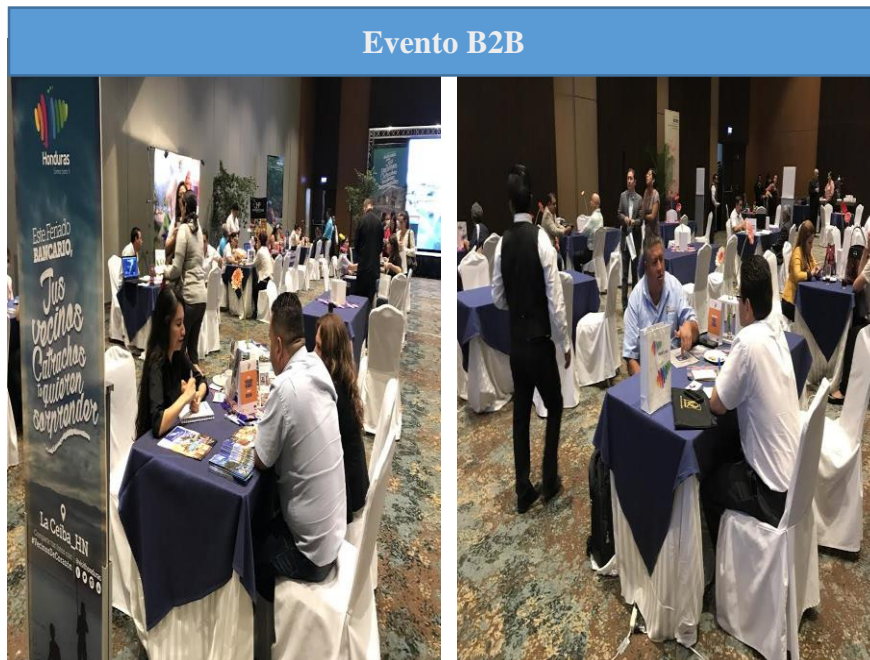






8:30am. a 9:00am. Registro de Participantes

9:00am. a 9:30am. Presentación de País

9:30am. a 12:00pm. Rueda de Negocios

12:00pm. a 1:00pm. Coffee Break

Déjate sorprender por todas las bellezas y riquezas de Honduras en este Feriado Bancario. Vive tus mejores vacaciones visitando a tus vecinos catrachos.



- **B2B, San Salvador, El Salvador**

**Objetivo:** Promocionar los destinos turísticos de Honduras e invitarlos, en este caso, a los salvadoreños a que visiten dicho país, previo a las Fiestas Agostinas. Así también, se pretende fortalecer el turismo entre los países hermanos. Cabe resaltar, que esta es una plataforma de negociación más personalizada entre empresarios hondureños y salvadoreños del sector turismo. Asimismo, se contó con el respaldo de representantes de agencias de viajes, mayoristas del rubro, tour operadoras, para poner al alcance de los salvadoreños la mejor oferta turística para visitar al territorio catracho.

Se desarrolló por tercer año la Rueda de Negocios en dicho país (B2B 2017), se trasladó una importante comisión de 13 empresarios hondureños y el Instituto Hondureño de Turismo (IHT), el pasado 22 de junio del presente año, para llevar a cabo en el hotel capitalino Crowne Plaza dicho evento, donde se realizó una presentación de país, seguida de la rueda de negocios y degustación de bocadillos catrachos.



**Difusión en Medios de Comunicación y B2B**



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**



**TELEVISIÓN**

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



- **PAMAC 2017 - Platinum Associate Membership Advisory Council Conference  
FCCA Aruba**

**Objetivo:** Considerando que Honduras es miembro platino de la Asociación de Cruceros de la Florida-Caribe (FCCA), se participa cada año en las conferencias del Consejo Asesor de Miembros platinos de dicha Asociación. Este evento permitió a los participantes ampliar sus conocimientos del rubro, con el fin de mejorar sus negocios en la industria de cruceros.

**Logro:** Se entregó personalmente a la Sra. Michele Paige-Presidenta de la FCCA, del documento-borrador de los términos y condiciones para el “**Programa Nacional de Gente del Mar**”, basado en el Memorándum de Entendimiento (MOU) firmado en Septiembre de 2016, entre el Gobierno de la República de Honduras y la FCCA; con este programa se espera generar nuevos empleos para los marinos hondureños y a la vez ofrecerá apoyo técnico en el nuevo proceso de certificación de los Marinos Hondureños, teniendo como propósito principal seguir los lineamientos definidos por la FCCA.

### Evento Platinum Associate Membership Advisory Council Conference



- **Trade Cruise Global Fort Lauderdale, Florida-Estados Unidos**

Fortalecer la industria y la imagen país siendo uno de los rubros que contribuye de manera fundamental y directa en el ingreso de divisas, derrama económica y generación de empleos por concepto de llegadas de los cruceristas al país.

- Atención a más de 600 visitantes al stand con interés en obtener información de nuestros destinos al igual que hacer preguntas específicas sobre las Islas de La Bahía y Trujillo como ser: condiciones de acceso, seguridad, productos que se ofrecen, tours, donde alojarse, que hacer, comidas, clima, entre otros. Asimismo se les mostró la diversidad de atractivos con que cuenta el país y la variedad de deportes acuáticos que pueden realizar durante su visita.



- **Evento Honduras 20/20, Miami, Florida-Estados Unidos**

**Objetivo:** Se colaboró en la coordinación con la oficina de la Secretaria de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico de Honduras, en la presentación de Plan Honduras 20/20, en la cual participó el Sr. Presidente de la República de Honduras.

Se sostuvo varias reuniones de coordinación en la cual participó el Ministro de esta cartera, Ing. Arnaldo Castillo, personal del Consulado de Honduras en Miami al igual que el equipo del IHT-Miami.

A través de la gestión del IHT, el Hotel Anthony's Key Resort, estuvo presente como representante de la Empresa Privada y expuso a través del montaje de stand sus productos donde se brindó material impreso al público asistente.

Evento Honduras 20/20





## Mercado Europeo

- **BIRDFAIR UK (British Birdwatching Fair), Egleton-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 atendió 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.
- Promoción con éxito los vuelos con Air Europa desde y hacia Europa de Honduras.

### Feria British Birdwatching Fair





- **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.

En esta edición la Expo American Birding proporciono a observadores de aves y amantes de la naturaleza una oportunidad de 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:**

- 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 tuvo 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 permitió a los participantes del sector público y privado hondureño; establecer una red de contactos importantes con empresas diversas del ecoturismo y aviturismo y con los consumidores en el mercado de observación de aves.
- Se incremento 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 se facilito 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 tanto en sus catálogos de ventas como en sus programaciones de viajes.

**o) Roadshows**

Representantes del sector turístico privado y público, encabezados por el Instituto Hondureño de Turismo, Marca País Honduras en conjunto con United Airlines realizaron el “Roadshow Presentación Destino Honduras – Norteamérica”, en cuatro ciudades meta.

### Logros obtenidos:

- Se logró establecer más de 60 nuevos contactos entre el sector privado hondureño participante y agencias de viajes de Norteamérica con un alto interés en vender nuestros destinos; por lo que se les estará gestionando un viaje de familiarización para el año 2018/2019 con el fin de que puedan conocer de forma presencial la oferta de productos y servicios de los destinos con que cuenta el país.
- Se logró realizar en el marco de la presentación en la ciudad de Chicago, Illinois una entrevista en vivo con el medio radial “Travel Planners Radio Media” quienes cuentan con un alcance de 350mil radio escuchas y las entrevistas son retransmitidas en más de 23 estaciones de radio dentro de los Estados Unidos de Norteamérica.
- Se logró realizar en el marco de la presentación en Washington D.C una entrevista con el medio Washington Times el cual es uno de los medios más importantes de dicha ciudad la cual fue fundada desde el año de 1982 y cuenta con una circulación diaria de 83,511.

### Chicago, Illinois



### New York, NY



### Washington, D.C



### Dallas, TX



## Mercado de Centroamérica

- **Evento CATM – Central América Travel Market**

**Objetivo:** Promocionar a Centro América como región y a la vez el de establecer contactos entre el sector privado y agentes mayoristas y tour operadores del mercado de Europa, Asia, Latinoamérica y Norteamérica, para incentivar el turismo receptivo de los mercados descritos hacia la Región Centroamericana y a su vez la promoción como destino “Honduras”.

**Logros:**

- En la edición XI de la Feria CATM se contó con la participación de 80 mayoristas de Europa, Estados Unidos y Sudamérica y 26 medios internacionales.
- Se logró fortalecer el posicionamiento y difusión de la marca Honduras y la marca Centroamérica.

- Se logró la visita de las Altas autoridades de El Salvador al stand de Honduras, entre ellos el Vice-presidente de El Salvador, Sr. Oscar Ortiz, Ministro de Turismo de El Salvador, Sr. Napoleón Duarte Durán y otros delegados.
- Durante el desarrollo de la feria se realizó la exposición en el sitio ferial CIFCO de los diferentes atractivos que ofrecen el país y las posibilidades de rutas combinadas dentro de la región Centroamericana. Se atendieron en el Stand un total de 28 representantes de Agentes de Viajes, Mayoristas de Europa, Latinoamérica y Norteamérica y asimismo de prensa internacional según las citas programadas.
- Se coordinó la realización de un pre-tour a Honduras de acuerdo al interés de cada una, con las siguientes empresas Tour Operadores/mayoristas:

No.	País	Empresa	Pre-Tour
1	Alemania	Travel to Nature	Paraíso Natural
2	Alemania	Cono Sur	Cultura y Tradiciones
3	Francia	Nomade Aventure	Cultura y Tradiciones
4	Netherlands	Sawadee Reizen	Sol y Aventura
5	Reino Unido	Incredible Tours	Cultura Cautivante
6	Reino Unido	Seven Senses	Sol y Aventura
7	Netherlands	Latin America Specialist	Sol y Aventura

### Stand de Honduras Evento CATM



### • Rueda de Negocios DEMA Show Orlando-Florida, Estados Unidos

La feria de Buceo DEMA 2017 se llevó a cabo en la ciudad de Orlando, Florida del 1º al 4 de Noviembre del 2017. El Instituto Hondureño de Turismo, junto con los Hoteles de Islas de la Bahía, participaron en la misma, la cual se considera la más importante para el segmento



de buceo, para el mercado norteamericano; Así como también participan empresas mayoristas (Dive Shops), que venden turismo de buceo.

El sector hotelero de Honduras que participó pudo concretar ventas directas durante los 4 días de feria, ya que todos tenían promociones agresivas que las empresas mayoristas pudieron aprovechar en su momento (DEMA 2017 Specials).

**Logros obtenidos:**



✓ Entre los resultados más importantes de participación en la presente edición es que se estima que con las campañas agresivas que impulsaron los hoteles con el apoyo del IHT solo en ventas generadas directamente en los días de la feria se logró sobrepasar los 650,000 dólares y otros 1.7 millones USD que se estarán generando posterior a la misma.

✓ Se recibió el merecedor premio a la hermosa Isla de Roatán, como ganadora del Segundo lugar en "Best Macro Diving" por: Readers' Choice Awards, donde se reconocen las maravillas

que el buceo en Honduras ofrece.

**p) Otros**

• **EXPO Turismo Internacional, ciudad Panamá-Centro de Convenciones Atlapa**

**Objetivo:** El objetivo que persigue este Instituto al participar por segunda vez en la Rueda de negocio de "EXPO TURISMO Internacional 2017" para promocionar a Honduras y a la vez el de establecer contactos con agentes mayoristas y tour operadores provenientes de más de 20 países de Europa, Norteamérica, Centroamérica, Caribe y Suramérica mostrándoles en el sitio ferial los diferentes atractivos que ofrece el país.

**Logros:**

- La participación conjunta con el aliado comercial Air Panamá para continuar con la promoción de los vuelos chárter desde Panamá hacia la Isla de Roatán.
- Se generó un ahorro sustancial en nuestra participación ya que no se tuvo que incurrir en costos por concepto de decoración ni espacio de stand debido a la alianza estratégica con la que se cuenta actualmente con Air Panamá.

### Expo Turismo 2017



- **Evento B2B Costa Rica 2017 y Tour de Medios San, José-Costa Rica**

El evento se realizó el 27 de septiembre en el hotel Wyndham-La Herradura. Esta rueda de negocios fue acompañada por empresarios hondureños en el sector de Tour Operadores y hoteleros teniendo una asistencia entre agencias operadoras de Costa Rica y empresas de Honduras de más de 70 empresas en total.

#### Logros:

- Se espera incrementar la llegada de turistas costarricenses; logrando un incremento de la derrama económica del país e ingresos por divisas para el año 2018.
- Se espera que la promoción de los destinos durante el desarrollo del tour de medios pueda generar una utilidad en valores de publicity que supere los 450 mil lempiras.
- **Conferencia Anual de Cruceros FCCA Mérida-Yucatán/ México**
- Se participó en la ciudad de Mérida-Yucatán en la conferencia anual de cruceros; La cual es un evento de cuatro días diseñado para fomentar una mejor comprensión del funcionamiento interno de la industria de cruceros y ayudar a los asistentes a mejorar su negocio de turismo de cruceros.

Como resultado de esta participación conjunta se pueden generar más alianzas con las líneas de cruceros con el fin de poder incrementar la llegada de líneas de cruceros al país, asimismo poder establecer vínculos entre las líneas de cruceros y los productores hondureños de los diferentes productos alimenticios que exporta el país; por lo que esta acción comercial podría generar un incremento en las exportaciones del país.



## Campañas de Promoción Interna, Regional e Internacional

### q) Campañas Promocionales

- Campaña de Semana Santa “Recorre Honduras”

**Objetivo:** Desarrollo y ejecución de una estrategia de promoción de país efectiva, en mercados internacionales prioritarios y en el mercado nacional

Bajo el concepto de la campaña sombrilla “Amor a Primera Visita” se trabajó la campaña de temporada de Semana Santa 2017, orientada a los viajeros de corazón quienes comparten en sus Redes Sociales, su ubicación y fotografías de las actividades que desarrollan, alentando a sus seguidores a querer vivir las mismas experiencias. Porque ellos si saben viajar, “Déjate llevar por tus latidos, recorre Honduras.”

**Logro:** Se aprobó el concepto de la campaña “Recorre Honduras” con sus diferentes adaptaciones

#### Promocionales de Campaña “Recorre Honduras”



Invitación lanzamiento de  
Verano 2017





• **Campaña de Fiestas Agostinas**

Se dio inicio a la campaña de temporada de Fiestas Agostinas 2017, orientada al mercado salvadoreño y que lleva por nombre **“Estas Fiestas Agostinas, Tus vecinos catrachos te quieren sorprender”** Los paquetes promocionales que emite el sector privado también formaron parte de la línea grafica de la campaña difundida a través de Honduras.Travel, para esta temporada se recibieron más de 44 paquetes entre los destinos de Copán, Roatán, Olancho, Comayagua, Tegucigalpa, Zona Sur, Tela, La Ceiba, Cayos Cochinos, Trujillo, San Pedro Sula y La Esperanza.



**Logro:** 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



• **Campaña de Feriado Bancario**

**Objetivo:** Desarrollo y ejecución de una estrategia de promoción de país efectiva, en mercados internacionales prioritarios y en el mercado nacional durante el Feriado Bancario. Bajo el concepto de la campaña sombrilla **“Amor a Primera Visita”** se trabajó la campaña de temporada de Feriado bancario, orientada al mercado guatemalteco y que lleva por nombre **“Este feriado bancario, tus vecinos catrachos te quieren sorprender”** la cual se está pautando dentro de los medios establecidos en la estrategia digital.



Los paquetes promocionales que emite el sector privado también formaron parte de la línea grafica de la campaña y parte fundamental de la misma, ya que se realizaron y se montaron las diagramaciones en los portales de Honduras.Travel.

• **Campaña Feriadito de Octubre**

Bajo el concepto de la campaña sombrilla **“Amor a Primera Visita”** se trabajó la campaña de temporada de Feriadito de Octubre 2017, **“Un feriadito al año no hace daño”** orientado al mercado nacional y enfatizando mensajes coloquiales, como ser dichos o experiencias que se viven durante este Feriado Morazánico. La campaña estuvo acompañada de una pauta en medios masiva con un presupuesto asignado de L 6.2 millones de lempiras fondos del presupuesto que maneja la Tasa de Seguridad y la cual contempla la difusión en Cable, radio, TV abierta, cable, prensa escrita, cine, exteriores, revistas especializada y guía de viajeros.

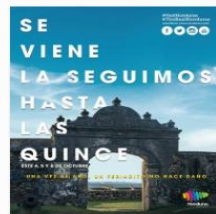
**Gráficas de prensa:**



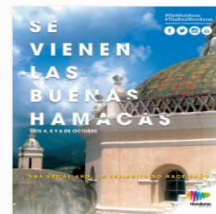
2



4



7



8



18 de septiembre en EL Heraldo



20 de septiembre en La Prensa - copia



22 de septiembre 2017 \_El Heraldo



29 de septiembre \_La El Heraldo

## r) Promoción bajo Alianzas Estratégicas

- Alianza Estratégica B The Travel Brand

**Logro:** Se dio por iniciado el Cooperativo con la empresa mayorista con sede en España B-The Travel Brand mediante la división de Barceló Viajes para la promoción y comercialización de los vuelos con Air Europa en la Ruta Madrid-San Pedro Sula-Madrid.

