

# INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO



## INFORME DE LOGROS II TRIMESTRE

2018



## INTRODUCCIÓN

El presente informe, tiene como propósito dar a conocer los logros obtenidos por el **Instituto Hondureño de Turismo (IHT)** durante el II Trimestre del Año 2018, 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 2018, 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.**



A handwritten signature in the bottom right corner of the page.

## 1. POSICIONAR A HONDURAS COMO DESTINO TURISTICO

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

Este segundo trimestre del año 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, pagina que es apoyada por la Cámara Nacional de Turismo de Honduras - CANATURH.

#### Logros Redes Sociales Visit Honduras:

**Instagram:** Teniendo este II Trimestre de 2018 un total de 28.79% de engagement, muy bueno, lo cual indica que el perfil tiene buena visibilidad y que el contenido genera la interacción, sería excelente intentar utilizar hashtags más globales y que atraigan mayor posibilidad de interacción.

**Facebook:** Este II Trimestre del 2018 el crecimiento en la red social más grande de la marca está mejorando, la calidad de la pauta y el tipo de contenido están ayudando a que mantenga un nivel de engagement estable que es más del 3%, lo cual es indicador que la pérdida de seguidores está mejorando constantemente.

**Twitter:** Cerramos este II Trimestre un engagement del 17.67%, el interactuar y el alimentar constantemente nuestra página nos mantiene creciendo positivamente.

**Pinterest:** Utilizamos esta red con el objetivo de redireccionar a nuestra audiencia al nuevo contenido que publicamos en nuestro blog Visit Honduras Now, Creamos contenido diferente para cada día y así apelar a los diferentes públicos de pinterest que buscan: Frases inspiradoras, Paisajes, Turismo de aventura y turismo gastronómico. Este II Trimestre se continúa produciendo el contenido que nos ayuda a crecer poco a poco.



Crecimiento de la comunidad Visit Honduras hasta la fecha				
Meses	FaceBook	Instagram	Twitter	Pinterest
Enero	202,677	4,860	1,699	90
Febrero	202,626	5,039	1,725	89
Marzo	202,354	5,377	1,792	94
Abril	202,512	5,515	1,845	94
Mayo	202,717	5,978	1,914	98
Junio	203,057	6,451	1,998	99

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

**Logros Redes Sociales IHT Oficial:**

**Facebook:** Hay crecimiento sostenido en esta red, este II Trimestre alcanza un total de 75,110 fans y manteniendo un engagement del 4.26% porcentaje aceptable que expone un buen nivel de exposición de la página.

**Twitter:** Ha tenido un crecimiento positivo se ha llegado incrementado en este II Trimestre los fans con un 80% de engagement, lo cual es una señal para seguir apostando por esta red y compartir contenido de valor y calidad.

Crecimiento de la comunidad IHT Oficial hasta la fecha		
Meses	FaceBook	Twitter
Enero	68,971	3
Febrero	69,403	7
Marzo	71,662	15
Abril	72,754	24
Mayo	73,225	31
Junio	75,110	40

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



## Logros Pauta Digital:

### Pauta Digital Facebook:

**Detalle del Post Blog 10 razones** La campaña estuvo 11 días activa, el cumplimiento en general de la campaña es de 126% la pauta esta por medio de interacciones. Cabe resaltar que El Salvador es el país que encabeza el mayor cumplimiento de campaña con 137%, obteniendo 1,018 Interacciones.

**Detalle del Post Video Baleada** La campaña con 11 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 1,140% la pauta esta por medio de interacciones. Cabe resaltar que El Salvador es el país que encabeza el mayor cumplimiento de campaña con 2,135%, mientras que Honduras genero mayor cantidad de interacciones con 10,706 interacciones.

**Detalle del Post Earth Day** La campaña con 1 día activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 272% la pauta esta por medio de vistas del video. Cabe resaltar que Honduras es el país que encabeza el mayor cumplimiento de campaña con 378%, con 33,883 vistas.

**Detalle del Post Día del Trabajo** La campaña con 4 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 150% la pauta esta por medio de interacciones. Con un total de 1,498 interacciones.

**Detalle del Post Paquetes Vacacionales** La campaña con 4 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 2337% la pauta esta por medio de interacciones. Con un total de 11,687 interacciones.

### Pauta Digital Instagram:

**Detalle del Story Video Baleada** La campaña con 11 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 782% la pauta esta por



A handwritten signature or set of initials is located in the bottom right corner of the page. The signature is written in dark ink and appears to be a stylized 'SB' or similar initials.

medio de vistas del video. Cabe resaltar que Costa Rica es el país que encabeza el mayor cumplimiento de campaña con 1160%, mientras que El Salvador generó mayor cantidad de vistas con 4,818 vistas.

**Detalle del Post Día del Trabajo** La campaña con 4 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 635% la pauta esta por medio de interacciones. Con un total de 4,761 interacciones.

#### Pauta Digital Facebook:

**Detalle del Post Reciclaje** con el objetivo de aumentar la interacción en la página de Visit Honduras, se toman fechas internacionalmente importantes que nos permita posicionar a la marca como una página que crea concientización y se preocupa por el cuidado de la naturaleza; esto nos genera una mayor cantidad de interacciones versus post que son ajenos a estos temas. Cómo podemos observar, Honduras es el país que genera mayores resultados seguidamente de Guatemala. La pauta de este post tuvo duración de 1 día y cumple exitosamente.

**Detalle del Post Roadtrip Across Honduras** Se generó un artículo completamente en inglés para el mercado norteamericano, con el fin de promover Honduras como destino turístico en Estados Unidos y Canadá. El post se pauto por medio de interacciones, en donde se cumplió la meta en un 105% generando un total de 9,059 interacciones de ambos países y 29 fans nuevos. El post iba re direccionado directamente al blog, en donde logramos 742 clicks hacia el artículo y visitas la web.

**Detalle del Post Feriado Bancario** Con objetivo de promover Honduras como destino para el próximo feriado bancario en Guatemala se realizó un video donde se promueve el país y sus diferentes atracciones. La pauta inició el 30 de Mayo y tiene como fecha fin el 15 de junio.

**Detalle del Post Feria La Ceiba** Con el objetivo de promover la Feria Isidra y Carnaval de la Amistad se realizó un post específico en la página del IHT para dar a conocer este evento en el mercado Hondureño, mismo que genero un total de 901 interacciones superando la meta establecida y ganando 28 nuevos fans.



A handwritten signature or set of initials located at the bottom right corner of the page. The writing is cursive and somewhat stylized, but the specific characters are not clearly legible.

**Detalle del Post Paquetes Vacacionales** La campaña con 4 días de estar activa, en las plataforma de desktop, móvil y Tablet, el cumplimiento en general de la campaña es de 2337% la pauta esta por medio de interacciones. Con un total de 11,687 interacciones.