**Promocionales del Convenio**

**Nueva ruta  
San Pedro Sula —  
Madrid**  
desde  
**749 USD**  
**AirEuropa**

**Nuevo  
vuelo directo**  
**AirEuropa**  
**SAN PEDRO SULA > MADRID  
MADRID > SAN PEDRO SULA**  
A PARTIR DEL 27 DE ABRIL DE 2017  
**DESDE \$  
749**  
INCLUYE IMPUESTOS  
PARA MÁS INFORMACIÓN:  
WWW.AIREUROPA.COM  
RESERVAS.HONDURADPAIR.AIREUROPA.COM  
O CONTACTA TU AGENCIA DE VIAJES FAVORITA  
**Honduras**  
Somos patria II

## 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.



### Mercado Norteamericano

- **Firma del Convenio Membresía FCCA**



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.

- **Temporada de Verano Empresa** negociaciones con la empresa chárter de Canadá Transat Tours para la temporada de vuelos de verano 2017 **Chárter Transat Tours**

Se dio por iniciada la fase de desde Montreal, Quebec y Toronto hacia la Isla de Roatán. La presente temporada dará inicios a mediados del mes de abril y estará finalizando a mediados de septiembre del 2017.

**Logro:** Apertura de una nueva ruta de vuelos semanales para la presente temporada lo que nos generará mayor ingreso por divisas e incremento de la derrama económica al país.



#### **Apertura de Temporada de Invierno, 2017-2018, de vuelos Chárter de Canadá:**



Se logró coordinar los últimos detalles de negociación para la apertura de la nueva temporada de invierno 2017-2018, de las siguientes empresas de Chárter de Canadá:

La empresa **TRANSAT TOURS**, inició sus vuelos de Toronto-Montreal a finales del mes de noviembre 2017 hasta inicios del mes de abril del 2018. Asimismo, con el apoyo del IHT, la empresa TRANSAT, ya comenzó a promocionar nuestro destino, incluyendo la Marca País en todas las acciones promocionales.

**Logro obtenido:** Se logró negociar con la empresa chárter Transat Tours una nueva ruta semanal desde la ciudad de Quebec hacia la Isla de Roatán lo que nos estará incrementado la llegada de turistas canadienses y asimismo el ingreso por divisas al país.

- **Apertura de Temporada de Invierno, 2017-2018, de vuelos Chárter Sunwing Vacations:**

Se logró revisar conjuntamente con la empresa las acciones de promoción y comercialización para lograr una campaña más agresiva para la presente Temporada que dará inicio en el mes de diciembre del 2017 y finalizará en el mes de marzo del próximo año respectivamente.

**Logro obtenido:** Superar las ventas y el incremento por derrama económica en relación a la temporada anterior debido a que están incluyendo un vuelo semanal desde Canadá hacia la Isla de Roatán.

## s) Promoción de Turismo de Congresos

- Congreso FILACP en Roatán

Inicio en la isla de Roatán el XI Congreso Centroamericano y del Caribe de Cirugía Plástica, el Instituto Hondureño de Turismo a través del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras dieron la bienvenida a los 150 participantes extranjeros, médicos y patrocinadores del área farmacéutica.

### XI Congreso Centro Americano y del Caribe de Cirugía



- XXXIV Congreso de la Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina

**Objetivo:** Reunir representantes de los 16 países asociados a COCAL, el Congreso de la Federación, el cual fue óptimo para networking, proporcionando una mirada abarcadora del sector de eventos en América Latina y favoreciendo la integración comercial a través de rondas de negocios y contactos con personas de diversos mercados.

**Logro:** Participación activa de Honduras en la Asamblea General Ordinaria enunciando logros que han permitido y permitirán fortalecer esta industria, como lo es la Industria M.I.C.E.





- **Taller de uso de Base de Datos y Plataforma de International Congress and Convention Association (ICCA)**

**Objetivo:** Capacitación del Uso de la Plataforma de ICCA a los involucrados en el desarrollo y gestor de eventos internacionales.

**Logro:** Actualización del contacto, perfil del propietario de la plataforma, descripción y uso de SERIE, búsqueda de eventos potenciales para Honduras, generación de reportes e ingresos de cifras, comparación de destinos “Reportes Wizard”, uso de medios de prensa a través de la plataforma y correcta Elección de eventos para Honduras.

- **Día Global Turismo de Reuniones**

El Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras en conjunto con el CVB de San Pedro Sula se realizó un Panel Turístico integrado por profesionales del sector.

Con este evento se resaltó la importancia del segmento turístico de reuniones, además de poder mostrar el impacto real de las reuniones de negocios, conferencias, convenciones, viajes de incentivos, ferias y exposiciones, sobre las personas, las empresas y las comunidades.

Se contó con la presencia del Director Regional y del Caribe de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, Santiago González, así como la participación de profesionales del sector de nuestro país.



### Panel Turístico en Conmemoración al día Global de Turismo



- **4ta Cumbre Centroamericana de FCCA**

**Objetivo:** Este evento fue diseñado como una plataforma comercial para ayudar a los asistentes de este mercado de rápido y vital desarrollo, para forjar las relaciones y de ampliar sus conocimientos del rubro, con el fin de mejorar su negocio en la industria de cruceros. Desde sesiones de negocios, como reuniones individuales y talleres hasta oportunidades de networking durante las funciones sociales.

**Logro:** El evento permitió la oportunidad de que los participantes tuviesen en contacto directo con los ejecutivos de cruceros quienes toman las decisiones de gran importancia como ser desde dónde atracan los barcos, los tipos de productos que se venden a bordo y cómo mejorar la inversión en productos e infraestructura de los destinos.

**4ta Cumbre Bienal Centroamericana de la Asociación de Cruceros de la Florida y El Caribe/FCCA**



- **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.

### Encuentro de la Organización Negra Centro Americana





- **Postulación XXV Congreso de Avicultura Centroamericano y del Caribe**

El Instituto Hondureño de turismo a través del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras participo en el XXV Congreso Latinoamericano de Avicultura en Guadalajara, México del 26 al 29 de Septiembre como delegado oficial para realizar actividades 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.



- **Participación IMEX América**

El Instituto Hondureño de Turismo, a través de Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras, participó del 8 al 13 de Septiembre en la Rueda de Negocios IMEX América, que tiene como finalidad reunir a todos los empresarios de la Industria de Reuniones e Incentivos para realizar un intercambio de información de país y oferta turística general, para el desarrollo de eventos internacionales. A este evento asistieron organizadores de eventos, representantes de Recintos feriales y Centros de Convenciones, Hoteles, Marca País a nivel Mundial, empresas de eventos y montajes, empresas de audiovisuales entre otras.

Este evento se llevó a cabo en el Centro de Convenciones Sands Expo, Centro de Convenciones y Exposiciones de clase mundial ubicado en la Ciudad de Las Vegas, Nevada, Estados Unidos de Norte América, brindando un espacio para Networking y buscar oportunidades de Negocio.

IMEX AMERICA 2017 Las Vegas es un evento en el cual estuvieron presentes expositores de todo el mundo, entre los cuales se incluyen los siguientes: Nacionales y las oficinas regionales de turismo, oficinas de convenciones y visitantes, hoteles , palacios de congresos

, cruceros , proveedores de tecnología , alquiler de coches , los destinos de golf , líneas aéreas, trenes de lujo , los agentes de terreno, centros de exposiciones , balnearios , asociaciones comerciales, empresas de gestión de destinos , eventos especialistas en gestión , empresas de transporte , las publicaciones comerciales.

## Participación en IMEX



- **Material Promocional Buró de Convenciones y Visitantes**

Con el fin de brindar mayor información sobre la labor del Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras, se realizó la impresión de material promocional para asistir a los diferentes eventos y ruedas de Negocio que están orientados a comercializar la oferta turística del segmento de Reuniones.



- **Comisión Regional de la Organización Mundial de Turismo (OMT)**

Se organizó y desarrolló la 61 Reunión de la Comisión Regional de la Organización Mundial del Turismo para la Américas en Roatán, Islas de la Bahía. Este evento contó con la participación de los 23 países miembros, 13 miembros afiliados y 3 organismos observadores en la Reunión Ministerial.

Se realizó dentro de diversas actividades programadas durante la asamblea, el Seminario Internacional sobre las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, en el cual se impartieron temas como los observadores turísticos, Big Data y Turismo, nuevas plataformas de servicio turísticos, entre otras tecnologías. Siendo esta una herramienta esencial para el funcionamiento del turismo y para su desarrollo, así como para impulsar la actividad turística y ayudar al sector en su conjunto





## II FOMENTAR LA DIVERSIFICACION DE LA OFERTA TURISTICA COMPETITIVA Y SOSTENIBLE

### a) Unidad de Desarrollo de Producto

- **Proyecto Remodelación de la Plaza del Muelle Histórico en San Lorenzo.**

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

**Logro:** Para el mes de Julio se realizó la adjudicación del proyecto “ **Remodelación de la Plaza del Muelle Histórico de San Lorenzo**”, la empresa encargada para la construcción del proyecto está bajo cargo de Construcciones Marte y la supervisión del proyecto la lleva la empresa Diseño y Construcciones Amaya (DICOA, S. DE R.L).El proyecto básicamente consiste en tres áreas generales; las cuales se mencionaa continuación: 1. Áreas de Recreación, las cuales incluyen; Áreas verdes, Jardines – 393.83 mts<sup>2</sup>, Juegos infantiles – 96.44 mts<sup>2</sup>, Áreas de estar, pérgolas – 98.00 mts<sup>2</sup>, Plaza – 220.00 mts<sup>2</sup>, 2. Áreas Complementarias: Cafetería – 12.50 mts<sup>2</sup>, Quioscos – 25.00 mts<sup>2</sup> 3. Áreas de Servicio General; Público: Servicios Sanitarios: 29.40 mts<sup>2</sup>; Privado: Seguridad – 4.50 mts<sup>2</sup> Administración – 11.42 mts<sup>2</sup>, Oficina Turismo – 11.86 mts<sup>2</sup> y Bodega – 11.50 mts<sup>2</sup>. Contando con un área total del Proyecto: 1,585.07 mts<sup>2</sup>. Para el mes de Diciembre se contaba, con un porcentaje de avance de obra en campo de aproximadamente cincuenta por ciento; se espera finalizar la obra para los últimos días del mes de marzo del año 2018.

#### Proyecto Remodelación del Muelle Histórico de San Lorenzo



- Seguimiento a Convenio de ZOLITUR (Fortalecimiento de las capacidades locales en la gestión de las expresiones creativas y culturales de Islas de la Bahía)

**Objetivo:** Brindar asistencia en el desarrollo del proyecto Fortalecimiento de las capacidades locales en la gestión de las expresiones creativas y culturales de Islas de la Bahía.

**Logro:** Se realizó en marco del Convenio de Cooperación entre el Instituto Hondureño de Turismo y la Zona Libre de Turismo cuatro asistencias en acompañamiento en el desarrollo de las Consultorías del proyecto Fortalecimiento de las Capacidades Locales en la Gestión de las Expresiones Creativas y Culturales de Islas de la Bahía. Las cuales fueron lideradas por la antropóloga dominicana Virginia Roca y el Licenciado Arturo Sosa. Entre los productos entregados por Virginia Roca se encuentra: el Plan Estratégico para la Gestión de las Expresiones Culturales y Creativas de las Islas, talleres en temas de “**Creación de Identidades**”, presentación de producto y comercialización de los productos artesanales, clínicas virtuales con los artesanos de la región y catálogo de las líneas de artesanía para los artesanos de la Isla de la Bahía.

En referencia a los productos entregados por Arturo Sosa se encuentra; banco de imágenes de 300 fotografías de artesanos y el desarrollo del proyecto, diez videos cortos de tres minutos de duración sobre la ubicación de Islas de la Bahía, sus artesanos y productos artesanales, documento de conceptualización de la Marca Colectiva de Asociación de Artesanos de la Islas, Logotipo de la Marca Colectiva de Artesanos



- **Puesta en valor de la Fortaleza de Santa Bárbara en Trujillo**

**Objetivo:** Contratar empresa constructora y supervisora para el desarrollo de los trabajos de restauración del Muro de la Fortaleza de Santa Bárbara.

**Logro:** Se realizaron la contrataciones directas mediante Decreto Ejecutivo PCM 069-2017 publicado en diario oficial de Gaceta el día 30 de Octubre del 2017 para el proyecto de Estabilización y Restauración del Muro de la Fortaleza de Santa Bárbara, Etapa I del municipio de Trujillo departamento de Colón. La empresa encargada para la construcción del proyecto estuvo a cargo de la Constructora 360 y la supervisión del proyecto la llevo la empresa GEOTEC.

### Puesta en valor de la Fortaleza de Santa Bárbara en Trujillo



- **Mantenimiento en 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 realizaron dos asistencias técnicas en la supervisión de los trabajos de reparación y mantenimiento del edificio de la Terminal consistentes en:

- Suministro e instalación de pintura exterior e interior.
- Colocación de bajantes de agua lluvia.
- Colocación de sellador en puertas y ventanas.
- Reparación de cerco perimetral.
- Construcción de caja de registro para aguas lluvias y aguas servidas.
- Reparaciones menores en tabla yeso y cerámica.
- Limpieza general del predio.
- Revisión general del sistema eléctrico.



- Reparaciones menores en baños, cerámica de área de piletas entre otras.

### Mantenimiento en la Terminal Aeródromo Rio Amarillo, Copán



- **Programa de Liberación de Tortugas Golfinas**

**Objetivo:** Brindar asistencia en el desarrollo al programa de Liberación de Tortugas Golfinas.

**Logro:** Se brindó apoyo logístico en el programa de Liberación de Tortugas en el Tortugario El Venado ubicado en Marcovia, Choluteca. Dicho evento se llevó a cabo los días: 28 de Octubre, 4 y 11 de Noviembre del 2017.

### Programa de Liberación de Tortugas Golfinas.



- **Colocación de Pintura en la Casa de la Cultura Guillermo Anderson, ubicada en la Ceiba**

**Objetivo:** Brindar asistencia en la supervisión de los trabajos de colocación de pintura en la Casa de la Cultura

**Logro:** Se realizó una asistencia técnica referente a la supervisión de los trabajos ejecutados en la colocación de pintura (suministrada por Instituto Hondureño de Turismo) en paredes externas de la Casa de la Cultura **“Guillermo Anderson”** ubicada en la ciudad de La Ceiba, departamento de Atlántida.

#### Colocación de Pintura en la Casa de la Cultura Guillermo Anderson, ubicada en la Ceiba



- **Programa de Pueblos con Encanto**

**Objetivo:** Brindar asistencia en la revalorización de las localidades donde se desarrolla el programa.

**Logro:** Con apoyo de la Asociación de Municipios (AMHON) y la municipalidad de Trujillo se realizó en la ciudad de Trujillo evento de lanzamiento del programa Pueblos con Encanto. En dicho evento se otorgó nombramiento de **“Pueblo con Encanto”** a las siguientes municipalidades: Trujillo, La Esperanza, Gracias y Comayagua.

## Programa de Pueblos con Encanto



- **Proyecto de Primera etapa de reparación de infraestructura en el Parque Eco-Arqueológico de Cuevas de Talgua**

**Objetivo:** Brindar asistencia técnica al desarrollo de la ejecución del Proyecto primera etapa de reparación de infraestructura de Cuevas de Talgua.

**Logro:** Se realizaron cuatro asistencias técnicas referente a la supervisión de los trabajos del proyecto de la Primera Etapa de Reparación y Mantenimiento de obras de infraestructura del Parque Eco Arqueológico Cuevas de Talgua el cual fue financiado con fondos propios del Instituto Hondureño de Turismo. El alcance del proyecto consistió:

1. Reparación de sendero elevado.
2. Remodelación y reparación de los módulos sanitarios. Esta actividad consistió en la resane de grietas en las paredes de los módulos, cambio de cubierta de techo, suministro e instalación de loza sanitaria, cambio de cerámica tanto en piso como paredes, suministro e instalación de accesorios para los modulo sanitarios y pintura en general interior y exterior.
3. Ampliación de la plataforma en acceso a la cueva.
4. Construcción de cuarto de máquinas.
5. Revisión y mantenimiento de fosa séptica existente en el parque.



### Proyecto de Primera etapa de reparación de infraestructura en el Parque Eco-Arqueológico de Cuevas de Talgua



- Señalización de Ruta del Café en establecimientos comerciales, fincas productoras de Café

**Objetivo:** Fortalecimiento de la Ruta del Café en la instalación de rótulos

**Logro:** Se realizó la instalación de veinte (20) rótulos con la leyenda de “Somos Ruta del Café” en cafeterías pertenecientes a la Ruta del Café en las zonas de San Pedro Sula, Tela, Comayagua y Tegucigalpa.

### Señalización de Ruta del Café en establecimientos comerciales, fincas productoras de Café



## b) 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.

**Logro:** Se procedió a trabajar en la segunda etapa de los sistemas de buenas prácticas de Hoteles y Restaurantes que se incorporaron al proyecto, enfocados a la mejora de la sostenibilidad ambiental y calidad. Estos establecimientos fueron asesorados a lo largo del año 2017, sumando un total de 7 establecimientos; 2 en Comayagua; 3 en Siguatepeque y 2 en La Esperanza, así mismo se realizaron aproximadamente 10 asesorías técnicas durante el año.

### Asistencia Técnica Realizada





- **Implementación Programa Bandera Azul Ecológica (BAEH) en Trujillo (Categoría de Playas y Áreas Protegidas)**

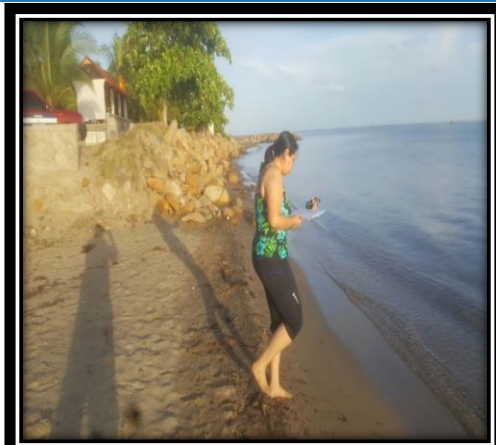
**Objetivo:** Establecer un incentivo para promover la organización de comités locales y la integralidad de los mismos, con el propósito de buscar la conservación y desarrollo en concordancia con la protección de los recursos naturales, la implementación de acciones para enfrentar el cambio climático, la búsqueda de mejores condiciones higiénico Sanitaria y la mejora de la salud pública de los habitantes del país, se ha realizado la implementación de asesorías técnicas en Trujillo en las categorías del programa en Playas, Áreas Protegidas y Centros educativos.

**Logro:** Para el 2017 se brindaron asistencias técnicas para la implementación de Bandera Azul Ecológica la cual consistió en realizar las siguientes actividades:

- a) Socialización de la iniciativa Bandera Azul Ecológica.
- b) Asistencias técnicas y formación de comités locales.
- c) Fortalecimiento a la comunidad para la formación de planes de trabajo comunitarios.
- d) Levantamiento de Muestras de agua (tres muestreos durante 2017).
- e) Control y seguimiento de los planes de trabajo.



Socialización de Programa Bandera Azul Ecológica de Honduras en Trujillo  
(Playas y Áreas Protegidas)



- **Planes de Uso Público**

**Objetivo:** Desarrollar de forma integral la estructura básica y turística del área protegida, de igual manera se pretende educar y sensibilizar en aspectos ecoturísticos a los residentes de las comunidades establecidas en el área de influencia, así mismo renovar y habilitar los atractivos turísticos, e impulsar nuevas alternativas de ecoturismo en el área protegida.

**Logro:** En diciembre de 2017 se realizó la entrega final de los planes de Uso Público del Jardín Botánico Lancetilla y Plan de Uso Público Parque Nacional Marino Islas de la Bahía y para la obtención de los resultados se realizaron las siguientes actividades:

- a. Contratación de consultor que elabore los lineamientos del Plan de Uso Público bajo un proceso participativo.
- b. Diagnóstico actual de la infraestructura del Jardín Botánico Lancetilla.
- c. Talleres participativos con los actores claves.

- d. Revisión de productos de uso público.
- e. Documento de uso público del Jardín Botánico Lancetilla.

### Planes de Uso Público



- **Participación en el Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA)**

**Objetivo:** Aprobación de nuevos proyectos, atención a denuncias ambientales, controles y seguimiento de medidas de mitigación; a proyectos ubicados dentro de zonas turísticas. La participación es de gran importancia ya que en este proceso se establecen las medidas de mitigación; a proyectos ubicados dentro de zonas turísticas.

**Logro:** Se realizaron 16 asistencias técnicas en las comunidades de Islas de la Bahía y Balfate, Colón, mediante la participación en el Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA), en la cuales se atendieron denuncias, aprobación de nuevos proyectos y controles de seguimiento.

Participación en el Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA)



- **Medición de los indicadores de Observatorio De Turismo Sostenible Y Cambio Climático en el sector turismo**

**Objetivo:** Recopilar información primaria y secundaria de datos climatológicos y de información turística del destino de “La Ceiba” vinculados al cambio climático y repercusiones en el turismo, midiendo los indicadores prioritarios propuestos por el Observatorio de Turismo Sostenible y Cambio Climático (OTSCC), teniendo como fin el análisis de datos y plantear el avance que se ha tenido desde la implementación del observatorio.

**Logros:** se recopiló la información primaria y secundaria vinculada al cambio climático y repercusiones en el turismo.



### c) Calidad y Competitividad

- Capacitaciones a Prestadores de Servicios Turísticos

**Objetivo:** Fortalecer las capacidades del recurso humano de empresas prestadores de servicios turísticos, con el fin de elevar los niveles de calidad en los servicios y productos ofrecidos a los turistas y visitantes.

**Logro:** Incrementar la calidad en la oferta turística de los principales destinos turísticos del país, se realizaron jornadas de capacitación en temas de: Atención al Cliente, Cultura Turística y Manipulación Higiénica de Alimentos.

Como resultado se logró la capacitación a un total de 547 personas que actualmente laboran en restaurantes, cafeterías, hoteles, tour operadores, transporte turístico y guías de turismo locales de las siguientes comunidades: Marcovia, Choluteca, Nacaome, San Lorenzo, Amapala, Ocotepeque, Copán Ruinas, Santa Rosa de Copan, Gracias, Puerto Cortes, San Pedro Sula, Comayagua, La Ceiba, Tela y Trujillo.

#### Capacitaciones a Prestadores de Servicios Turísticos



Copán Ruinas



Gracias, Lempira



Marcovia, Choluteca



San Lorenzo, Valle



Santa Rosa de Copán, Copán



La Esperanza, Intibucá

- **Cartilla Turística Infantil**

**Objetivo:** Capacitar a docentes de educación básica en el uso de las cartillas turísticas con el propósito de realizar efecto multiplicador al implementar los documentos en sus respectivas clases para fomentar la cultura turística.

**Logro:** Se realizaron jornadas de capacitación para un total de 120 docentes en las Ciudades de Trujillo, Tela, La Ceiba, Roatán, Gracias, La Esperanza, Santa Lucía, Amapala, Choluteca y San Lorenzo.

## Cartilla Turística Infantil



- **Programa de Bandera Azul Ecológica**

**Objetivo:** Establecer un incentivo para promover la organización de comités locales y la integralidad de los mismos, con el propósito de buscar la conservación y desarrollo en concordancia con la protección de los recursos naturales, la implementación de acciones para enfrentar el cambio climático, la búsqueda de mejores condiciones higiénico Sanitaria y la mejora de la salud pública de los habitantes del país, se ha realizado la implementación de asesorías técnicas en Amapala y Utila en las categorías del programa en Playas, Áreas Protegidas y Centros educativos.

**Logro:** Se brindaron Asistencias técnicas a 80 personas para la implementación del programa BAEH, en las cuales se realizaron las siguientes actividades:

- a) Socialización de la iniciativa Bandera Azul Ecológica.
- b) Asistencias técnicas y formación de comités locales.
- c) Fortalecimiento a la comunidad para la formación de planes de trabajo comunitarios.
- d) Levantamiento de Muestras de agua
- e) Control y seguimiento de los planes de trabajo.





- **Fortalecimiento Ruta del Café**

**Objetivo:** Elaborar y socializar documentos normativos que logren garantizar la calidad en los diferentes productos elaborados a base de café, así como la calidad en el servicio e infraestructura de los mismos.

Por medio de las diferentes socializaciones se logró contar con la asistencia de 60 personas a quienes se les dio a conocer los procesos de normalización que las empresas deberán cumplir con el fin de formar parte de la Ruta del Café y sobre toda la importancia que esta misma tiene en el involucramiento del sector Turismo.

#### d) Planificación Turística

- **Ley de Incentivos al Turismo (LIT)**

**Objetivo:** Propiciar el desarrollo de la oferta turística del país, mediante el otorgamiento de incentivos fiscales que viabilicen una mayor participación de la inversión privada nacional y extranjera en el proceso de desarrollo de productos turísticos, creando facilidades para lograr generación de empleo, inversión, ingreso de divisas y tributos al Estado

**Logro:** Con el otorgamiento de beneficios contemplados en la Ley de Incentivos al Turismo, durante el año se dictaminaron positivamente 6 solicitudes y como parte del análisis se realizó inspección de campo a igual número de proyectos.

No.	Sociedad Mercantil	Solicitud
020-2015	Desarrollos Hoteleros De Honduras, S. A. De C. V.	Modificación de descripción y partida arancelaria para el proyecto Hyatt Place San Pedro Sula.
049-2016	Inversiones Las Cascadas, S. De R. L. De C. V.,	Ampliación al listado de bienes, para el Hotel Las Cascadas

051-2016	Aviation Partners, De R. L. De C. V	Dispensa para la introducción de una aeronave que formara parte de la flota la línea aérea Easy Sky.
020-2015	Desarrollos Hoteleros De Honduras, S. A. De C. V.,	Modificación de partida arancelaria, para bienes aprobados conforme resolución 043-2013, para la construcción e inicio de operaciones del Hotel Hyatt Place San Pedro Sula.
005-2017	Desarrollo Turístico Bahía De Tela, S. A. De C. V.,	Ampliación al listado de bienes para el proyecto Indura Beach & Golf Resort.
020-2015	Desarrollos Hoteleros De Honduras, S. A. De C. V.	Modificación de partidas arancelarias para el Hyatt Place San Pedro Sula.

- **Control a Beneficiarios de la Ley de Incentivos al Turismo**

**Objetivo:** realizar el control de beneficiarios de la Ley de Incentivos al Turismo para lograr generación de empleo, inversión, ingreso de divisas y tributos al Estado

**Logro:** Se llevaron a cabo tres operativos en el año 2107, de Control a Beneficiarios de la Ley de Inventivos al Turismo, a un total de 25 empresas, tal como se detalla a continuación:

Empresa	Localización
Econo Rent A Car	La Ceiba y San Pedro Sula
Aviation Partners, S. de R. L. de	La Ceiba
Aviacion Tecnologica, S. A. de C. V.	La Ceiba
Toyota Rent A Car	La Ceiba y San Pedro Sula
Cafeteria Cobel	La Ceiba
Rio Rent A Car	El Progreso, Yoro
Euroamerican Rent A Car	San Pedro Sula, Cortes
Torres Panorama	San Pedro Sula, Cortes
Copan Expeditions Tours	San Pedro Sula, Cortes
Maya Temple Tours	San Pedro Sula, Cortes
MC Tours	San Pedro Sula, Cortes
Cusuco Expeditions	San Pedro Sula, Cortes
Muelle de Cruceros Banana Coast Ocean Front Center	Trujillo, Colón
Indura Beach & Golf Resort	Tela, Atlántida
Hotel Hyatt Place San Pedro Sula	San Pedro Sula, Cortés
Hotel Maya Colonial	San Pedro Sula, Cortés
Hotel Las Cascadas	San Pedro Sula, Cortes
La Ensenada Beach Resort	Tela, Atlántida
Hotel Palma Real	La Ceiba, Atlántida
Infinity Bay Spa & Beach Resort	Roatán, Islas de la Bahía
Grand Roatán Caribbean Resort	Roatán, Islas de la Bahía
Ecoalbergue Seagrape	Roatán, Islas de la Bahía

Muelle de Cruceros de Roatán	Roatán, Islas de la Bahía
Clarión Hotel.	San Pedro Sula, Cortes
Cusuco Expedition	San Pedro Sula, Cortes

- **Seguimiento a Convenios**

**Objetivo:** Brindar apoyo técnico para la ejecución y seguimiento a convenios suscritos entre el Instituto Hondureño de Turismo y el sector, para vigilar el respectivo cumplimiento.

**Logro:** se brindó el respectivo apoyo técnico para el seguimiento de los siguientes convenios:

**Convenio Marco de Cooperación entre el Instituto Hondureño de Turismo y la Universidad San Ignacio de Loyola S.A. – USIL del Perú**

Aprobación de La Mesa Regional de Turismo del Valle de Sula MRT-VS e IHT sobre propuesta técnica para la elaboración de plan estratégico de desarrollo turístico de la Región del Valle de Sula, elaborado por la USIL.

- **Convenio de cooperación entre el IHT y la Mancomunidad de municipios Lencas del centro de Lempira, COLOSUCA**

La coordinación de acciones en la búsqueda de alcanzar el desarrollo turístico de la ciudad de Gracias y de la Mancomunidad COLOSUCA, se orientaron al fortalecimiento de las capacidades de gestión turística de los actores locales realizando actividades conducentes a la obtención de la personería jurídica del Ente Gestor del Destino (EGD) como una organización pública y privada sin fines de lucro (ONGD) y brindando apoyo para su operatividad, para lo cual se contrató personal técnico y se adecuó la oficina en la ciudad de Gracias, con equipo y mobiliario para su funcionamiento.

Se realizó un intercambio de experiencias sobre el modelo de gestión turística del destino de Antigua Guatemala en el cual participaron 31 representantes locales del sector turismo. En la formación y profesionalización en la cultura turística y fortalecimiento de MiPymes, se capacitó a 72 participantes en los temas de Atención al Cliente y Cultura Turística; en Redes Sociales Empresariales y en coordinación con el IHCAFE y el IICA se capacitó en Manipulación Higiénica de Alimentos en Cafeterías y con el Cuerpo de Bomberos de Gracias se certificó en Primeros Auxilios a 21 guías turísticos.

En complemento con el Proyecto de Turismo de la Mancomunidad COLOSUCA se levantaron 600 encuestas para la actualización estadística de la afluencia turística en el destino y calidad de la experiencia de los turistas durante la Semana Santa 2017.

Para contribuir a la puesta en valor de los atractivos turísticos culturales y naturales se realizaron acciones que incluyeron la señalización de los sitios de interés turístico de la ruta del centro histórico de Gracias y la mejora de los servicios de información turística y atención al cliente, apoyando con dotación de equipamiento y mobiliario los centros de información turística del parque central y del aeródromo de Celaque en Gracias.



### Asamblea anual del Ente Gestor del Destino



- **Convenio Mejoramiento de la infraestructura del Parque Eco Arqueológico Cuevas de Talgua, II Etapa. Coordinación IHAH-IHT para mejora de atractivos turísticos patrimoniales.**

Adjudicación del concurso para el “Diseño de la iluminación del Parque Eco Arqueológico de las Cuevas de Talgua”.

### Diseño iluminación del Parque Eco Arqueológico de las Cuevas de Talgua”.



- **Plan de Desarrollo Turístico Cultural del Circuito No.1 de la Ruta Lenca.**

**Objetivo:** Fortalecimiento de las capacidades de la Mesa de Cultura y Turismo de un Paraíso en las Alturas, que incluye los municipios de La Esperanza, Intibucá, Yamaranguila, Jesús de Otoro y San Miguelito.

**Resultado:** Se participó en el proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Cultural del Circuito No.1 de la Ruta Lenca, el que se constituye en una herramienta de

gestión eficiente para la preservación, revitalización y revaloración de la cultura Lenca a través de la puesta en valor como recurso turístico.

**Reunión para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Cultural del Circuito No.1 de la Ruta Lenca**



- **Dictámenes de Calificación de Proyectos de Desarrollo Económico, Desarrollo Social o de Interés Público**

**Objetivo:** Dictaminar para la Adquisición de Bienes Urbanos en la áreas que Delimita el Artículo 107 de la Constitución de la República

**Resultado:** Se dictaminaron positivamente ocho (8) solicitudes, para que personas que no sean hondureñas por nacimiento, o sociedades que no estén integradas en su totalidad por socios hondureños.