**Pauta Digital Instagram:**

**Varios Stories** Con el objetivo de incrementar el engagement y notoriedad de Visit Honduras en Instagram, se han generado diversas Stories enfocadas al mercado Centroamericano a través de videos promoviendo Honduras como Turismo. Con la primera Storie se lograron un total de 12,704 vistas, alcanzando un 387% de cumplimiento de campaña sobre pasando la meta. Con esta pauta se alcanzaron 318 clicks al perfil de Visit Honduras.

Con la segunda Storie se lograron un total de 7,367 vistas, alcanzando un 220% de cumplimiento de campaña sobre pasando la meta. Con esta pauta se alcanzarán 113 clicks al perfil de Visit Honduras. El país que generó mayor cantidad de interacciones fue El Salvador con un total de 5,264.

**Viajes de Familiarización y Prensa**

A continuación se presenta el cuadro resumen de las actividades de atención al cliente realizadas por la Coordinación de Información Turística en las oficinas de Tegucigalpa, Honduras y Miami, Florida, Estados Unidos durante los meses de: Abril, Mayo y Junio 2018.

**CUADRO RESUMEN DE ATENCIONES EN OFICINAS DE TGU., HONDURAS Y MIAMI, FL.**

Atenciones	Cantidad de Solicitudes atendidas
Atenciones oficinas de Información en TGU y Miami	123
Visitas al Portal Web (honduras.travel)	21,487
Entrega de material turístico	23,210
Visitas de Cruceristas atendidas	28,384
Atención a Embajadas acreditadas en el Exterior	3



## Plan de Acción: Atención Tour Operadores, Agentes de Viajes y Medios de Comunicación

Procedencia	Junio/ 17	Junio /18
Europa	3	1
Norte América	0	1
Suramérica	1	0
Asia	0	1
TOTAL	4	3

En el cuadro anterior se puede observar que en Junio 2018 se atendieron tres grupos mostrando una disminución en relación al año anterior, esto debido a que la agencia de promoción turística en Centroamérica no envió grupos de mayoristas.

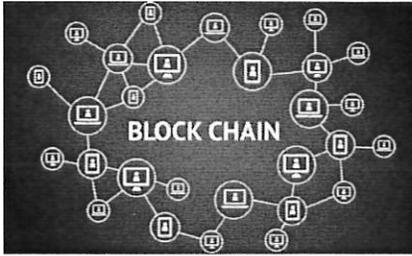
### Inversión de Grupos según Mercado:

No.	MERCADO	INVERSION EN LPS.
1	Europa	L. 35,612.00
2	Norte América	L. 125,347.70
3	Asia	00.00
	TOTAL	L. 160,959.7

El valor total de la inversión de grupos es de L.160,957.7 ; Cabe aclarar que para el mercado asiático el cual refleja una inversión en lempiras de 0.00 se da puesto que no fue una actividad directa del IHT si no de Prohonduras en conjunto con la empresa de origen taiwanés DONG JYU quienes tienen oficinas administrativas en la ciudad de Tegucigalpa, y durante la realización del viaje y recorrido únicamente solicitaron apoyo de acompañamiento logístico de un técnico del IHT especialista en destinos para apoyar mediante la elaboración de un itinerario sugiriendo sitios de interés turístico en Roatán y Copán Ruinas.



## Grupos Atendidos



## Block Chain

Especialistas en tecnología y creación de plataformas económicas, enmarcados en promover la tecnología financiera en diferentes rubros, particularmente el sector turismo es indicativo de interés para Europa y específicamente Alemania, Francia y España (nacionalidades de los participantes)

### Viaje de Familiarización y Prensa Block Chain



A handwritten signature or mark in the bottom right corner of the page.

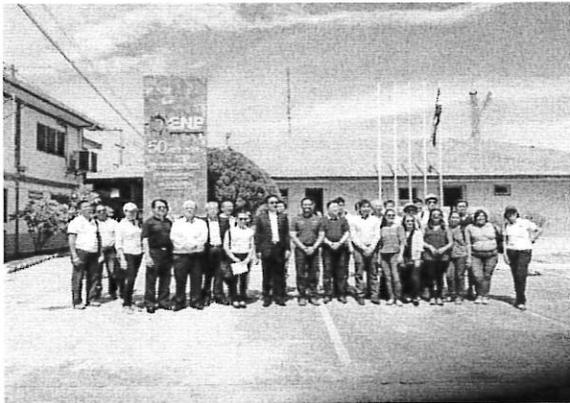
## La empresa Dong Jyu Group

Empresa multimillonaria interesada en visitar Honduras con el objetivo de invertir en ajonjolí, café, camarones y langostas; decidieron visitar el país además de generar ingresos, también elaboraran un video promocional, de esta manera indicando que Honduras es Exportación, Inversión y



Turismo de calidad, asimismo CTI News medio de televisión taiwanés elaboró un reportaje de los principales destinos turísticos del país y este ya fue difundido en dicho país asiático.

En este viaje de filmación no se realizó ningún tipo de inversión económica ya que únicamente solicitaron apoyo técnico de personal especializado en el área de turismo.

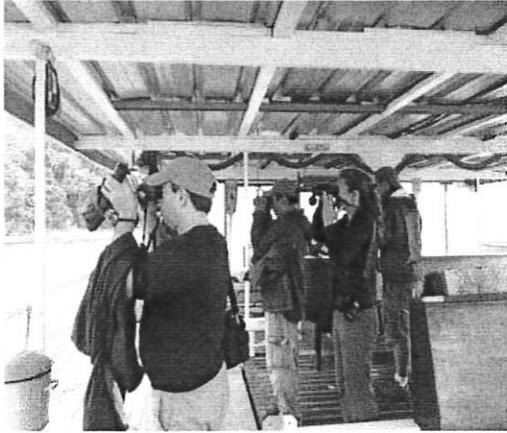


## Gira de Aviturismo con 4 periodistas especialistas en el rubro

En fechas 4-10 de Junio 2018 se llevó a cabo una gira de Aviturismo en los destinos de Lago de Yojoa, Gracias y Zamorano, avistando cerca de 200 aves y visitando paisajes con amplia belleza escénica, hábitat de muchas especies de aves de Honduras. Durante la visita se contó con 4 periodistas estadounidenses, cada uno representando 4 importantes revistas de aviturismo, lascuales son el blog "10,000 Birds" ; "Nature Travel Network" ; "Bird Watching Magazine" y "Bird watcher's Digest". Para la realización de dicho viaje se realizó inversión económica en cuanto a alojamiento, tour, servicio de guía y transporte.



## Viaje de Familiarización y Prensa



Plan de Acción: Participación en Ruedas de Negocios, Presentaciones del Destino y Roadshows  
Mercado Centroamericano

Rueda de Negocios B2B El Salvador

San Salvador, El Salvador-Hotel Crowne Plaza

Fecha: 25 de abril 2018

**Objetivo:** Promocionar los destinos y presentar las ofertas con la que se cuenta en los diferentes lugares turísticos de Honduras e incentivar a los salvadoreños a que visiten nuestro país; previo al feriado de las Fiestas Agostinas. Así como también se pretende fortalecer el turismo entre los países hermanos.