Solicitud	Empresa	Proyecto
053-2016	Geotérmica Platanares, S. A. de C. V. (Geoplatanares)	Geoplatanares, La Unión, Copán
004-2017	Banco Agromercantil De Guatemala, S. A. Y Mercom Bank Ltd.	Pristine Bay Resort And Golf Resort, Isla de Roatán,
002-2016	Generaciones Energéticas, S. A.	Parque Solar Fotovoltaico Generaciones Energéticas
003-2016	Fotovoltaica La Sureña, S. A.,	Parque Solar Fotovoltaica Sureña
005-2016	Energías Solares, S. A.	Parque Solar Fotovoltaico Energías Solares
016-2017	Coral Blue De Honduras, S. A, De C. V	Grand Beach
028-2017	Vientos De San Marcos, S. A. De C. V. (Vesam)	Proyecto Eólico Chinchayote, San Marcos de Colon, Choluteca

- **Dictámenes de Exoneración del Impuesto Sobre La Renta, Remitidos por la SEFIN.**

**Objetivo:** Dictaminar solicitudes de Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, para empresas previamente acogidas a las de la Zonas Libres Turísticas (ZOLT) y la Ley de Incentivos al Turismo (LIT)

**Resultado:** A solicitud de la Dirección General de Control de Franquicias Aduaneras de la Secretaría de Finanzas, se dictaminó positivamente dieciocho (18) solicitudes de Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, para empresas previamente acogidas a las de la Zonas Libres Turísticas (ZOLT) y la Ley de Incentivos al Turismo (LIT), así mismos como parte del análisis de las solicitudes se realizaron 3 inspecciones

Solicitud	Empresa	Proyecto
E-703-2016	Internacional De Alimentos, S .A.,	Restaurantes Dkd
E-2016-000172	Diamond Life, S. A.,	La Sirena
E-0916-2016	Vista Capital, S. A. De C. V	Grand Roatán Caribbean Resort
E2017000100	Inversiones La Cordillera, S. A.	Apartotel La Cordillera
E2017000034	Inmobiliaria Salman S. A.,	Dkd.
E2017000104	Inversiones Turísticas La Posada de Mi Viejo, S. de R. L. de C. V.	Hotel La Posada de Mi Viejo
E2017000338	Seagrape Eco Lodge, S. A.	Hotel Ecoalberge Seagrape
E2017000116	Distribuidora La Cordillera, S. A. De C. V.,	Hotel Boutique La Cordillera
ER-RNO-186-2017	Bienes Inmuebles, S .A.	Hotel Clarión San Pedro Sula.
ER-RNO-126-2017	Sociedad Turística del Valle, S. de R. L.,	Parque Acuático Zizima Water Park.
E-2017000916	Hoteles De Honduras, S. A. de C. V.	Hotel Honduras Maya
E20170001372	Inversiones Hoteleras, S. de R. L.	Hotel Alameda
E-2017001268	Servicios Turísticos y Hoteleros de Honduras, S. A. de C. V.	Hotel La Quinta Inn & Suites.
E2017001301	Inversiones Las Cascadas, S. de R. L. de C. V.	Hotel Las Cascadas
E2017001268	Servicios Turísticos Y Hoteleros, S.A. de C.V.	LQ Hotel.
E2017001343	Puerto de Cruceros y Marina de Las Islas de La Bahía, S. A. de C. V.	Puerto de Cruceros y Marina de Las Islas De La Bahia, S. A. de C. V.
E2017001796	Inversiones Deportivas Futeca Honduras, S. A de C. V.	Inversiones Deportivas Futeca Honduras, S .A de C. V.
E2017001796	Plaza San Martin	Hotel Plaza Juan Carlos



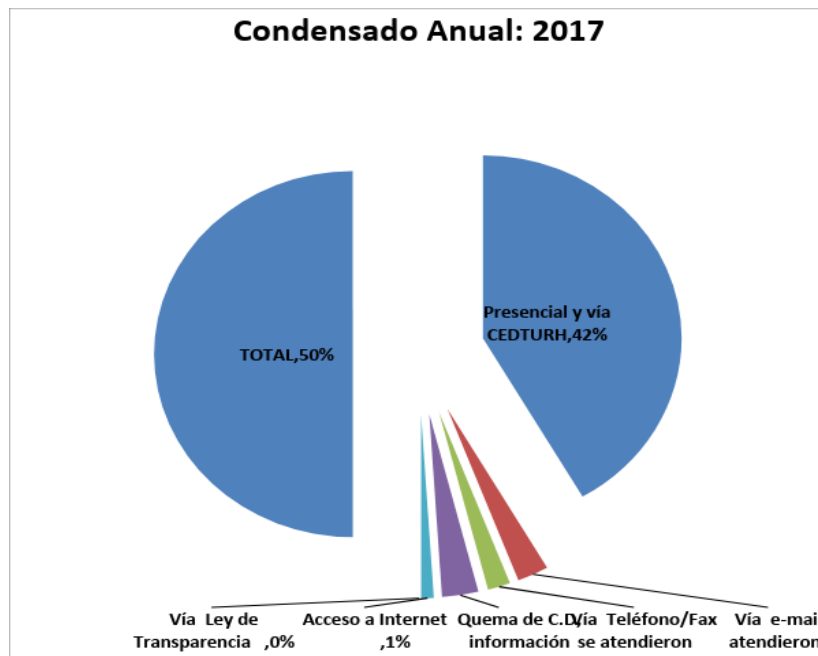
**e) Centro de Documentación Turística**

- 5.1 Convenio con la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), con el propósito de instalar el Sistema KOHA para la actualización de la base de datos del CEDTURH-IHT
- 5.2 Actualización de la información de la página del CEDTURH-IHT, cuenta con 117 documentos.

Visitas presencial y virtual al CEDTURH-IHT con un total de 10,990 personas

**CONDENSADO ANUAL 2017**

Presencial y vía CEDTURH	9,152
Vía e-mail se atendieron	561
Vía Teléfono/Fax se atendieron	403
Quema de C.D, información Turística	650
Acceso a Internet	223
Vía Ley de Transparencia	01
<b>TOTAL</b>	<b>10,990</b>



- **Remodelación de dependencias para atención al público en el IHT**

Para mejora de la atención al público, se remodeló las instalaciones del primer nivel del edificio en el que se ubicaron la recepción general, el Centro de Documentación, los Archivos documentales, la Receptoría de Fondos y las Ventanillas para recepción de documentos legales y de Información Turística, inaugurada por las máximas autoridades.



## II ACCIONES INTERNACIONALES

### a) Gerencia de Gestión Institucional y Relaciones Internacionales

- **Conmemoración del Día Global de Turismo de Reuniones, en la Ciudad de San Pedro Sula.**

En las fechas comprendidas del **5 al 6 de abril del 2017**, se realizó misión oficial de trabajo a la ciudad de San Pedro Sula, con motivo de atender convocatoria del Buró de Convenciones y Visitantes de SPS y Tegucigalpa para participar en su representación, en la Conmemoración del Día Global de Turismo de Reuniones donde impartió la conferencia **“La Apuesta al Turismo M.I.C.E.”**.

En dicho encuentro se tuvo la participación del Señor Santiago González, Director Regional Latinoamérica y del Caribe – ICCA, así como de oradores nacionales expertos en el tema como José Quan y Tania Zelaya de Marca País.



Se sostuvo una reunión de trabajo con el señor González, los ponentes y miembros de CANATURH y Buro de Convenciones donde se generó un amplio debate y discusión para que el turismo MICE se desarrolle con éxito en Honduras.

El Señor González, coincidió con nuestra posición de trabajar en una estrategia para el turismo MICE con acciones puntuales a corto, mediano y largo plazo y con resultados medibles. Esta estrategia de país debe ser en base a una relación ganar-ganar donde el objetivo principal a perseguir debe ser bien claro.



Cada uno de los segmentos del MICE conlleva una mecánica y desarrollo diferentes sobre el cual debemos plantearnos las acciones. Ejemplo la feria de IMEX obedece al turismo MICE en el tema de INCENTIVOS y la de FIEXPON es para profesionales de las organizaciones de la industria generando un B2B importante para lograr la sede del país para los eventos que estas organizaciones manejan.

El conocer y manejar con propiedad la terminología que involucran los actores que intervienen en este segmento de turismo es igual de importante. Ejemplo: los OPC/PCO que son los Organizadores Profesionales de Congresos, los DMC que son los Destinations Management Company (los que manejan de manera local en el destino el evento).

Es necesario que se identifiquen a los actores claves en el país, mismos que se tornan nuestros embajadores y a los cuales hay que prepararlos para que estén en la capacidad de postular nuestro país en las reuniones a las que asisten en el extranjero. Ejemplo la Asociación de Cardiólogos, la Asociación de Dentistas, la Asociación de Maquiladores, el gobierno mismo. Crear un **Programa de Embajadores** se hace necesario dada la pobre presencia que como país tenemos dentro de la base de ICCA donde solo aparece la Representación del Distrito Rotarac del distrito 4250.



Para que nuestra postulación genere el efecto “WOW” debemos trabajar en equipo con un trabajo productivo y sobre todo muy profesional.

Se logró enfrentar los siguientes logros como país en este segmento son:

1. Difundir la importancia y los beneficios que se generan por el turismo de reuniones
2. Capacitar a los que intervienen en este negocio
3. Identificar a los actores clave que forman parte del mismo
4. Lograr la asociatividad de estos actores
5. Participar en los diferentes eventos de MICE con una estrategia diferente

#### **IV Conversatorio del Presidente Juan Orlando Hernández con el Sector Turístico Privado y Entes del Gobierno de Honduras**



Como ha sido tradición, cada año, por parte del Señor Presidente de la República, abogado Juan Orlando Hernández, el pasado día 18 de abril se realizó en el Hotel Comayagua Golf Club, el IV Conversatorio entre miembros de su gabinete y el sector turístico a nivel nacional.

El objetivo de dicho encuentro fue dar a conocer los éxitos obtenidos durante el feriado de la Semana Santa, reflexionar, y discutir sobre los temas y problemas que enfrenta la industria turística en la actualidad para su abordaje respectivo por medio del Ejecutivo.

- **Reunión de CCT-CATA, Costa Rica**

En las fechas comprendidas del **26 al 28 de abril de 2017**, se realizó misión oficial de trabajo a la ciudad de Punta Arenas, Costa Rica; con el motivo de atender convocatoria del SITCA y CATA para participar en las reuniones ministeriales de ambos consejos.

Desarrollo de las reuniones ministeriales del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y Consejo Directivo de CATA



- **Foro Televisivo “La Nueva Honduras”**  
**Presidente Juan Orlando Hernández,**  
**en la ciudad de Trujillo**

En las fechas comprendidas del **15 al 17 de mayo 2017** Se realizó misión oficial de trabajo a la ciudad de Trujillo con motivo de atender convocatoria de la Oficina de Seguimiento del Despacho de la Presidencia de la República para coordinar y apoyar al equipo de



avanzada y producción del **Foro Televisivo “La Nueva Honduras”** desarrollado por el Presidente Juan Orlando Hernández con el sector privado turístico.

- **Seminario Internacional OMT-Roatán**

En las fechas comprendidas del **29 de mayo al 3 de junio del 2017** se realizó misión oficial de trabajo a la isla de Roatán; con el motivo de participar en la organización y atención de los participantes de las Américas y el Caribe, en el **Seminario Internacional sobre Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo**, mismo que se organizó con la Organización Mundial de Turismo, en el marco de la 61° Reunión de la Comisión de las Américas de la OMT.

En el marco de esa reunión, se sostuvo una sesión de trabajo con el Señor Santiago Noboa, especialista de Turismo de la Organización de Estados Americanos donde se logró discutir los siguientes temas:

1. La próxima visita de Maryovenne Arnould, consultora de la OEA quien vendrá a evaluar el proyecto SDAA de la isla de Utila, en el marco de los proyectos de la Alianza de Destino Sostenible para las Américas. Honduras junto con Jamaica fueron los dos países seleccionados para esta evaluación en el sitio dada una ejecutoria satisfactoria. De esta evaluación, y de resultar positiva en cuanto al logro de los alcances de los objetivos dependerá que Honduras pueda optar a una segunda fase de este proyecto para poder continuar con las acciones que quedaron pendientes. De la primera evaluación hay una alta posibilidad que esto se logre con fondos que provienen del donante.
2. La posibilidad que la OEA brinde apoyo para la constitución de un Centro de Atención y Protección al Turista (CAPTA) que es una iniciativa que está dando muy buenos resultados en México en la actualidad. Se le explicó a Santiago Noboa del Centro Integrado de Justicia que recién el Presidente de la República ha inaugurado y que puede ser el lugar propicio para incluir este centro.
3. Este proyecto puede apoyar el trabajo de desarrollar un Protocolo de Actuación y Manejo de Crisis para saber cómo responder ante cualquier eventualidad que pueda pasar con un turista





- **Reunión de CE-CCT-CATA en San José Costa Rica.**

En las fechas comprendidas del **27 al 30 de junio del 2017**, se realizó misión oficial de trabajo a la ciudad de San José, Costa Rica; con el motivo de atender convocatoria del SITCA para participar en las reuniones de Comité Ejecutivo, plenaria del CCT y Consejo Directivo de CATA.

Las reuniones abordaron varios temas importantes para la región como la Feria Centroamericana de Turismo denominada CATM, las estrategias nacionales que cada país está trabajando , temas de conectividad aérea, operatividad del SITCA, gestiones de cooperación internacional entre otros.



## IV UNIDADES DE APOYO

### a) Unidad de Planificación y Evaluación de la Gestión (UPEG)

1. En fecha 26 de enero del presente año se asistió a la Secretaría de Coordinación General de Gobierno, a solicitud de la Dirección Presidencial de Gestión por Resultados a la Socialización de los resultados de la Evaluación del Diseño de las Políticas, Programas y Proyectos del Sector Público a instituciones seleccionadas, dicha evaluación se realizó aplicando la metodología de autoevaluación con la asistencia de los involucrados institucionales como Directores de UPEG, y Directores de Programas o Proyectos , con el desarrollo de esta actividad se logró conocer la consistencia interna y externa del diseño de políticas, programas y proyectos, los cuales ayudaran a mejorar la formulación de los mismos.

2. El 03 de febrero del presente año la Oficina Nacional de Desarrollo Integral del Control Interno (ONADICI), convocó a reunión con las Máximas Autoridades Ejecutivas y los Coordinadores de los Comités de Control Interno (COCOIN), con el objetivo de dar a conocer cuáles son las responsabilidades del control interno institucional, según las Disposiciones Generales del Presupuesto General de Ingreso y Egresos de la República del año 2017 y demás normativa vigente, dicha reunión se realizó en las instalaciones del Instituto Nacional de Jubilaciones y Pensiones de los Empleados y Funcionarios del Poder Ejecutivo ( INJUPEMP).
3. En el período comprendido del 26 al 28 de junio de y del 03 al 07 de julio se asistió a las capacitaciones de los lineamientos para la formulación del Plan Operativo Anual y Presupuesto correspondiente al período de 2018-2020 las cuales se realizaron en el Teatro Merceditas Agurcia.
4. En fecha 14 de Junio se iniciaron las capacitaciones para la formulación del Plan Operativo Anual y Presupuesto, la Unidad de Planificación y Evaluación de la Gestión (UPEG) junto con la Gerencia de Finanzas y Administración, impartieron a las diferentes Gerencias del IHT, los lineamientos con el propósito de Fortalecer el proceso de formulación del POA-Presupuesto para el ejercicio fiscal 2018, en la definición de metas, indicadores, actividades, productos finales e intermedios para la asignación presupuestaria de cada Gerencia del IHT, los cuales deben estar vinculados con los objetivos institucionales y acorde con los lineamientos establecidos por la Secretaría de Coordinación General de Gobierno (SCGG), Secretaría de Finanzas (SEFIN) y Secretaría de Desarrollo Económico.
5. Del 13 al 17 de noviembre se realizó El Taller de Capacitación sobre el Proceso de programación y carga de la Planificación institucional en el Sistema Presidencial de Gestión por Resultados correspondientes al año 2018, en las instalaciones de la Secretaria de Coordinación General de Gobierno ( SCGG).
6. Durante el I Semestre 2017, se sostuvieron varias reuniones con la Oficina Nacional de Desarrollo Integral del Control Interno (ONADICI), con el propósito de dar cumplimiento a lo establecido en el Plan de Trabajo año 2016 de acuerdo a las directrices giradas, La representante de ONADICI, realizó a los Miembros del COCOIN la Socialización de los Artículos 220 y 221 publicados en la Gaceta el 27 de Diciembre del 2016 en base a lo estipulado en Disposiciones Generales del Presupuesto 2017, lo cual debe de estar presente en todas las instituciones del Estado.
7. El 20 de diciembre del 2017 se aprobaron los Manuales de Procesos y Procedimientos de las diferentes Gerencias del IHT por parte del Consejo Nacional de Turismo.

## b) Unidad de Análisis Económico

### • Principales Indicadores del Sector Turismo al año 2017

#### 1. Valor Agregado Bruto Turístico

El Valor Agregado Bruto Turístico, es la sumatoria del valor agregado generado por todas las actividades que han sido clasificadas como turísticas dentro de la Nomenclatura de Productos y Actividades Turísticas de Honduras (NPATH).