Este es el cuarto año consecutivo que se realiza este tipo de plataforma de negociación de forma personalizada entre empresarios hondureños y salvadoreños del sector turismo, por lo que se espera tener el mismo éxito que los anteriores; para lo cual se cuenta 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) y los Operadores de Turismo Receptivo de Honduras, OPTURH. Esta rueda de Negocios dio inicio con una presentación de país brindada a sus homólogos de la nación vecina y seguida de la rueda de negocios.

Previo a la logística y montaje del evento se dio entrevistas bajo el esquema de Gira de medios con los delegados del IHT, donde se visitaron programas en Radio, TV, Revistas especializadas y prensa escrita y digital.



### Resultados Tour de Medios en el marco de la Rueda de Negocios B2B 2018, El Salvador

En seguimiento a las actividades realizadas el pasado mes de abril 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 abril del presente año:

AD Value: \$43,600.00 y un total de 47 impactos. Es decir que se logró una utilidad en cobertura en medios de comunicación en El Salvador tanto en medios convencionales y digitales que superó los 1.04 millones de lempiras. Así mismo una utilidad en PR/ Relaciones Publicas que superó los 2.6 millones de Lempiras.

**Fotos Tomadas Durante la gira de medios en El Salvador:**



Mercado Centroamericano

Rueda de Negocios B2B Guatemala y Tour de Medios

Ciudad Guatemala, Guatemala-Hotel Intercontinental

Fecha: Del 29 al 31 de mayo 2018

**Objetivo:** El objetivo de esta rueda de negocios en el país vecino, es promocionar los destinos y presentar las ofertas con la que se cuenta en los diferentes lugares turísticos de Honduras e incentivar a los guatemaltecos a que visiten nuestro país; previo al feriado bancario. Así como también se pretende fortalecer el turismo entre los países hermanos.

Este es el cuarto año consecutivo que se realiza este tipo de plataforma de negociación de forma personalizada entre empresarios hondureños y guatemaltecos del sector turismo, por lo que se espera tener el mismo éxito que los anteriores; para lo cual se cuenta 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 y los Operadores de Turismo Receptivo de Honduras, OPTURH. Esta rueda de Negocios dio inicio con una presentación de país brindada a sus homólogos de la nación vecina y seguida de la rueda de negocios.

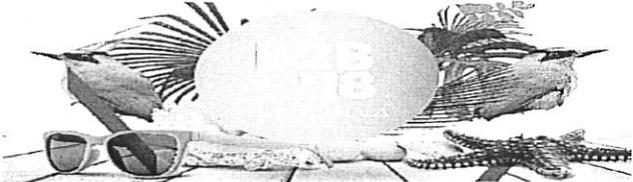
Previo a la logística y montaje del evento se dio entrevistas bajo el esquema de Gira de medios con los delegados del IHT, donde se visitaron programas en Radio, TV, Revistas especializadas y prensa escrita y digital.



**PRESENTACIÓN DE PAÍS  
Y RUEDA DE NEGOCIOS**

9:00 a.m. a 9:30 a.m.	Registro de Participantes
9:30 a.m. a 10:00 a.m.	Presentación de País
10:00 a.m. a 1:30 p.m.	Rueda de Negocios
1:30 p.m. a 2:00 p.m.	Coffee Break

Animete a descubrir **todo la belleza** de nuestro país y la calidez de su gente.  
**La tierra caracha te sorprenderá!**



## Resultados Tour de Medios en el marco de la Rueda de Negocios B2B 2018, Ciudad Guatemala

En seguimiento a las actividades realizadas el pasado mes de mayo 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 mayo del presente año:

*AD y PR ADValue: \$21,900.00 y un total de 17 impactos. Es decir que se logró una utilidad en cobertura en medios de comunicación durante la gira en medios convencionales, digitales y relaciones públicas que superó los 1.8 millones de lempiras.*

- Se logró la participación de un total de 91 Agentes de viajes de Guatemala y con una cobertura de más de 26 medios de comunicación. Asimismo participaron un total de 24 empresas hondureñas entre hoteleros y tour operadoras del país para ofrecer a los mayoristas guatemaltecos los servicios y productos que manejan para dicha festividad del feriado bancario.

El sector privado hondureño realizó varias negociaciones con las agencias de viajes participantes y ya están dando seguimiento a las solicitudes de paquetes que van ingresando como resultado de dichas alianzas lo que se traducirá en incremento de llegadas e ingresos por divisas al país de dicho mercado. Entre los resultados más relevantes es que en su mayoría los empresarios lograron un promedio de 10 a 15 nuevos contactos con agencias de viajes de Guatemala, de las cuales se estima que el 50% de las citas atendidas se proyectaran en ventas para el corto y mediano plazo.

Fotos gira de medios previo a la Rueda de Negocios



B2B Guatemala



Handwritten signature or mark.

## EVENTO PAMAC 2018 -Platinum Associate Membership Advisory Council Conference FCCA

Lugar: Punta Cana-República Dominicana

### Antecedentes

Dentro de las estrategias de mercadeo de aumentar la cantidad de cruceros que visitan el país y considerando que Honduras es el destino líder en la industria de cruceros a nivel Centroamericano; se participa cada año en las conferencias del Consejo Asesor de Miembros platinos de la Asociación de Cruceros de la Florida-Caribe (FCCA).



**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 tiene como objetivo permitir a los participantes ampliar sus conocimientos del rubro, con el fin de mejorar sus negocios en la industria de cruceros. El evento se llevó a cabo los días 06 al 09 de junio del presente año, en el Centro de Convenciones del Hotel Barceló Palace; el cual fue encabezado por Ministro de Turismo de la República Dominicana, Sr. Francisco Javier García.

En la conferencia se contó con la participación de más de 30 altos ejecutivos de 21 líneas de cruceros de la industria y alrededor de 160 miembros platinos de la FCCA. Durante el desarrollo del evento se tuvo la oportunidad de tocar temas de actualidad en cuanto a la Industria de Cruceros, y en donde se agruparon los tomadores de decisiones, quienes son claves de la industria de los cruceros.

Al evento acudieron personalidades de alta relevancia como ser: la Sra. Michele Paige, Presidenta de la FCCA, así como también todos los ejecutivos de cruceros de alto nivel, Autoridades de Gobierno y Turismo de La Dominicana, Ministros de Turismo, y todos los involucrados en el sector turismo de cruceros.

Asimismo, se abordaron una variedad de temas de importancia de la industria, durante las sesiones de negocios que monitorean el sector de cruceros, junto con las reuniones uno a uno entre los miembros de la FCCA, Altos Ejecutivos, y eventos de redes y networking.

**A continuación detalles de Workshops:**

- **Workshop I – “ The 3 P’s of Business, People, Product and Process”**

Panelista: José Negrón – Vicepresidente de Estrategia y Desarrollo de Puertos de Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.

- **Workshop II – “Puerto Rico: Ready to Enchant @ the 25<sup>th</sup> Annual FCCA Cruise Conference & Trade Show”**

Panelista: Sra. Carla Campo – Director Ejecutiva de la Compañía de Turismo de Puerto Rico.

- **Workshop III – “Update on 25<sup>th</sup> Annual FCCA Cruise Conference & Tradeshow”**

Panelista: Sr. Adam Ceserano – Vice Presidente de la FCCA.

**Logros:**

Se logró hacer entrega por parte del Sr. Ministro de Turismo de Honduras, Sr. Emilio Silvestri, a la Sra. Michele Paige, al Sr. Federico González Denton y al Sr. Albino Di Lorenzo, del documento-borrador de la nueva Ley de Empleo para Programa Nacional de Gente del Mar – Convenio firmado el pasado mes de Septiembre de 2016, entre el Gobierno de Honduras y la FCCA; con este programa se espera generar empleos a los marinos hondureños e igual traerá apoyo técnico en el nuevo proceso de certificación de Marinos Hondureños, teniendo como propósito principal de seguir lineamientos claros, brindados por el FCCA, para el cumplimiento de todos los requisitos de Certificaciones adecuadas y habilidades para todos los hondureños que califiquen para el programa.

Se espera que, a través de este programa, se logre la Generación Masiva de empleos mediante el Desarrollo Competitivo de Honduras y la Democratización de la Productividad, para los actuales

y futuros Marineros del país, a bordo de los diferentes cruceros bajo el aval de la FCCA. Actualmente están trabajando más de 20 mil hondureños marinos en este proyecto y se espera incrementar la cifra de marinos a bordo en los próximos años.

### Evento Panamac FCCA



## Campañas de Promoción Interna, Regional e Internacional

### Campaña de Feriado Bancario

Bajo el concepto de la campaña sombrilla “Honduras Te Espera” se trabajó la campaña de temporada de Feriado bancario 2018, orientada al mercado guatemalteco y que lleva por nombre **“Este feriado bancario, Cabal Descubrís que Honduras es el destino”** la cual se está pautando dentro de los medios establecidos en la estrategia digital.

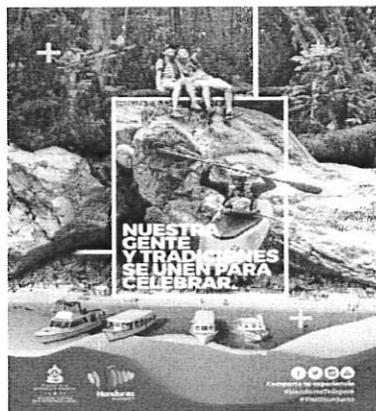
Los paquetes promocionales que emite el sector privado también formaron parte de la línea gráfica de la campaña y parte fundamental de la misma, ya que se realizaron y se montaron las diagramaciones en los portales de Honduras.Travel

### Diseños, Artes y conceptualizaciones

Artes utilizados para pauta en la revista Cromos, espacio brindado en cortesía al IHT.



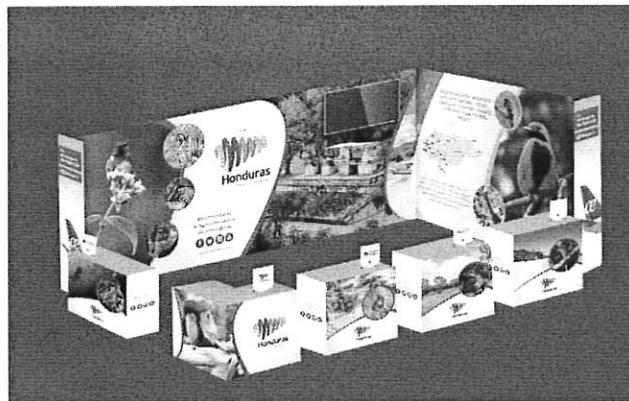
### Arte Revista Mi Tierra



## Arte Revista Agromercados



## Diseño Stand BirdFair 2018



## Alianzas Estratégicas

Promoción bajo Alianzas Estratégicas Temporada de Verano Empresa Chárter de Canadá

Transat Tours



Durante el presente mes de mayo se dio por iniciado el Convenio de Cooperación con la empresa chárter de Canadá Transat Tours para la temporada de vuelos de verano 2018. Los vuelos con la ruta Quebec y Montreal hacia la Isla de Roatán; iniciaron el 14 de mayo del 2018 y finalizan el 28 de agosto del 2018.

## Resultados Alianza Estratégica Temporada de Invierno 2017/2018 Empresa Chárter Transat Tours

Se logró obtener la llegada al país de 6,506 turistas canadienses; dejando como resultado una derrama económica según gasto promedio por estadía que supera los 4.72 millones de dólares. Al comparar la llegada de turistas con el año anterior se logró un incremento de 6.78% de turistas canadienses al país.

### Mercado Norteamericano

Reunión con el Sr. Manuel Jaquez - Gerente Comercial para Centroamérica de la línea aérea Spirit Airlines.

**Objetivo de la Reunión:** Tratar el asunto relacionado con definir las acciones de mercadeo y comercialización a desarrollar de cara a la apertura de un nuevo vuelo desde la ciudad de Orlando Florida, hasta la ciudad San Pedro Sula – Honduras, a partir del 5 de Octubre del presente año.



### Logros :

- Honduras es el único país en Centroamérica que con esta nueva ruta logra operar 3 diferentes rutas con dicha aerolínea desde las ciudades de Houston, Fort Lauderdale y próximamente desde Orlando-Florida.
- Spirit Airlines ha transportado más de 1.1 millones de pasajeros desde su primer vuelo hacia Honduras en el año 2007; por lo que por medio de esta nueva ruta se logrará incrementar las llegadas de turistas e ingresos por divisas al país.

## Visita de la Presidenta de la FCCA y altos ejecutivos de cruceros a la Isla de Roatán

Altos ejecutivos de las líneas de cruceros Tui Cruises, Carnival Cruise Line y Norwegian Cruise Line, visitaron la Isla de Roatán para sostener reuniones con autoridades locales y los Ministros Emilio Silvestri y Luis Mata.

Asimismo, se sostuvo reuniones con el sector privado de la Isla con la finalidad de seguir fortaleciendo el producto local. Roatán se ha convertido en los últimos años uno de los destino con mayor crecimiento de arribos y pasajeros no solo en la región centro americana sino que también de todo el Caribe.