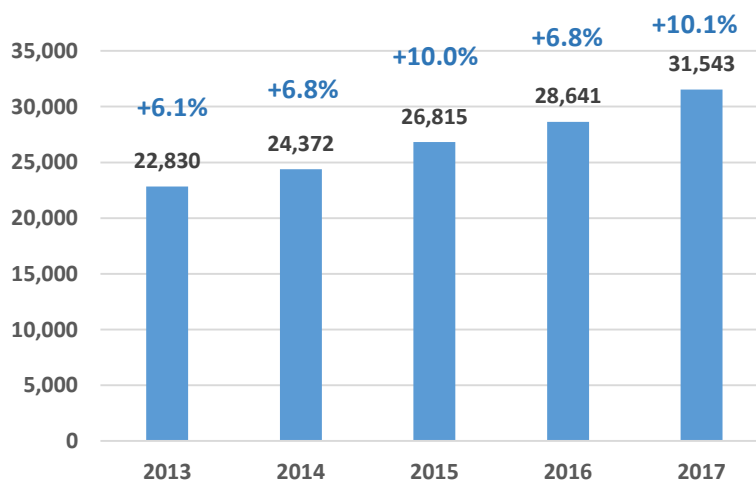
La actividad turística en Honduras, medida a través del VABT, ha presentado un crecimiento sostenido en los últimos años. El VABT representó en promedio, en el periodo 2014-2017, un 6.4% del Valor Agregado Total, revelando una trayectoria sostenida al alza. Se espera que en el año 2017 haya alcanzado los L31,543 millones (+10.1%).

#### Valor Agregado Bruto Turístico

Años: 2013 - 2017

(Millones de lempiras)

Precios corrientes



Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo con base en información del Banco Central De Honduras.

Nota: cifras de los años 2014 a 2017 corresponden a proyecciones

Se espera que el aporte del sector turismo a la producción nacional, haya sido del 6.4% en el año 2017.

#### 2. Ingreso de visitantes

Según proyecciones realizadas, se espera que durante el año 2017, hayan ingresado al país aproximadamente 2, 338, 535 visitantes, cifra que representaría 3.2% de



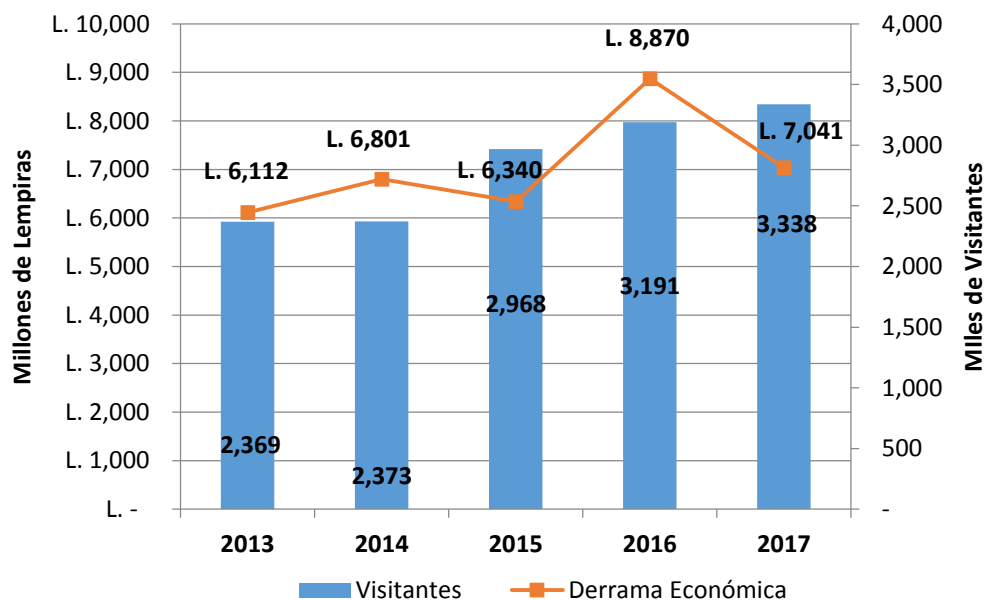
crecimiento con respecto al año anterior. Del total de visitantes, 1, 100, 489 son cruceristas, reflejando un crecimiento de 4.5% con respecto al número de cruceristas del año 2016.

Se espera que el ingreso de divisas por concepto de turismo durante el año 2017, resulte en \$714.8 millones aproximadamente (+3.1%).

### 3. Resultados Semana Santa 2017

Según resultados del conteo de flujos, aproximadamente 3,338,166 visitantes hondureños y extranjeros se movilizaron en el país durante el periodo de Semana Santa 2017, 4.6% de crecimiento con respecto al año 2016. La derrama económica generada fue de aproximadamente L. 7,041 millones.

**Flujo de visitantes y derrama económica generada durante Semana Santa  
 Años 2013-2017**



Fuente: Estimaciones Instituto Hondureño de Turismo

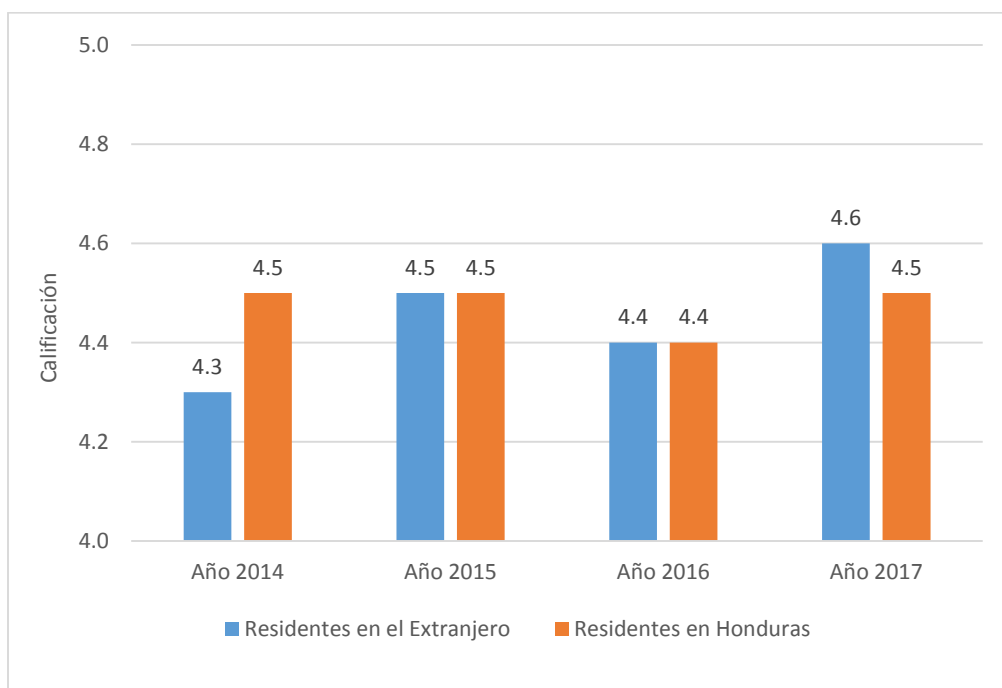
El gasto promedio por estadía del visitante hondureño, resultó en L.1, 969.70. El turista hondureño reportó una estadía promedio de 3.0 noches.

**Flujo de visitantes según tipo de visitante y derrama económica generada durante  
Semana Santa  
Años 2013-2017**

Tipo de Visitante	2013	2014	2015	2016	2017	Variación Porcentual				
						13/12	14/13	15/14	16/15	17/16
<b>Crucelistas</b>	18,559	16,258	20,266	34,810	15,413	-13.6%	-12.4%	24.7%	71.8%	-55.7%
<b>Visitantes Extranjeros</b>	50,088	40,068	43,827	60,765	51,209	-2.0%	-20.0%	9.4%	38.6%	-15.7%
<b>Turismo Interno</b>	2,300,755	2,316,369	2,903,428	3,095,251	3,271,544	-2.8%	0.7%	25.3%	6.6%	5.7%
<b>Total Visitantes</b>	2,369,402	2,372,695	2,967,521	3,190,826	3,338,166	-2.9%	0.1%	25.1%	7.5%	4.6%
<b>Derrama Económica (millones de L.)</b>	6,112	6,794	6,340	8,870	7,041	13.9%	11.2%	-6.7%	39.9%	-20.6%

Fuente: Conteo de flujos y Encuesta del perfil y satisfacción del visitante.

**Grado de satisfacción general del visitante  
Semana Santa 2014-2017**



Fuente: Encuesta del perfil y satisfacción del visitante.

**Visitante residente en Honduras: actividades practicadas por ciudad visitada**  
**Semana Santa 2017**  
(Distribución Porcentual)  
(Casos: 2,393)

Ciudad	Utilización de playas	Realizar compras	Visitar sitios arqueológicos	Visitar a familiares y amigos	Visitas a casinos, discotecas, parques acuáticos	Visitar parques y museos naturales	Visitar spa o aguas termales	Otras	Total
Amapala	73.6%	1.2%	0.0%	8.3%	9.6%	0.0%	0.0%	7.3%	100.0%
Cedeño	91.0%	4.8%	0.0%	2.5%	0.4%	0.0%	0.0%	1.3%	100.0%
Coyolito	76.1%	10.4%	0.0%	12.4%	0.5%	0.0%	0.0%	0.6%	100.0%
Copán Ruinas	0.7%	12.7%	38.8%	7.9%	0.4%	16.9%	14.9%	7.7%	100.0%
La Ceiba	62.8%	0.2%	0.0%	9.6%	13.4%	0.0%	1.3%	12.7%	100.0%
Puerto Cortés	95.7%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Roatán	26.3%	20.0%	0.0%	1.9%	14.3%	0.0%	0.2%	37.3%	100.0%
Tela	89.7%	0.3%	0.2%	3.7%	1.2%	0.0%	0.0%	4.9%	100.0%
Trujillo	57.3%	32.3%	0.0%	6.7%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Utila	55.7%	1.8%	0.0%	5.9%	15.9%	0.0%	0.0%	20.7%	100.0%
<b>Total</b>	<b>63.0%</b>	<b>7.5%</b>	<b>6.0%</b>	<b>5.9%</b>	<b>4.8%</b>	<b>2.6%</b>	<b>2.4%</b>	<b>7.8%</b>	<b>100.0%</b>

**Actividades practicadas en Honduras por el visitante extranjero según región de residencia**  
**Semana Santa 2017**  
(Distribución Porcentual)  
(Casos: 847)

Actividades Practicadas	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo	Total
Visitar familiares y amigos	20.0%	17.6%	9.4%	7.9%	17.6%
Utilizar playas	19.4%	14.9%	12.2%	26.8%	16.1%
Realizar compras	8.8%	15.5%	22.7%	4.7%	14.0%
Visitar ciudades coloniales	4.9%	12.1%	18.8%	3.9%	10.5%
Visitar sitios arqueológicos	2.4%	10.9%	8.6%	1.6%	8.6%
Snorkeling	13.2%	3.8%	7.5%	16.5%	6.5%
Visitar casinos, discotecas, parques acuáticos	3.1%	5.6%	8.6%	0.8%	5.0%
Otras	28.2%	19.6%	12.2%	37.8%	21.7%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Encuesta del perfil y satisfacción del visitante.

En las siguientes tablas, se presenta el perfil del visitante hondureño que realizó viaje durante Semana Santa 2017.

**Perfil del visitante residente en Honduras según ciudad visitada**  
**Semana Santa 2017**  
(Distribución Porcentual)

	Amapala	Cedeño	Coyolito	Copán Ruinas	La Ceiba	Puerto Cortés	Roatán	Tela	Trujillo	Utila	Total
<b>Género (Casos: 2,400)</b>											
Mujer	52.3%	55.5%	53.5%	53.6%	53.5%	54.1%	54.2%	53.0%	61.9%	46.4%	53.8%
Hombre	47.7%	44.5%	46.5%	46.4%	46.5%	45.9%	45.8%	47.0%	38.1%	53.6%	46.2%
<b>Edad (Casos: 2,400)</b>											
Menos de 5 años	10.9%	12.1%	9.0%	7.2%	10.3%	7.7%	6.9%	11.9%	7.7%	3.4%	9.8%
De 5 a 14 años	19.3%	14.9%	16.2%	11.4%	15.3%	16.4%	14.9%	15.3%	14.2%	6.2%	15.0%
De 14 a 24 años	21.2%	24.3%	19.9%	13.6%	28.1%	26.0%	12.8%	22.6%	20.7%	24.4%	22.1%
De 25 a 34 años	21.5%	22.2%	25.2%	24.7%	30.8%	28.8%	33.4%	23.9%	20.7%	46.1%	25.5%
De 35 a 44 años	16.2%	13.3%	18.5%	25.7%	9.4%	14.9%	26.5%	12.5%	18.5%	15.0%	15.6%
De 45 a 54 años	7.2%	8.1%	5.9%	9.8%	4.8%	2.8%	5.2%	7.2%	12.9%	3.5%	7.1%
De 55 a 64 años	2.9%	3.7%	2.9%	4.6%	1.0%	2.4%	0.3%	3.8%	3.7%	1.3%	3.2%
De 65 a más años	0.8%	1.4%	2.4%	3.0%	0.3%	1.0%	0.0%	2.8%	1.6%	0.1%	1.7%
<b>Ocupación (Informante) (Casos: 2,366)</b>											
Trabajador de servicios y vendedor	19.8%	27.1%	19.2%	8.9%	30.1%	30.2%	33.3%	13.5%	21.1%	9.0%	20.5%
Profesional	13.0%	9.3%	8.5%	37.9%	21.8%	3.0%	38.7%	7.5%	38.2%	52.7%	19.0%
Personal de apoyo administrativo	8.9%	1.5%	28.5%	27.0%	6.0%	14.4%	13.4%	44.0%	1.0%	10.2%	16.6%
Técnico o profesional de nivel medio	27.9%	13.9%	4.6%	12.4%	8.3%	15.1%	13.3%	7.0%	3.6%	3.0%	11.7%
Ama de Casa	8.1%	24.4%	12.3%	0.0%	4.5%	14.8%	0.0%	13.7%	10.8%	0.6%	11.5%
Operario, artesano u otro oficio	10.1%	12.6%	6.2%	1.1%	24.1%	8.7%	0.0%	4.7%	13.4%	1.2%	8.3%
Estudiante	7.7%	7.3%	10.8%	4.3%	2.3%	12.8%	1.3%	5.7%	9.3%	18.6%	8.1%
Otros	4.5%	3.9%	9.9%	8.4%	2.9%	1.0%	0.0%	3.9%	2.6%	4.7%	4.3%
<b>Educación (Informante) (Casos: 2,376)</b>											
Primaria	21.2%	31.3%	11.5%	0.4%	18.9%	8.7%	0.0%	23.3%	8.2%	1.2%	15.6%
Secundaria	54.8%	48.1%	34.6%	51.4%	48.8%	59.4%	59.5%	52.7%	48.7%	38.9%	50.5%
Superior	23.2%	14.9%	46.2%	46.8%	31.5%	29.2%	39.2%	21.2%	41.0%	59.9%	31.1%
Postgrado, Maestría o Doctorado	0.8%	0.4%	5.4%	1.4%	0.0%	2.7%	1.3%	2.0%	2.1%	0.0%	1.5%
Ninguna	0.0%	5.3%	2.3%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	1.3%
<b>Estado Civil (Informante) (Casos: 2,370)</b>											
Casado	54.8%	39.0%	62.8%	66.8%	44.3%	36.4%	67.5%	67.3%	66.7%	45.5%	53.5%
Soltero	26.4%	26.8%	32.6%	12.8%	35.1%	19.8%	14.3%	24.2%	25.6%	50.3%	25.7%
Otro	18.8%	34.2%	4.6%	20.4%	20.6%	43.8%	18.2%	8.5%	7.7%	4.2%	20.8%
<b>Acompañante de Viaje (Casos: 2,400)</b>											
En Familia	89.2%	69.8%	47.7%	65.6%	64.6%	65.0%	44.5%	86.0%	90.8%	35.7%	70.4%
En Grupo	5.6%	24.5%	17.7%	13.5%	21.7%	16.3%	12.3%	12.5%	8.7%	48.8%	17.7%
Con su Pareja	4.8%	2.4%	16.9%	18.1%	9.4%	17.7%	34.6%	1.5%	0.0%	12.5%	9.0%
Viaja Solo	0.4%	3.3%	17.7%	2.8%	4.3%	1.0%	8.6%	0.0%	0.5%	3.0%	2.9%

Fuente: Encuesta del perfil y satisfacción del visitante.



**Información relacionada a la experiencia del viaje del visitante residente en Honduras**  
**Semana Santa 2017**  
(Distribución Porcentual)

	Ciudad visitada										Total
	Amapala	Cedeño	Coyolito	Copán Ruinas	La Ceiba	Puerto Cortés	Roatán	Tela	Trujillo	Utila	
<b>Modalidad del Viaje (Casos: 2,396)</b>											
Independiente	100.0%	100.0%	93.0%	100.0%	100.0%	100.0%	96.4%	100.0%	100.0%	90.6%	99.0%
Paquete Turístico	0.0%	0.0%	7.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%	9.4%	1.0%
<b>Tipo de Visitante (Casos: 2,400)</b>											
Visitante del día	73.7%	91.5%	41.7%	11.6%	13.4%	49.1%	0.0%	83.3%	49.0%	1.5%	57.9%
Turista	26.3%	8.5%	58.3%	88.4%	86.6%	50.9%	100.0%	16.7%	51.0%	98.5%	42.1%
<b>Primera Visita al destino (Casos: 2,289)</b>											
No	71.8%	89.3%	72.1%	64.5%	67.9%	73.1%	62.5%	86.3%	79.3%	70.2%	77.0%
Si	28.2%	10.7%	27.9%	35.5%	32.1%	26.9%	37.5%	13.7%	20.7%	29.8%	23.0%
<b>Motivo Principal del Viaje (Casos: 2,400)</b>											
Motivos Personales	99.8%	100.0%	99.3%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	99.9%
- Vacaciones, recreo y ocio	98.2%	99.7%	87.5%	97.5%	92.9%	100.0%	99.1%	99.6%	100.0%	100.0%	98.3%
- Visitas a familiares y amigos	1.6%	0.3%	11.8%	2.5%	7.1%	0.0%	0.9%	0.4%	0.0%	0.0%	1.6%
Negocios y Motivos Profesionales	0.2%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
<b>Aspecto más gustado durante la visita a Honduras (Casos: 2,388)</b>											
Las playas	25.5%	30.3%	30.9%	0.1%	27.6%	31.4%	34.1%	34.8%	16.9%	36.4%	27.2%
La amabilidad de la gente	20.8%	20.2%	24.9%	33.8%	17.8%	21.7%	26.2%	25.6%	16.7%	20.6%	22.3%
La comida	18.1%	21.9%	28.9%	13.2%	13.9%	18.7%	25.9%	17.2%	16.8%	25.6%	18.6%
El clima	20.5%	18.9%	8.1%	3.9%	8.9%	16.4%	2.6%	13.2%	16.6%	4.1%	14.1%
La naturaleza	10.4%	8.6%	6.1%	18.8%	8.6%	8.0%	5.2%	8.5%	16.4%	3.4%	10.1%
Áreas públicas	4.7%	0.1%	1.1%	8.4%	22.4%	3.8%	1.2%	0.6%	16.5%	8.4%	6.0%
Otros	0.0%	0.0%	0.0%	21.8%	0.8%	0.0%	4.8%	0.1%	0.1%	1.5%	1.7%
<b>Tipo de Alojamiento Utilizado (Casos: 1,118)<sup>1</sup></b>											
Hotel o Similar	44.7%	14.6%	76.7%	79.2%	44.2%	86.9%	82.7%	65.5%	82.3%	88.0%	71.2%
Casa de familiares o amigos	48.2%	52.5%	23.3%	19.6%	41.6%	10.0%	17.3%	34.5%	17.7%	12.0%	24.9%
Casa Propia	7.1%	32.9%	0.0%	1.2%	14.2%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.9%

<sup>1</sup> Corresponde solo a turistas

Fuente: Encuesta del perfil y satisfacción del visitante

#### 4. Resultados Feria Agostina 2017

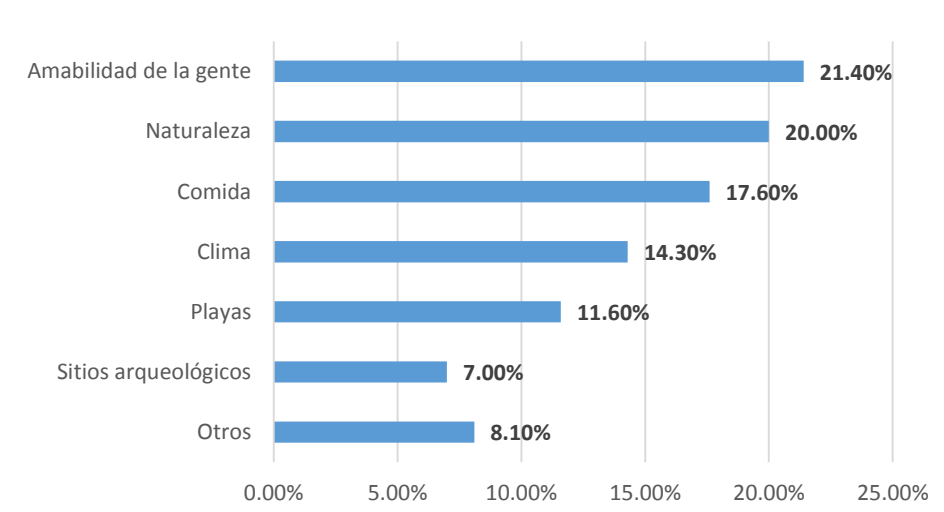
Con el objetivo de obtener información relacionada al número de salvadoreños ingresando al país durante el periodo vacacional en El Salvador por la celebración de las Fiestas Agostinas, El Instituto Hondureño de Turismo, implementó el Conteo de Flujos del 31 de julio al 6 de agosto de 2017, en las fronteras El Amatillo, El Poy y El Florido, así como en los aeropuertos Toncontín, Ramón Villeda Morales y Juan Manuel Gálvez.

Según resultados preliminares del conteo de flujos, entre el periodo en referencia ingresaron aproximadamente 15,682 visitantes de acuerdo a las Recomendaciones

Internacionales para Estadísticas de Turismo publicadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

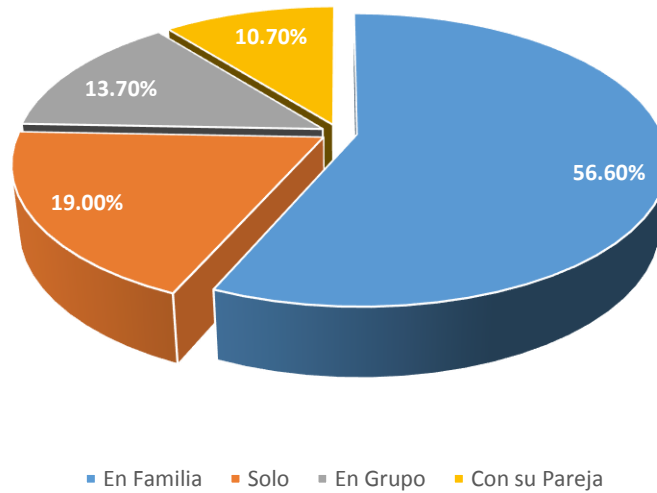
El visitante que ingresó por vía aérea reportó un gasto promedio de \$615.04, por su parte el visitante que ingresó por vía terrestre reportó un gasto promedio de \$118.07. El Gasto promedio general, es decir independientemente de la vía de ingreso y de la estadía en el país, resultó en \$234.38. La estadía promedio de los turistas salvadoreños fue de 2.9 noches.

**Aspectos más gustados por los visitantes residentes en El Salvador**  
**Feria Agostina 2017**  
Base: 373 casos



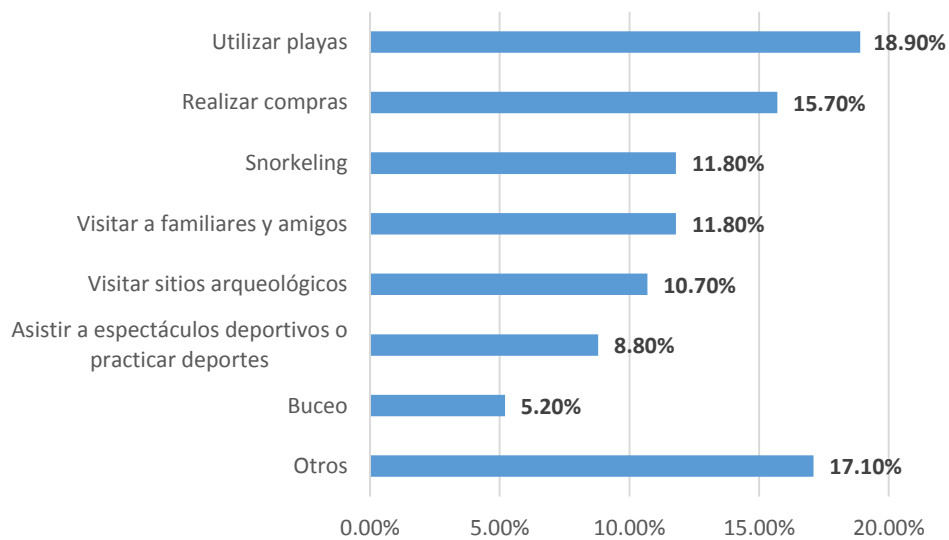
Fuente: Encuesta del gasto y perfil del visitante salvadoreño.

**Acompañante del Viaje**  
**Feria Agostina 2017**  
 Base: 373



Fuente: Encuesta del gasto y perfil del visitante salvadoreño.

**Principales actividades practicadas**  
**Feria Agostina 2017**  
 Base: 373



Fuente: Encuesta del gasto y perfil del visitante salvadoreño.

Perfil del visitante salvadoreño  
Fiestas Agostinas Salvadoreñas 2016-2017  
(Distribución Porcentual)

	2016			2017		
	Visitante del día	Turista	Visitante	Visitante del día	Turista	Visitante
<b>Género (Casos 2017: 373)</b>						
Hombre	49.8%	51.9%	51.5%	53.3%	51.5%	51.8%
Mujer	50.2%	48.1%	48.5%	46.7%	48.5%	48.2%
<b>Edad (Casos 2017: 373)</b>						
Menores de 5 años	4.0%	5.0%	4.8%	3.0%	4.0%	3.9%
De 5 a 14 Años	11.2%	10.8%	10.9%	5.5%	11.8%	11.0%
De 15 a 24 Años	20.9%	15.2%	16.2%	13.9%	12.2%	12.5%
De 25 a 34 Años	17.7%	18.3%	18.2%	15.8%	15.7%	15.7%
De 35 a 44 Años	24.9%	24.9%	24.8%	28.5%	24.9%	25.4%
De 45 a 54 Años	12.9%	12.9%	12.9%	17.6%	17.0%	17.0%
De 55 a 64 Años	6.8%	9.9%	9.4%	9.7%	8.3%	8.5%
De 65 a más años	1.6%	3.0%	2.8%	6.0%	6.1%	6.0%
<b>Ocupación (Informante) (Casos 2017: 369)</b>						
Profesional	23.6%	50.6%	46.2%	20.0%	50.1%	45.6%
Trabajador de servicio o vendedor	17.6%	11.1%	12.1%	25.5%	15.9%	17.3%
Operario, artesano u otro oficio	8.8%	6.2%	6.7%	32.7%	7.6%	11.4%
Técnico o profesional de nivel medio	14.7%	6.2%	7.6%	14.5%	10.5%	11.1%
Personal de apoyo administrativo	16.2%	6.3%	7.9%	1.8%	7.0%	6.2%
Otro	19.1%	19.6%	19.5%	5.5%	8.9%	8.4%
<b>Educación (Informante) (Casos 2017: 369)</b>						
Primaria	7.5%	3.9%	4.5%	9.1%	2.9%	3.8%
Secundaria	58.2%	26.4%	31.4%	50.9%	30.3%	33.3%
Superior	32.8%	58.7%	54.6%	27.3%	56.4%	52.1%
Postgrado, Maestría o Doctorado	1.5%	10.4%	9.0%	1.8%	9.2%	8.1%
Ninguna	0.0%	0.6%	0.5%	10.9%	1.2%	2.7%
<b>Estado Civil (Informante) (Casos 2017: 370)</b>						
Casado	61.8%	68.8%	67.7%	69.1%	72.4%	71.9%
Soltero	29.4%	23.9%	24.8%	27.3%	22.2%	23.0%
Otro	8.8%	7.3%	7.5%	3.6%	5.4%	5.1%

Fuente: Encuesta del gasto y perfil del visitante salvadoreño.



**Información relacionada a la experiencia del viaje del visitante salvadoreño**  
**Fiestas Agostinas Salvadoreñas 2016-2017**  
(Distribución Porcentual)

	2016			2017		
	Visitante del día	Turista	Visitante	Visitante del día	Turista	Visitante
<b>Modalidad del Viaje (Casos 2017: 373)</b>						
Independiente	100.0%	95.2%	96.0%	100.0%	83.8%	86.0%
Paquete Turístico	0.0%	4.8%	4.0%	0.0%	16.2%	14.0%
<b>Primera Visita a Honduras (Informante) (Casos 2017: 369)</b>						
No	88.1%	84.2%	84.8%	90.7%	81.0%	82.4%
Si	11.9%	15.8%	15.2%	9.3%	19.0%	17.6%
<b>Motivo Principal del Viaje (Casos 2017: 373)</b>						
Motivos Personales	87.1%	94.0%	92.9%	95.8%	95.2%	95.3%
- Vacaciones, recreo y ocio	75.1%	71.7%	72.3%	73.4%	74.5%	74.3%
- Visitar a familiares y amigos	9.2%	16.2%	15.0%	18.8%	20.0%	19.9%
- Otros motivos	2.8%	6.1%	5.6%	3.6%	0.7%	1.1%
Negocios y Motivos Profesionales	12.9%	6.0%	7.1%	4.2%	4.8%	4.7%
<b>Tipo de Alojamiento Utilizado (Casos 2017: 373)</b>						
Hotel o Similar		64.4%			71.3%	
Casa de familiares o amigos		30.8%			27.9%	
Otro tipo de alojamiento		4.8%			0.8%	
<b>Tipo de Transporte Utilizado (Último tramo del viaje) (Casos 2017: 373)</b>						
Vehículo propio	65.1%	63.8%	64.0%	83.0%	61.9%	64.8%
Transporte público	10.4%	25.6%	23.1%	0.0%	34.0%	29.4%
Vehículo Arrendado	24.5%	10.6%	12.9%	17.0%	4.1%	5.8%

Fuente: Encuesta del gasto y perfil del visitante salvadoreño.

## 5. Semana Morazánica 2017

Con el objetivo de obtener información relacionada al número de hondureños desplazándose en el territorio nacional durante el periodo de la Semana Morazánica, el Instituto Hondureño de Turismo (IHT), implementó el conteo de flujos en algunas de las vías por las que tradicionalmente se ha observado mayor movilización de viajeros en periodos vacacionales.

Se definieron puntos de medición en Tegucigalpa (5 puntos), San Pedro Sula (3 puntos), La Ceiba (2 puntos), Tela (2 puntos), Trujillo (1 punto), Siguatepeque (1 punto), Gracias (2 puntos), Taulabé (1 punto), Bonito Oriental (1 punto) y Quimistán (1 punto). El conteo de flujos en esas ciudades se realizó del sábado 30 de septiembre al domingo 8 de octubre.

De acuerdo a resultados preliminares del conteo de flujos, por los puntos de medición establecidos en las ciudades arriba especificadas, se desplazaron aproximadamente 3, 404, 521 viajeros.

### c) Auditoría Interna

El Plan de Trabajo de la Unidad de Auditoría Interna para el año 2017, se desarrolló en cumplimiento de los Artículos 48, 50, 51 y 112 de la Ley Orgánica del Tribunal Superior de Cuentas y 73 y 74 de su Reglamento y en apego a las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas Aplicables al Sector Público de Honduras (NAGA – SPH – 202 – 01 y 202 – 02).

Durante el año 2017 se desarrollaron las siguientes actividades:

- **Auditorías Financieras y de Cumplimiento Legal:**

Auditoría Financiera y de Cumplimiento Legal practicada al Instituto Hondureño de Turismo (IHT) Período del Examen: 01/01/2016 al 31/12/2016

**Resultado: Informe N° 001/2017 UAI – IHT**

- **Auditorías Especiales**

- Auditoría Especial al Rubro de Propiedad, Planta y Equipo No Concesionado, en la cuenta de Maquinaria y Equipo del Instituto Hondureño de Turismo.  
Período del Examen: 01/01/2016 al 31/12/2016  
Resultado: **Informe N° 002/2017 UAI – IHT**
- Auditoría Especial por la Contratación de Personal que no Cumple con el Perfil del Puesto a Ocupar, Conforme a la Denuncia Promovida ante el Comité de Probidad y Ética del Instituto Hondureño de Turismo.  
Período del Examen: 22/04/2015 al 17/05/2017  
Resultado: **Informe N° 003/2017 UAI – IHT**
- Auditoría Especial al Rubro de Cuentas por Pagar Sub Cuenta Prestaciones Sociales por Pagar y al Rubro de Gastos Sub Cuenta Gastos Judiciales del Instituto Hondureño de Turismo.  
Período del Examen: 01/01/2017 al 31/12/2017  
Resultado: **Informe N° 005/2017 UAI – IHT**

- **Evaluación del Control Interno Institucional**

- Evaluación Separada del Control Interno Institucional al Instituto Hondureño de Turismo (IHT)  
Período del Examen: del 02/01/2016 al 31/08/2017  
Resultado: **Informe N° 004/2017 UAI – IHT**



**Verificación Beneficios al amparo de la LIT en INDURA Resort, Tela**



**Verificación Beneficios al amparo de la LIT en Trujillo, Colón**



**Verificación de Entrega de Barriles en Utila, Islas de la Bahía**



**Verificación de Entrega de Vivero en Utila, Islas de la Bahía**

#### **d) Secretaría General y Dirección Legal**

Durante el año 2017, teniendo como política principal cumplir con eficiencia y eficacia cada una de las funciones asignadas, para coadyuvar con los objetivos trazados por el Instituto Hondureño de Turismo y el Gobierno Central, el cual es 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.