Adicionalmente en el marco de las reuniones se le dio seguimiento al memorando de entendimiento en relación a la estrategia de empleo para marinos hondureños, capacitaciones para mejorar el servicio al cliente y otros servicios que vendrán a fortalecer la industria en el país. La presidenta Michelle Paige igual recibió las llaves de la Isla de Roatán, por su valiosa colaboración a la industria de Cruceros en el país, misma que se entregada por el Alcalde Jerry Hynds.

### Fotos Tomadas durante la visita de Michelle Paige a la Isla de Roatán:



## Alianza Estratégica con empresa Mayorista de España Viajes El Corte Ingles

En el presente mes se firmó el convenio cooperativo con el grupo mayorista Viajes El Corte Ingles; el cual pertenece a uno de los grupos empresariales más importantes de España.



Viajes El Corte Inglés, se constituyó en Madrid el 3 de noviembre de 1969 y en estos 45 años de actividad ha centrado su negocio en poner a disposición de sus clientes las mejores propuestas de viajes tanto vacacionales como corporativos para empresas, ofreciendo asesoría integral, atención altamente especializada y satisfacción plena a los viajeros, características que han permitido a Viajes El Corte Inglés convertirse en la primera agencia de viajes de España y entre las más reconocidas del mundo. Con más de 5.543 empleados, y con una red de ventas de más de 810 oficinas de las cuales 118 están ubicadas en el extranjero con puntos de ventas en 14 países. Atiende las distintas áreas de negocio, estructuradas según el tipo de cliente que atienden ya sea para viajes vacacionales o para corporativos a empresas y, dentro de estas últimas cuentas con una importante División de Congresos, Convenciones e Incentivos, además de Departamentos Especiales de Deportes, Grupos, Venta Online y Telefónica, etc. Viajes El Corte Inglés cuenta con un acuerdo con la multinacional HRG (Hogg Robinson Group), lo que garantiza a los clientes un servicio global e integral a nivel mundial.

### Logros

- Se logra por primera vez la alianza comercial con la empresa Viajes El Corte Ingles lo que contribuirá a incrementar las ventas de Honduras en dicho mercado.
- Se lograra un mejor posicionamiento de los destinos como resultado de la campaña de promoción conjunta denominada **"Honduras Te Espera"** la cual si difundirá en los diferentes canales de comercialización y difusión de la red de agencias de viajes de Corte Ingles y asimismo en diferentes medios publicitarios como ser radio, prensa escrita, redes sociales y TV.

## UNIDAD DE BURÓ DE CONVENCIONES Y VISITANTES DE HONDURAS (UBCVH)

### Celebración del Día Global del Turismo de Reuniones

El Instituto Hondureño de Turismo a través del Buró de Visitantes de Honduras, el Buró de Convenciones de San Pedro Sula, La Cámara Nacional de Turismo, La Municipalidad de San Pedro Sula y la Cámara de Turismo Capítulo San Pedro Sula se unieron para celebrar el Día Global del Turismo de Reuniones el pasado 11 y 12 de abril del año en curso.-

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

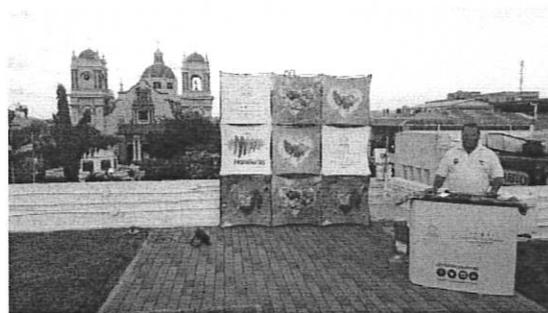


## Apoyo a Congresos Internacionales COMPETH 2018

**Objetivo:** Proporcionar Conocimientos a los Jóvenes/ Estudiantes de la importancia de la profesionalización en materia de Turismo, Gastronomía y Cultura organizado por la Universidad Tecnológica de Honduras (UTH) y la Confederación Panamericana de Estudios Turísticos y de Hotelería (COMPETH).- Dicho evento se llevó a cabo del 5 al 7 de abril en la ciudad de San Pedro Sula. El evento que los estudiantes prepararon servirá de escenario para poner en práctica destrezas que desarrollan durante su preparación académica en esta Institución, mostrando también las bondades de Honduras en diferentes exposiciones, noches culturales, desfiles de trajes típicos, demostraciones gastronómicas entre otros

### Logros:

- Posicionamiento de Imagen Institucional
- Compartir conocimientos y charlas de las gestiones de promoción que realiza el Ministerio de Turismo/Buro de Convenciones
- Entrega de Material Promocional para colaborar con la Identidad Nacional.



### Taller ¿Qué es M.I.C.E.? ¿Cómo se postula un evento internacional?

Desarrollo de Taller impartido por la Lcda. Silvia Gutiérrez, quien nos visitó desde la ciudad de El Salvador para compartir el tema:

Contando con 28 asistentes, dicho taller con duración de 4 horas fue orientado a los Tomadores de Decisión de Hoteles, Recintos, Operadores de Destino, Event Planners y Oficinas de

Convenciones (TGU/SPS) para definir que es la industria de reuniones en términos generales, como diferenciar un evento, congreso, convención y viaje de incentivo; así como los puntos importantes para realizar una presentación/postulación de país.



#### Participación en Rueda de Negocios Agromercados Honduras

*AGROMERCADOS HONDURAS* ha sido considerada como una herramienta muy valiosa para la promoción de la oferta comercial de las diferentes empresas participantes, por la capacidad que tiene el evento de generar una comunicación cara a cara, un contacto distendido, y la posibilidad de realizar acuerdos comerciales de forma directa.

En esta ocasión, El Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras formó parte del Comité Organizador de este magno evento que permitió reunir a 50 compradores internacionales de más de 21 países consolidando más de 2,000 citas con empresarios nacionales quienes tuvieron la oportunidad de encontrar nuevos mercados, espacios para networking y buenas prácticas así como el intercambio cultural y negociaciones que incrementarán la promoción de exportación de productos hondureños de calidad. Dicho evento expuso diversos temas como ser comercio exterior, Inversión, Logística, tecnología, inocuidad, competitividad, ambiente, innovación y producción.



## Objetivos

- a. Promover nuestro país mediante un stand informativo.
- b. Compartir experiencias, cultura, gastronomía en un solo espacio.-
- c. Oportunidad de comercializar la Ruta del Café
- d. Capacitar a los participantes y expositores sobre la Ruta de Café, misma que ha sido desarrollada mediante la Gerencia de Planeamiento y que se enfatizó ser una oportunidad de crecimiento para el sector agro turismo.-
- e. Generar espacio de Networking entre los asistentes al evento.
- f. Establecer sinergias empresariales, alianzas estratégicas, cerrar acuerdos de negocio.



### Charla sobre la Ruta del Café y su importancia en el Agronegocio

**Objetivo:** Proporcionar información a los inversionistas / compradores internacionales sobre la Ruta del Café en conjunto con el IHT y el IHCAFE, en el marco del Congreso de Agromercados 2018.-

### Logros:

- Promoción y Posicionamiento de la Ruta del Café
- Destacar los lugares puntuales en donde se desarrollan Tours y espacios técnicos sobre el cultivo del café



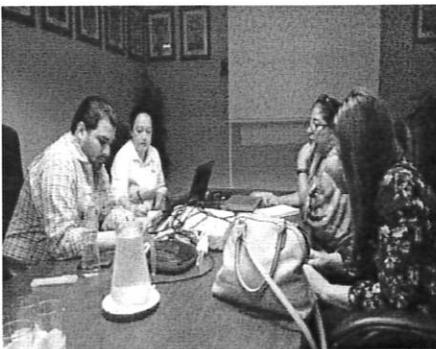
### Congreso XXV Centroamericano y del Caribe de Avicultura

El Buró de Convenciones y Visitantes de Honduras se encuentra trabajando como Comité de apoyo para la efectiva coordinación del XXV Congreso Centroamericano y del Caribe de la Asociación Nacional Avícola de Honduras. Con más de 10,000 m<sup>2</sup> de Exhibición Comercial, este evento con alcance internacional estará acogiendo más de 1000 participantes tanto nacionales como extranjeros. Dicho evento permitirá posicionar a Honduras como un nuevo destino para la organización de magños eventos.

Así mismo, en el marco del Congreso, se estará realizando la presentación de país ante el Comité ejecutivo para la captación del XXVII Congreso Latinoamericano de Avicultura que corresponde ante la Asociación Latinoamericana Avícola (ALA) 2021

### Objetivos

- a. Promover nuestro país mediante un stand informativo.
- b. Compartir experiencias, cultura, gastronomía en un solo espacio.-
- c. Oportunidad de comercializar la Ruta del Café, Ruta Lenca, y demás productos.-
- d. Generar espacio de Networking entre los asistentes al evento.
- e. Establecer sinergias empresariales, alianzas estratégicas, cerrar acuerdos de negocio.



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

### UNIDAD DE PLANIFICACION TURÍSTICA

#### Ley de Fomento al Turismo (LFT)

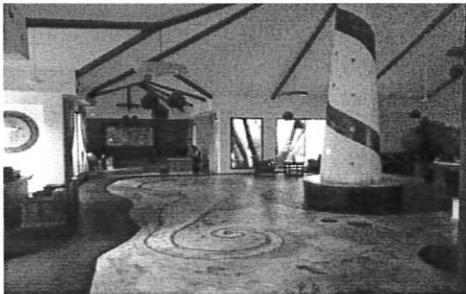
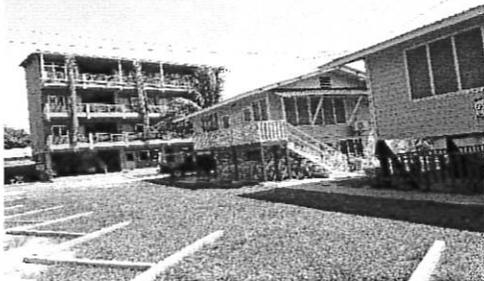
**Objetivo:** Dictaminar técnicamente sobre las solicitudes de otorgamiento de los beneficios contemplados en la Ley de Fomento al Turismo (LFT), con lo que se busca incentivar y propiciar la industria turística en Honduras, en línea con los impactos esperados e indicadores proyectados en el Programa Nacional de Generación de Empleo y Crecimiento Económico Honduras 20/20 y con la competencia regional a través de incentivos de segunda generación.

En el mes segundo trimestre, se dictaminaron positivamente las siguientes solicitudes:

- 03-LFT-2018 de la sociedad mercantil, Inversiones y Servicios, S. A. de C. V., Hotel Palma Real.
- 04-LFT-2018 de la sociedad mercantil Entretenimientos y Diversiones, S. A. de C. V., Chuck E Cheese Honduras.
- 05-LFT-2018 de la sociedad mercantil Turismo e Inversiones, S. A., Playa Escondida Beach Club.
- 07-LFT-2018 de la sociedad mercantil ECONO RENT A CAR, S. DE R. L., Arrendadora de Vehículos Econo Rent A Car.
- 08-LFT-2018 del Comerciante Individual Sócrates Alfredo Castillo Bulnes, Hotel Plaza San Martin.
- 09-LFT-2018 de la empresa INVERSIONES REYMA, S. DE R. L., proyecto Hotel y Cabañas Playa Caribe.
- 10-LFT-2018 de la sociedad mercantil HOTEL Y CABAÑAS VILLAS DEL MAR, S. DE R. L. DE C. V., proyecto Hotel y Cabañas Villas del Mar.
- 11-LFT-2108 de la sociedad mercantil CAPITALES E INVERSIONES INMOBILIARIAS, S. A. DE C. V., proyecto Gran Central Metropolitana de San Pedro Sula.

Adicionalmente como parte del análisis técnico de las solicitudes arriba citadas, se les realizó la correspondiente inspección de campo a: Hotel Plaza San Martin, Hotel Palma Real, Chuck E Cheese Honduras, Playa Escondida Beach Club, Econo Rent A Car (Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba y Roatán), Hotel y Cabañas Villas del Mar, Hotel y Cabañas Playa Caribe, Gran Central

Metropolitana de San Pedro Sula.

	
<b>Hotel Palama Real</b>	<b>Chuck E Cheese Honduras</b>
	
<b>Playa Escondida Beach Club</b>	<b>Hotel Plaza San Martin</b>
	
<b>Hotel y Cabañas Villas del Mar</b>	<b>Econo Rent A Car</b>
	
<b>Hotel y Cabañas Playa Caribe</b>	<b>Gran Central Metropolitana de San Pedro Sula</b>



## Plan Maestro de Turismo de Honduras

**Objetivo:** Acompañamiento técnico para elaboración del Plan de Turismo Sostenible plurianual 2018-2021, basado en la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible y el Plan Honduras 20/20. El sector turismo fue declarado prioridad nacional en 2014, habiendo sido considerado por el Plan 20/20 como uno de los pilares claves para el desarrollo del país y asumido como tal en el plan de gobierno 2018-2021.

En este contexto el Gobierno de Honduras ha solicitado el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo BID, para efectuar un diagnóstico comprensivo y en profundidad del sector, elaborar un nuevo Plan Maestro de Turismo Sostenible que recoja medidas para afrontar los actuales retos en materia del turismo del país y una estrategia de mercadeo del sector. El BID será el ejecutor de esta asistencia técnica, mediante fondos no reembolsables.

### Distrito Turístico Joya de los Lagos

**Objetivo:** Seguimiento a la Mesa de Turismo de la fuerza de tarea liderada por la Presidencia de la República para desarrollo del distrito turístico de la Joya de los Lagos.