#### **Objetivos:**

Mejorar la capacidad de gestión del grupo de trabajo, tanto de la Secretaria General como de la Dirección Legal, desarrollando las siguientes áreas de conocimiento: planificación, organización y gestión de la calidad en las actividades asignadas.

Establecer sistemas que permitan dar seguimiento al proceso administrativo de las distintas solicitudes, tanto internas como externas que ingresan a la Dirección Legal y Secretaria General, logrando que se desarrollen la gestión de las presentes dependencias de manera eficaz y eficiente.

#### **Logros:**

##### **Equipo de trabajo y mecanismos de control**

Se ha consolidado un equipo de trabajo, con el conocimiento y eficacia en la gestión por resultados. De igual manera se han desarrollado mecanismos de coordinación con las



diferentes Gerencias del Instituto Hondureño de Turismo, los cuales que han permitido eficientizar y obtener mejores resultados en los procesos.  
Proyectos de Leyes, Reglamentos Y Decretos Ejecutivos PCM.

- 1.1 Acompañamiento y colaboración en el proceso de creación del decreto No.68-2017, contentivo de la Ley de Fomento al Turismo.
- 1.2 Colaboración en el proceso de creación del decreto No.618-A-2017, contentivo del Reglamento la Ley de Fomento al Turismo.
- 1.3 Coordinar la redacción del borrador para la actualización de la Ley del Instituto Hondureño de Turismo, proceso que en la actualidad continua.
- 1.4 Elaboración del manual de proceso y procedimientos de la Secretaria General y Dirección Legal del IHT.
- 1.5 Elaboración PCM-040/2017; Convenio Air Europa.
- 1.6 Elaboración PCM-000/2017; Reforma al Acuerdo Ejecutivo PCM-002-2004, aprobado 15 de abril de 2004 y publicado en La Gaceta, el 30 de abril de ese mismo año, sobre la creación de la CNPP).
- 1.7 Elaboración PCM-000-2017; Declaratoria de Emergencia para prestación oportuna y eficiente de los Servicios Públicos y contratación de empresas que realizaran reparaciones en la Fortaleza de Santa Bárbara, en el Municipio de Trujillo Departamento de Colon.
2. Seguimiento y Subsanación de las recomendaciones de auditoria interna y presentadas al tribunal superior de cuentas.
  - 2.1 Informe No.006-2011-UAI-IHT; 9 Recomendaciones.
  - 2.2 Informe No.001-2016-UAI-IHT; 7 Recomendaciones.
  - 2.3 Informe No.005-2016-UAI-IHT; 2 Recomendaciones.
  - 2.4 Informe No.003-2017-UAI-IHT; 1 Recomendaciones.
  - 2.5 Informe No.004-2017-UAI-IHT; 9 Recomendaciones.

## Detalle de Actividades Realizadas

ACTIVIDAD	TOTAL
Elaboración de autos de admisión	95
Dictámenes legales con base a Ley de Incentivos	61
Emisión de Constancias de Expedientes ZOLT y LIT	41
Transcripción de Resoluciones enviadas a la DEI	45
Resoluciones solicitadas por la Secretaria de Finanzas	0
Resoluciones con base a Ley de Incentivos al Turismo	15
Resoluciones en base al Decreto 90/90	8
Dictámenes en base al Decreto 90/90	8
Autos de Admisión en base al Decreto 90/90	8
Certificaciones de Resoluciones	23
Dictámenes legales solicitados por las Gerencias del IHT	31
Dictámenes legales para la CANATURH, solicitando renovación de inscripción en el Registro Nacional de Turismo de distintas empresas.	97
Autos admisión de expedientes remitidos del INA	5
Autos admisión de expedientes remitidos del SERNA	1
Acciones Judiciales	42
Acciones Administrativas	63
Asesorías Legales evacuadas a inversionistas y abogados	224
Asesorías Legales evacuadas a Gerencias del IHT	278
Elaboración de contratos del Programa Presidencial CON CHAMBA VIVIS MEJOR	
Elaboración de contratos a las distintas Gerencias del IHT	42
Revisión y Registro de contratos de Recursos Humanos	118
Revisión y Registro de contratos enviados por Coordinación de Gestión Institucional y Relaciones Internacionales (Análisis Económico)	638
Convenios	34
Acuerdos	87
Proyectos de Leyes, Reglamentos Y Decretos Ejecutivos PCM	6
Seguimiento y Subsanción de las recomendaciones de auditoria interna y presentadas al tribunal superior de cuentas.	15
Inspección in situ a proyectos turísticos para verificar el uso debido de los bienes	2
Proceso de Licitación	18
Evaluación de propuestas de precalificación	2
Procesos de precalificación de Empresas para Constructoras y contratistas independientes	2

Capacitaciones	2
Demandas	7
Constancias de vigencia de incentivos fiscales a solicitud de beneficiarios de la Ley de Incentivos al Turismo.	10
Proyecto de actualización del Reglamento interno del IHT	1
Audiencias de Descargo	3
Elaboración de Matriz de Arrendadora de Vehículos ingresados con la LIT	6
Total de Gacetas archivadas	302
Informes presentados ante la Procuraduría General de la Republica, notificando el estatus de las demandas interpuestas a favor o en contra del Estado de Honduras a través del IHT.	14
Informes presentados al Tribunal Superior de Cuentas, Dando seguimiento a las recomendaciones de Auditoria Interna del Instituto Hondureño de Turismo	5
Informes enviados a ONADICI (Vía COCOIN)	2
Procesos de Registro de Marcas	1
Cartas de Entendimiento	3
Adenda a Contratos y Convenios	25

#### e) Gerencia de Finanzas y Administración

El propósito fundamental de la Gerencia de Finanzas y Administración es “RENTABILIZAR LOS RECURSOS ASIGNADOS Y GENERADOS” para el cumplimiento de las actividades de promoción y fomento al turismo que realiza el Instituto Hondureño de Turismo enmarcados en las normas, leyes y reglamentos creados para tal fin.

Dentro de este marco se desarrollan actividades de control financiero y administrativo que nos permiten:

1. Asegurar la exactitud, oportunidad y simplicidad de las operaciones contables de la Institución, a través de la presentación de los Estados Financieros y sus anexos en tiempo y forma.
2. Brindar con calidad y eficiencia, apoyo logístico a las diferentes gerencias del Instituto.
3. Salvaguardar de manera eficiente y eficaz, los activos de la institución.
4. Diseñar estrategias para mejorar la recaudación de impuestos sobre la tasa turística del 4%, el canon de usufructo del muelle de cruceros, el arrendamiento de parques y las recaudaciones realizadas por la venta de material turístico a través del centro de documentación.
5. Elaborar estrategias que permitan la racionalización del gasto.
6. Velar por el cumplimiento de los reglamentos de viáticos y gastos de viaje, así como el reglamento para el uso de la caja menor.

7. Controlar y dar seguimiento a la ejecución presupuestaria que permita conocer el disponible por objeto de gasto en forma diaria y que permitan la toma oportuna de decisiones.

La estructura administrativa de la Gerencia de Finanzas y Administración, cuenta con el soporte de Recurso Humano de experiencia y altamente comprometido con alcanzar las metas propuestas y está conformada por las siguientes áreas:

- Jefatura de Presupuesto
- Jefatura de Contabilidad
- Jefatura de Compras
- Jefatura de Servicios Generales
- Jefatura de Modernización y Tecnologías de Información
- Bienes Nacionales

Los principales resultados que se han logrado en el transcurso del año 2017, se detallan a continuación.

### 1. Tasa por Servicios Turísticos

La recaudación de la Tasa por Servicios Turísticos del 4% correspondiente a los meses de enero-diciembre 2017 fue de Ciento Veintinueve Millones Setecientos Cinco Mil Doscientos Treinta y Seis Lempiras con 46/100 ( L 129, 705.236.46). En relación al año al año 2016 que fue de L 123, 194,404.40 se observa un crecimiento de L 6, 510,832.06 equivalente al 5.3%.

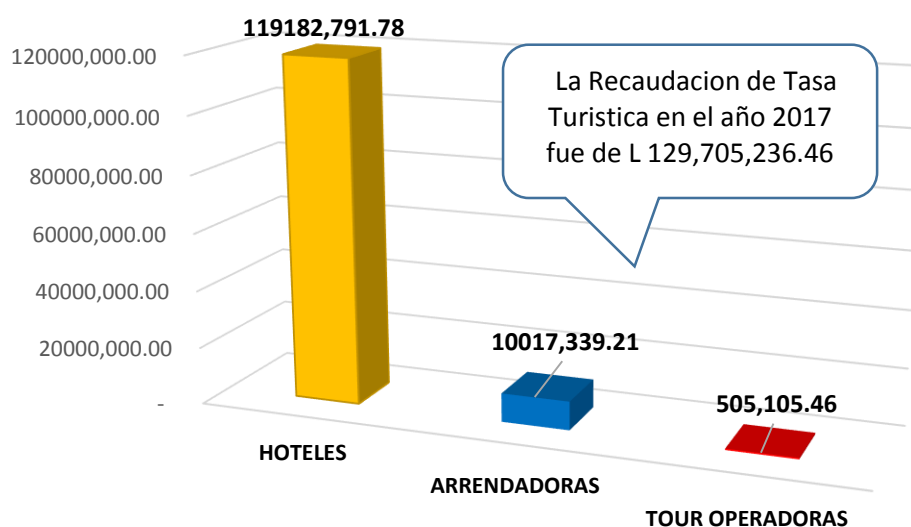
A continuación se desglosa la Recaudación de Tasa Turística del año 2017 por rubro:

DEPARTAMENTO	RECAUDACION	PORCENTUAL
<b>RECAUDACION HOTELES</b>	<b>119,182,791.78</b>	<b>91.887%</b>
ATLANTIDA	12,537,691.02	10.52%
CHOLUTECA	2,760,015.81	2.12%
COLON	2,387,154.68	1.84%
COMAYAGUA	3,322,444.18	2.56%
COPAN	5,949,247.38	4.58%
CORTES	29,652,563.47	22.86%
EL PARAISO	3,440,677.56	2.65%
FRANCISCO MORAZAN	25,448,479.09	19.62%
INTIBUCA	574,432.30	0.44%
ISLAS DE LA BAHIA	23,062,974.98	17.78%
LA PAZ	335,613.34	0.25%
LEMPIRA	1,177,719.06	0.90%
OCOTEPEQUE	417,778.05	0.32%



OLANCHO	1,503,094.09	1.15%
SANTA BARBARA	835,841.77	0.64%
VALLE	771,669.93	0.59%
YORO	1,653,559.66	1.27%
GRACIAS A DIOS	121,118.66	0.09%
SIN IDENTIFICACION	3,230,716.75	2.49%
<b>RECAUDACION DE ARRENDADORAS</b>	<b>10,017,339.21</b>	<b>7.72%</b>
<b>RECAUDACION DE TOUR OPERADORAS</b>	<b>505,105.46</b>	<b>0.38%</b>
<b>TOTAL RECAUDADO TASA TURISTICA 2017</b>	<b>129,705,236.46</b>	<b>100%</b>

### RECAUDACION DE TASA TURISTICA POR RUBRO



## 2. Ejecución Presupuestaria

### 2.1 Presupuesto de Ingresos

Los ingresos en el año 2017 ascienden a 186,406.6 miles de Lempiras, de los cuales 179,406.6 miles de Lempiras constituyen Ingresos Corrientes y 7,000.0 miles de Lempiras constituyen Ingresos de Capital; Del total de ingresos recaudados en el 2017, los ingresos corrientes representan el 96%, y los ingresos de capital el 4%.

**Presupuesto de Ingresos**  
**Ejercicio Fiscal 2017**  
**(Valores en Lempiras)**

RUBRO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	PRESUPUESTO APROBADO 2017	INCORPORACIONES PRESUPUESTARIAS	PRESUPUESTO VIGENTE 2017	PRESUPUESTO EJECUTADO 2017	
					ACUMULADO	% DE EJECUCION
<b>INGRESOS CORRIENTES</b>		<b>185,994,163.0</b>	<b>52,200,624.0</b>	<b>238,194,787.0</b>	<b>179,406,603.9</b>	<b>75.3%</b>
18101 Transferencia Corriente de la Administración Central	11 Tesoro Nacional	176,695,471.0	38,000,000.0	214,695,471.0	153,110,701.8	71.3%
15199 Venta de Bienes Varios	12 Recursos Propios	50,000.0	0.0	50,000.0	5,556.5	11.1%
16999 Ingresos Varios de No Operación	12 Recursos Propios	0.0	0.0	0.0	200,000.0	0.0%
17603 Alquiler de Edificios, Locales, e Instalaciones	12 Recursos Propios	1,648,692.0	0.0	1,648,692.0	1,563,293.2	94.8%
12307 Canon por Beneficios	12 Recursos Propios	7,600,000.0	14,200,624.0	21,800,624.0	24,518,903.9	112.5%
12499 Multas y Penas Varias	12 Recursos Propios	0.0	0.0	0.0	8,148.5	0.0%
<b>INGRESOS DE CAPITAL</b>		<b>8,108,000.0</b>	<b>8,108,000.0</b>	<b>8,108,000.0</b>	<b>7,000,000.0</b>	<b>86.3%</b>
22101 Transferencias y Donaciones de Capital del Gobierno Central	11 Tesoro Nacional	0.0	7,000,000.0	7,000,000.0	7,000,000.0	100.0%
22105 Transferencias de Capital de Gobiernos Locales	31 Aportes Internos		1,108,000.0	1,108,000.0	0.0	0.0%
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>185,994,163.0</b>	<b>60,308,624.0</b>	<b>246,302,787.0</b>	<b>186,406,603.9</b>	<b>75.7%</b>

**NOTA:** En el rubro 12499 Multas y Penas Varias por L.8,148.5, corresponde a ingresos por penalidades a empleados del IHT; mismos que se estará haciendo contrapartida Contable y no se reflejarán como ingresos solo contable

## Ingresos Corrientes

Los ingresos corrientes están conformados principalmente por la Transferencia Corriente que la Administración Central otorga al IHT, que representan el 31% (56,695.5 miles de Lempiras) del total de ingresos corrientes recaudados en el 2017.

Además se incluyen ingresos propios recaudados por concepto de Tasa Turística (4%) la recaudación ascendió a (128,690.4 miles de Lempiras), de los cuales fueron transferidos al IHT (96,415.2 miles de Lempiras) quedando un saldo por transferir de (22,180.3 miles de Lempiras) recaudación correspondiente a los meses de septiembre y octubre la cual quedó registrada como Cuenta por Cobrar a la SEFIN; en cuanto a la recaudación del mes de noviembre (L.10,094.8 miles de Lempiras) y diciembre 2017, estos valores serán incorporados y contabilizados en el presupuesto del año 2018.

El 13.2% (24,518.9 miles de Lempiras) corresponde a los ingresos generados por concepto de Canon Muelle de Cruceros Islas de la Bahía.

Otros ingresos percibidos por el alquiler del Parque y Restaurante Turístico de Valle de Ángeles, la venta de servicios proporcionados por el Centro de Documentación Turística, y otros ingresos de no operación representan el 0.84% (1,563.3 miles de Lempiras).

Ingreso de No Operación, ingresos por Tasa de Seguridad Poblacional, recaudación de \$3.00 por Servicios Aeroportuarios para ser ejecutados como patrocinio de Gracias Convoca por (200.0 miles de Lempiras).

## Ingresos de Capital

Los ingresos de capital están conformados principalmente por las Transferencias y Donaciones de Capital del Gobierno Central que la Administración Central otorgo al IHT, con el propósito de la construcción de una vía alterna de salida del municipio Turístico de Santa Lucía, por valor de 7,000.00 miles de Lempiras.

Se refleja en el presupuesto vigente una incorporación de 1,108.0 miles de Lempiras que corresponden a transferencias de capital realizadas por la Municipalidad de San Lorenzo Departamento de Valle; sin embargo fueron percibidos en el año 2016, por lo tanto no figuran en la ejecución del año 2017 la ejecución de dichos recursos, dado que fueron incorporados en el presupuesto de ingresos para equilibrar el presupuesto de gastos con dichos recursos.

## 2.2 Presupuesto de Gastos

El total de gastos ejecutados en el 2017 ascienden a 213,422.6 miles de Lempiras, que representa un 87% en relación al presupuesto modificado.

Del total de gastos ejecutados en el 2017, la mayor ejecución se presentan en la Gerencia de Mercadeo ejecución que representa el 49 % del total de gastos ejecutados, realizándose por esta Gerencia acciones encaminadas a promover al país posicionándolo como destino turístico en los mercados: Norteamericano, Centroamericano y Europeo, a través de publicaciones en las principales revistas de interés específico, gestionando una mayor cobertura de la oferta turística nacional en artículos o secciones especiales, participación en las principales ferias de turismo y brindando la atención personalizada en los Centros de Información Turística establecidos, obtención de Material Turístico necesario, mismo que, se constituye en la principal herramienta de venta para los Mayoristas y Agentes, en todos los eventos de promoción mencionados, tales como agentes de viaje, tour operadores, mayoristas escritores de viajes y prensa especializada, a efectos de que conozcan in situ los atractivos y recursos que forman parte del patrimonio turístico nacional, mediante la promoción interna (turismo interno) donde se destaca los atractivos turísticos del país, a través de la publicación en los diarios nacionales de sus ferias, festivales y actividades patrimoniales y la generación de publicidad sobre Honduras en distintos medios escritos o televisados, mediante el apoyo logístico a compañías de filmación, periodistas internacionales, entre otras acciones.