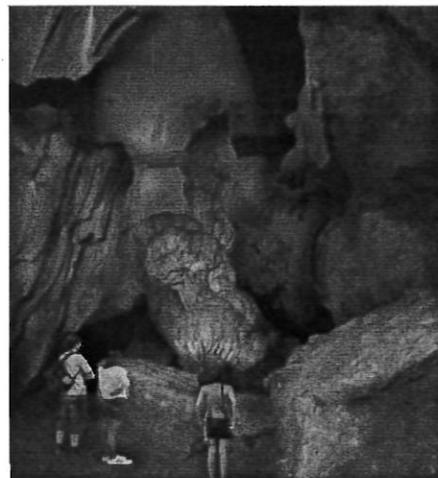
En acompañamiento a la Presidencia Ejecutiva del IHT se participó en las mesas de trabajo, para elaborar un plan de acción a corto plazo que potencialice el desarrollo turístico de la cuenca del lago de Yojoa y la Represa del Cajón, por lo cual se identificaron las actividades para fortalecimiento de capacidades locales, la puesta en valor de atractivos turísticos y la promoción y mercadeo del destino turístico, mismas que fueron presentadas por el Ministro de Turismo al Presidente de la República y demás integrantes de las mesas de trabajo.



## Seguimiento a Convenios

### Coordinación IHAH-IHT para mejora de atractivos turísticos patrimoniales.

**Objetivo:** Brindar apoyo técnico en el marco del convenio de cooperación entre el Instituto Hondureño de Antropología e Historia y el Instituto Hondureño de Turismo, para realizar en forma conjunta actividades relacionadas con la defensa, conservación, restauración, protección, divulgación, transmisión y administración del Patrimonio Cultural de la Nación, mismo que potencialice el turismo nacional e internacional en los destinos turísticos del país



En el marco del mejoramiento de la infraestructura del Parque Eco Arqueológico de la Cueva de Talgua se avanza en la consultoría para el “Diseño de la iluminación del Parque Eco Arqueológico de las Cuevas de Talgua”, producto en elaboración por la empresa CONASH, recibándose el anteproyecto de dicho estudio.

### Dictámenes de Exoneración del Impuesto Sobre La Renta, Remitidos por la SEFIN

**Objetivo:** Dictaminar Técnicamente, a solicitud de la Dirección General de Control de Franquicias Aduaneras de la Secretaria de Finanzas, la procedencia o no, de las solicitudes de Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, de para empresas previamente acogidas a las de la Zonas Libres Turísticas (ZOLT) y la Ley de Incentivos al Turismo (LIT).

En el segundo trimestre, se dictaminaron técnicamente las siguientes solicitudes:

- E-2018000219 de la sociedad mercantil BIGOS, S. DE R. L. DE C. V., Hamburguesas Bigos.
- E2018000627 de la sociedad mercantil NUEVA SOCIEDAD HOTELERA, S. A. DE C. V, Copantl Hotel & Convention Center.
- E2018000798 de la sociedad mercantil DIAMOND LIFE, S. A., proyecto La Sirena.
- E2018000624 de la sociedad mercantil INVERSIONES HOTELERAS, S. DE R. L., Hotel Alameda.
- E20170001301 de la sociedad mercantil INVERSIONES LAS CASCADAS, S. DE R. L. DE C. V. Hotel Las Cascadas.



- ER-RNO-382-2017 de la sociedad mercantil EXPEDICIONES Y SERVICIOS AMBIENTALES CUSUCO, S. DE R. L., Tour Operadora Cusuco Expedition.
- E2018000894 de la sociedad mercantil VISTA CAPITAL, S. A. DE C. V., Grand Roatán Caribbean Resort.
- E2017001806 del Comerciante Individual Sócrates Alfredo Castillo Bulnes Hotel Plaza Juan Carlos.
- E2018001047, la sociedad mercantil POLLO CAMPERO, S. A. DE C. V.
- ER-RNO-189-2017, de la sociedad mercantil INVERSIONES Y SERVICIOS TURISTICOS, S. DE R. L. DE C. V.
- ER-RNO-332-2018, de la sociedad mercantil VIERNES DE HONDURAS, S.A. DE C.V.
- ER-RNO-363-2018, de la sociedad mercantil BIENES INMUEBLES, S. A.
- E-201800111, de la sociedad mercantil INDUSTRIAS TURISTICAS DE HONDURAS, S.A. DE C.V.
- E2018001042, de la sociedad mercantil POLLO INTERNACIONAL, S.A. DE C. V.
- E2018001046, de la sociedad mercantil PIZZA PIZZA DE HONDURAS, S .A DE C. V.

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

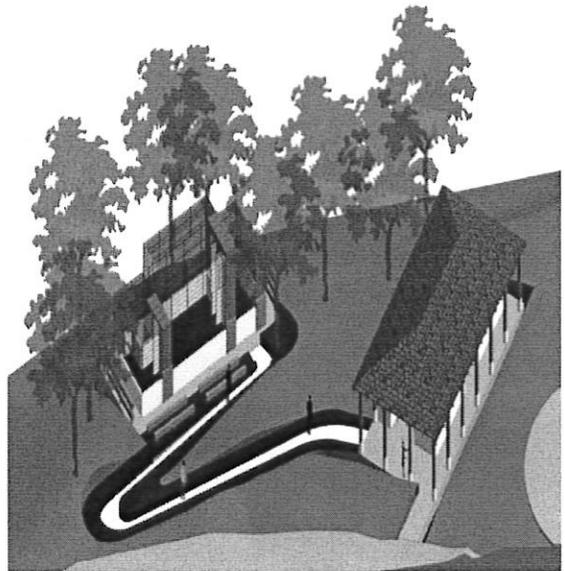
**Objetivo:** El objetivo de la actividad es dictaminar de conformidad a la Ley para la Adquisición de Bienes Urbanos en la áreas que Delimita el Artículo 107 de la Constitución de la República y su correspondiente Reglamento, la procedencia o no para que personas no sean hondureñas por nacimiento, o sociedades que no estén integradas en su totalidad por socios hondureños adquieran inmuebles urbanos, ubicados en la zona limítrofe a los estados vecinos o en el litoral de ambos mares, en un rango de cuarenta kilómetros hacia el interior del país.

En el periodo se realizó dictamen técnico de las siguientes solicitudes:

- 042-2017 de la empresa WEST BAY PIXELL, LLC.
- 21-2018 de la sociedad mercantil BEACH BUMS, S. A.

### Diseño de Santuario de Vida Silvestre – Aviario

Proyecto ubicado en los predios del Fuerte San Cristóbal en la ciudad de Gracias, Lempira, partiendo del levantamiento topográfico, se concluyó el diseño arquitectónico y se elaboró plan de manejo para el Santuario de vida silvestre – Aviario, como medio para la recuperación y protección de la guara roja, el que contará con atención veterinaria y recintos para cuidado de aves, bodega y servicios sanitarios, obra que se ejecutará a través del contrato de desembolso firmado entre el IHT y el Fondo del Fideicomiso de la Tasa de Seguridad Poblacional. El proyecto avanza en la solicitud de dictamen por parte del ICF.