### EJERCICIO FISCAL 2017 EJECUCION PRESUPUESTARIA POR GERENCIAS IHT

GERENCIA	PRESUPUESTO 2017			EJECUCION 2017	
	PRESUPUESTO APROBADO	PRESUPUESTO MODIFICADO	PRESUPUESTO VIGENTE	ACUMULADO ANUAL	EJECUCION PORCENTUAL
DIRECCION EJECUTIVA	15,172,195.00	26,498,792.00	41,670,987.00	19,201,227.92	46%
GESTION INSTITUCIONAL Y RELACIONES INTERNACIONALES.	22,196,666.00	303,554.00	22,500,220.00	20,363,608.86	91%
AUDITORIA INTERNA	2,051,390.00	-	2,051,390.00	1,977,853.54	96%
SECRETARIA GENERAL	3,484,306.00	-	3,484,306.00	3,271,364.92	94%
GERENCIA DE FINANZAS Y ADMINISTRACION	30,340,039.00	8,200,154.00	38,540,193.00	36,899,426.55	96%
GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS	3,032,926.00	100,000.00	3,132,926.00	2,538,156.46	81%
UNIDAD DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO DE PRODUCTO	21,074,161.00	7,264,051.00	28,338,212.00	25,051,972.81	88%
GERENCIA DE MERCADEO	88,642,480.00	17,942,073.00	106,584,553.00	104,119,019.82	98%
<b>TOTAL</b>	<b>185,994,163.00</b>	<b>60,308,624.00</b>	<b>246,302,787.00</b>	<b>213,422,630.88</b>	<b>87%</b>

#### 2.2.1 Presupuesto por Grupo de Gastos

EJERCICIO FISCAL 2017  
EJECUCION PRESUPUESTARIA POR GRUPO DE GASTOS

CODIGO	DESCRIPCION	PRESUPUESTO 2017			EJECUCION 2017	
		PRESUPUESTO APROBADO	PRESUPUESTO MODIFICADO	PRESUPUESTO VIGENTE	ACUMULADO ANUAL	EJECUCION PORCENTUAL
10000	SERVICIOS PERSONALES	60,156,445.00	-	60,156,445.00	56,958,656.07	95%
20000	SERVICIOS NO PERSONALES	102,754,557.00	24,583,683.00	127,338,240.00	121,090,332.41	95%
30000	MATERIALES Y SUMINISTROS	5,443,499.00	-67,968.00	5,375,531.00	4,252,346.12	79%
40000	BIENES CAPITALIZABLES	10,533,556.00	7,102,909.00	17,636,465.00	15,768,590.78	89%
50000	TRANSFERENCIAS	7,106,106.00	8,690,000.00	15,796,106.00	15,352,705.50	97%
60000	ACTIVOS FINANCIEROS	-	20,000,000.00	20,000,000.00	-	0%
<b>TOTAL</b>		<b>185,994,163.00</b>	<b>40,308,624.00</b>	<b>246,302,787.00</b>	<b>213,422,630.88</b>	<b>87%</b>

El grupo de *Servicios Personales* representa el 27% del total de gastos ejecutados, con una ejecución del 95% con relación al presupuesto modificado.

En cuanto a la ejecución por tipo de gasto el grupo de gasto Servicios No Personales representa el 57% del total del presupuesto del IHT, con una ejecución del 95% con relación al presupuesto modificado, el saldo no ejecutado al final del año se da principalmente no fue requerido en su totalidad la asignación destinada a Pasajes y Viáticos y a la contratación de Servicios Profesionales.

*Materiales y Suministros* este grupo representa el 2% 4,252.3 miles de Lempiras del total de gastos ejecutados, con una ejecución del 79% con relación al presupuesto modificado, el saldo no ejecutado al final del año se debe principalmente a que se obtuvo un ahorro en el consumo de combustible esto en relación a las giras de trabajo que no se llevaron a cabo, al igual que en los gastos requeridos en alimentación y bebidas para personas para ofrecer en talleres de capacitación y eventos del sector turístico; también se observa una reducción en el gasto de repuestos y accesorios, productos de artes gráficas y tintas y pinturas.

*Bienes Capitalizables*, el grupo representa el 7% 15,768.6 miles de Lempiras del total de gastos ejecutados con una ejecución del 89% en relación al Presupuesto modificado. El saldo no ejecutado en este grupo corresponde principalmente a que fue declarada fracasada de forma parcial la licitación para la Adquisición de Equipo de Comunicación y Redes.

El grupo de las Transferencias representan el 7% del total de gastos ejecutados, con una ejecución del 97% en relación al presupuesto modificado.

El grupo de las Activos Financieros representan el 8% del total de gastos del Presupuesto Vigente, con ejecución del 0% ya que no se realizó la Transferencia a INSEP para la reparación de la infraestructura vial en Roatán, Islas de la Bahía, en vista que no se ha constituido el Fideicomiso de recepción de recursos para los Proyectos de Obra de Roatán, Islas de la Bahía.

### 3. Situación Financiera

A continuación se presenta detalle de la situación financiera del Instituto Hondureño de Turismo reportada al 31 de diciembre 2017:



**INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE 2017**  
**(Valores en lempiras)**

		<b>Ejercicio Actual Diciembre 2017</b>	<b>Ejercicio Anterior Diciembre 2016</b>	<b>Notas a los Estados Financieros</b>
<b>1</b>	<b>ACTIVO</b>			
<b>11</b>	<b>Activo Corriente</b>			
<b>111</b>	<b>Efectivo y Equivalentes</b>			
1112	Bancos	123,383,230.54	117,024,877.90	1
<b>113</b>	<b>Cuentas a Cobrar Corrientes</b>			
1131	Cuentas a Cobrar Corrientes	15,122,543.92	14,967,321.81	2
1132	Transferencias y Otras Cuentas por Cobrar	10,296,972.18	91,423,956.00	
1138	Garantías	33,420.85	33,420.85	3
<b>115</b>	<b>Inventarios</b>			
1151	Bienes Inventariables	2,358,716.22	1,376,421.46	4
	<b>TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>151,194,883.71</b>	<b>224,825,998.02</b>	
<b>12</b>	<b>Activo no Corriente</b>			
<b>121</b>	<b>Inversiones Financieras no Corrientes</b>			
1211	Títulos y Valores a Largo Plazo	458,112,100.00	458,112,100.00	5
1216	Cuentas a Cobrar a Largo Plazo	394,720,846.66	393,019,427.61	6
<b>123</b>	<b>Propiedad, Planta y Equipo No Consecionado</b>			
1231	Tierras y Terrenos	111,615,970.83	108,870,970.83	7
1232	Edificios	17,559,981.08	17,559,981.08	8
1233	Maquinaria y Equipo	28,587,135.82	26,614,712.25	9
1234	Equipos de Oficina, Hogar y de Laboratorio	163,400.99	151,640.99	
<b>124</b>	<b>Propiedad, Planta y Equipo Consecionado</b>			
1244	Equipos de Oficina, Hogar y de Laboratorio Concesionados	194,094.70	0.00	
<b>126</b>	<b>Depreciaciones, Mejoras, Perdidas y Revaluos No Concesionado y Concesionado</b>			
1261	Tierras y Terrenos	0.00	0.00	10
1262	Edificios	-4,396,386.57	-3,961,776.93	
1263	Maquinaria y Equipo	-25,929,442.37	-25,525,851.35	
<b>127</b>	<b>Construcciones</b>			
1271	Construcciones de Bienes de Dominio Privado	700.00	0.00	11
1272	Construcciones de Bienes de Dominio Público	12,789,832.29	379,592.74	12
	<b>TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>993,418,233.43</b>	<b>975,220,797.22</b>	
	<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>1,144,613,117.14</b>	<b>1,200,046,795.24</b>	
	<b>PASIVO</b>			
<b>21</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
<b>211</b>	<b>Cuentas por Pagar</b>			
2111	Cuentas por Pagar	28,534,251.32	10,309,604.71	13
2112	Remuneraciones por Pagar	2,462,426.76	1,030,310.33	
2113	Aportes y Retenciones por Pagar	1,644,315.39	3,126,555.50	
2115	Donaciones, Transferencias y Subsidios por Pagar	7,245,056.00	70,432,752.80	
2119	Otras Cuentas por Pagar	407,443.41	115,373.68	
<b>213</b>	<b>Fondos de Terceros</b>			
2131	Fondos de Terceros en Custodia y Garantía	6,690.00	178,760.89	
<b>214</b>	<b>Cuentas por Pagar Ejercicios Anteriores</b>			
2141	Cuentas por Pagar Ejercicios Anteriores	1,292,568.58	0.00	
2142	Sueldos por Pagar de Ejercicios Anteriores	153,515.00	0.00	
2145	Transferencias y Subsidios por Pagar de Ejercicios Anteriores	125,000.00	0.00	
	<b>TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>41,871,266.46</b>	<b>85,193,357.91</b>	
	<b>TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	
	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>41,871,266.46</b>	<b>85,193,357.91</b>	
<b>3</b>	<b>PATRIMONIO</b>			
<b>31</b>	<b>Hacienda Pública</b>			
<b>311</b>	<b>Capital</b>			
3111	Capital	455,264,402.84	455,264,402.84	14
<b>314</b>	<b>Resultados</b>			
3141	Resultados acumulados de ejercicios anteriores	633,536,568.43	626,507,365.33	15
3142	Resultados del ejercicio	13,940,879.41	33,081,669.16	
	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>1,102,741,850.68</b>	<b>1,114,853,437.33</b>	
	<b>TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1,144,613,117.14</b>	<b>1,200,046,795.24</b>	
<b>4</b>	<b>Cuentas de Orden</b>			
41	Cuentas de Orden Deudoras			
411	Avales, Fianzas y Garantías			
4111	Avales, Fianzas y Garantías			
<b>42</b>	<b>Cuentas de Orden Acreedoras</b>			
421	Avales, Fianzas y Garantías			
4211	Avales, Fianzas y Garantías			

LUGAR Y FECHA: Tegucigalpa M.D.C. 12 de Enero 2018

FIRMA  
NOMBRE: EMILIO SILVESTRI  
DIRECTOR EJECUTIVO

FIRMA  
NOMBRE: JUAN CARLOS FLORES  
CONTADOR No.324981

FIRMA  
NOMBRE: ANA SUYAPA TORRES  
GERENTE DE FINANZAS Y ADMINISTRACION

INSITUTO HONDURENO DE TURISMO  
ESTADO DE RENDIMIENTO FINANCIERO  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2017  
( Valores en Lempiras )

	Ejercicio Actual Diciembre 2017	Ejercicio Anterior Diciembre 2016	Notas a los Estados Financieros
<b>52 Ingresos no Tributarios</b>	<b>24,523,052.33</b>	<b>16,685,017.34</b>	<b>1</b>
521 Impuestos Indirectos	24,518,903.87	16,683,793.02	
5213 Cánones y Regalías	4,148.46	1,224.32	
5214 Multas			
<b>53 Ingresos de Operación</b>	<b>3,193.22</b>	<b>156.00</b>	<b>2</b>
531 Ingresos por Ventas	3,193.22	156.00	
5311 Venta de Bienes			
<b>54 Ingresos de No Operación</b>	<b>1,905,410.75</b>	<b>1,752,232.98</b>	<b>3</b>
542 Alquileres	1,705,410.75	1,666,695.60	
5421 Alquileres	1,705,410.75	1,666,695.60	
<b>544 Ingresos Varios de No Operación</b>	<b>200,000.00</b>	<b>85,537.38</b>	<b>4</b>
5441 Ingresos Varios de No Operación	200,000.00	85,537.38	
<b>55 Donaciones y Transferencias</b>	<b>182,291,052.44</b>	<b>248,442,846.04</b>	<b>5</b>
553 Transferencias Corrientes	175,291,052.44	248,442,846.04	
5531 Transferencias Corrientes del Sector Público	175,291,052.44	248,442,846.04	
<b>554 Transferencias de Capital</b>	<b>7,000,000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6</b>
5541 Transferencias de Capital Recibidas del Sector Publico	7,000,000.00	0.00	
<b>56 Otros Ingresos</b>	<b>2,333,708.89</b>	<b>19,114,646.24</b>	<b>7</b>
561 Otros Ingresos	2,333,708.89	19,114,646.24	
5611 Ganancias	2,333,708.89	19,103,906.99	
5612 Ingresos Varios	0.00	10,739.25	
<b>TOTAL DE INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>211,056,417.63</b>	<b>285,994,898.60</b>	
<b>6 GASTOS</b>	<b>181,762,832.72</b>	<b>170,421,321.57</b>	
<b>61 Gastos de Consumo</b>	<b>56,958,656.07</b>	<b>40,331,337.32</b>	<b>8</b>
611 Servicios Personales	56,958,656.07	40,331,337.32	
6111 Remuneraciones	118,922,022.04	119,008,382.66	<b>9</b>
612 Servicios no Personales	1,658,702.70	1,581,888.54	
6121 Servicios Básicos	9,663,736.40	7,253,724.78	
6122 Alquileres y Derechos	442,890.10	818,164.05	
6123 Mantenimiento y Reparación de Bienes	542,604.23	568,969.67	
6124 Mantenimiento y Reparación de Maquinaria y Equipo	2,816,927.76	11,653,168.59	
6125 Servicios Técnicos y Profesionales	78,086,013.76	83,142,022.27	
6126 Servicios Comerciales y Financieros	9,493,057.88	9,545,947.00	
6127 Pasajes, Viáticos y otros Gastos de Viaje	9,517,955.99	132,743.81	
6128 Impuestos, Derechos, Tasas y Gastos Judiciales	6,700,133.22	4,311,753.95	
6129 Otros Servicios no Personales	3,284,596.77	3,962,522.91	<b>10</b>
<b>613 Materiales y Suministros</b>	<b>2,506,997.45</b>	<b>3,327,580.06</b>	
6131 Materiales y Suministros	777,599.32	634,942.85	
6132 Materiales y Suministros Diversos	2,127,469.82	7,119,078.68	
<b>615 Depreciación, Amortización y Agotamiento de Activos No Concesionados</b>	<b>434,609.64</b>	<b>4,685,447.91</b>	
6151 Depreciación de la Propiedad	1,692,860.18	2,433,630.77	
6152 Depreciación Maquinaria y Equipo	470,088.02	0.00	
<b>617 Pérdidas Contingenciales</b>	<b>470,088.02</b>	<b>0.00</b>	
6171 Pérdidas	470,088.02	0.00	
<b>64 Donaciones, Transferencias y Subsidios</b>	<b>15,352,705.50</b>	<b>82,491,907.87</b>	<b>11</b>
641 Donaciones Corrientes	530,000.00	656,691.00	
6411 Donaciones Corrientes al Sector Público	530,000.00	454,691.00	
6413 Donaciones Corrientes al Sector Privado	0.00	202,000.00	
<b>642 Donaciones de Capital</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	
643 Transferencias Corrientes	7,822,705.50	11,835,216.87	
6431 Transferencias Corrientes al Sector Público	20,000.00	0.00	
6432 Transferencias Corrientes al Sector Externo	4,869,768.60	5,123,489.07	
6433 Transferencias Corrientes al Sector Privado	2,932,936.90	6,711,727.80	
<b>644 Transferencias de Capital</b>	<b>7,000,000.00</b>	<b>70,000,000.00</b>	
6441 Transferencias de Capital al Sector Público	7,000,000.00	70,000,000.00	
<b>TOTAL DE GASTOS CORRIENTES</b>	<b>197,115,538.22</b>	<b>252,913,229.44</b>	
<b>71 Cuentas de Cierre</b>	<b>13,940,879.41</b>	<b>33,081,669.16</b>	
<b>711 RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS</b>	<b>13,940,879.41</b>	<b>33,081,669.16</b>	

Lugar y Fecha: Tegucigalpa M.D.C. 12 DE Enero 2018

FIRMA  
NOMBRE: EMILIO SILVESTRI  
DIRECTOR EJECUTIVO

FIRMA  
NOMBRE: JUAN CARLOS FLORES  
CONTADOR No. 324981

FIRMA  
NOMBRE: ANA SUYAPA TÓRRES  
GERENTE DE FINANZAS Y ADMINISTRACION



#VisitHonduras  
#TheRealHonduras  
www.iht.hn | www.honduras.travel



# SE VIENE ESTA FOTO VA PAL FACE

ESTE 4, 5 Y 6 DE OCTUBRE

UNA VEZ AL AÑO, UN FERIADITO NO HACE DAÑO.



★★★★★  
INSTITUTO HONDUREÑO  
DE TURISMO  
IHT