### Parque y Mirador en el Municipio de Ojojona

Se sostuvo reunión con el Alcalde de la municipalidad de Ojojona y representantes de la Fundación Amigos de Ojojona, para analizar la posibilidad de elaborar un proyecto para un parque en los predios de dos terrenos colindantes, uno de los cuales, es propiedad del IHT y el otro de la Municipalidad. Se abordaron los aspectos legales, el planteamiento de las necesidades espaciales para funcionamiento del parque, así como aspectos culturales vinculados al uso del predio,



### Evaluación de Instalaciones de Playa Perú, en La Ceiba

Como parte de las acciones acordadas por la fuerza de tarea conjunta para fortalecimiento del desarrollo turístico del destino de La Ceiba, en acompañamiento a la Gerencia de Planeamiento y con el propósito de definir las intervenciones para reparación y mejora, se realizó una evaluación del estado de las instalaciones construidas en terreno propiedad del IHT en Playa Perú, mismas que abarcan la infraestructura para las zonas del restaurante, quioscos para mesas y asadores, baños, duchas y vestidores.



Adicionalmente se evaluó un vagón de tren utilizado anteriormente para transporte de banano, ubicado en la entrada del Muelle Reinaldo Canales, con el propósito de remodelarlo y convertirlo en una instalación para venta de suvenirs de artículos alusivos a la producción del banano.

### Acompañamiento a Consultor de la Organización Mundo Maya (OMM)

Se realizó gira de acompañamiento al consultor de OMM para la selección de un emprendimiento turístico comunitario en Copan Ruinas, a ser apoyado técnica y financieramente por la OMM; con esta finalidad, se visitaron y diagnosticaron tres empresas con iniciativas comunitarias en Copán Ruinas.

La Organización Mundo Maya seleccionó a la Asociación de Guías de Copán como el proyecto emblemático de Emprendimiento Comunitario Maya en Honduras. Para lo cual se firmó la carta compromiso que dicta el seguimiento a las acciones y actividades a realizar como parte del proceso de apoyo al emprendimiento. La asociación presentó a la OMM las cotizaciones de los equipos y materiales que requieren para la mejora de sus servicios.



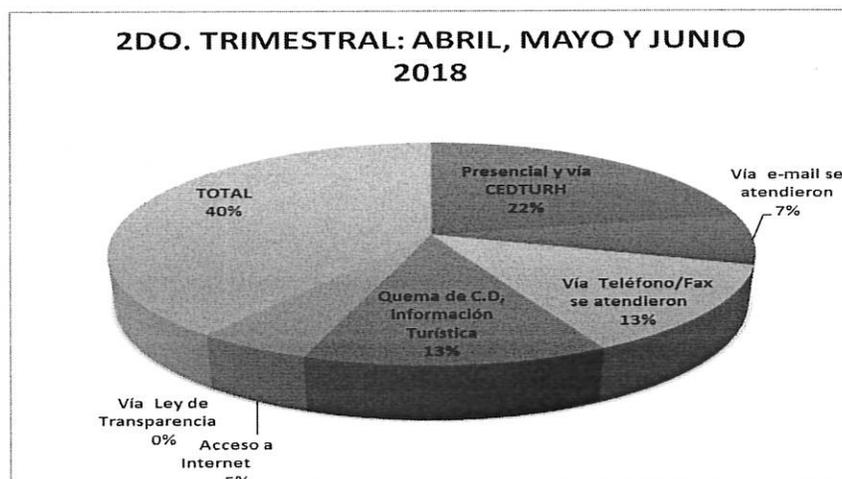
## CENTRO DE DOCUMENTACION TURÍSTICA

### Servicios de consulta bibliotecaria

**Objetivo:** Brindar información especializada en el rubro turístico nacional e internacional ya sea de manera presencial o electrónica, al sector educativo, inversionistas e investigadores en la materia.

Durante el segundo trimestre de 2018, el centro atendió a 232 usuarios, a quienes se les brindó respuesta a diferentes consultas realizadas sobre la actividad turística.

Región	GEOCODIGO	Medios Utilizados	Beneficiados
R12	0801	Presencial y vía CEDTURH	85
R12	0801	Vía e-mail se atendieron	28
R12	0801	Vía Teléfono/Fax se atendieron	50
R12	0801	Quema de C.D. información Turística	50
R12	0801	Acceso a Internet	19
R12	0801	Vía Ley de Transparencia	00
		<b>Total</b>	<b>232</b>



## UNIDAD DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD

### Capacitaciones a Prestadores de Servicios Turísticos

**Objetivo:** Fortalecimiento de las capacidades de los prestadores de servicios turísticos previo a la Semana Santa, teniendo como meta elevar los niveles de calidad de los servicios y productos ofrecidos a los diferentes turistas y visitantes que se estarán desplazando a los principales destinos turísticos del país.

Durante el mes de abril se realizaron diferentes jornadas de formación por medio de las cuales se capacitaron a prestadores de servicios turísticos en los temas del programa "Service Best" y "Manejo de Redes Sociales", contando con un total de 60 colaboradores de las comunidades de La Esperanza, Siguatepeque, Marcala y Comayagua.

A continuación se detallan las ciudades beneficiadas:

Región Beneficiada				
Región	Departamento	Municipio	Descripción	Beneficiarios
R14	10	01	La Esperanza	15
R2	03	18	Siguatepeque	15
R14	12	08	Márcala	15
R2	03	01	Comayagua	15

## UNIDAD DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

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

**Objetivo:** El objetivo principal de esta actividad es vincular el desarrollo turístico con la implementación de medidas de mitigación y adaptación al cambio climático, vinculados a la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible, así como apoyar en la implementación de buenas prácticas en las actividades que realiza el sector.

**Asesorías a Empresas Incorporadas al Procesos de Buenas Practicas:** En el mes de abril se realizó 3 asistencias técnicas en guías de buenas prácticas ambientales, realizando diagnóstico inicial y

asesorías a las empresas en el destino de San Pedro Sula, la actividad se realizó con el objetivo de fortalecer la competitividad y sostenibilidad de las empresas enfocadas al sector turismo para su mejora continua. Cabe mencionar que se están trabajando con aproximadamente 6 empresas turísticas.



Región	GEOCODIGO	Municipio/Departamento	Beneficiadas
R1	0501	San Pedro Sula, Departamento de Cortes	6

- a. **Implementación piloto Bandera Azul Ecológica de Honduras (Playas):** En el mes de abril se realizó la socialización de los parámetros del Programa Bandera Azul Ecológica de Honduras, brindando 1 asistencia técnica en Tela Atlántida y 2 asistencias en Roatán con el fin de generar el primer borrador de plan de trabajo y la formación de comités locales que estarán trabajando para mantener la sostenibilidad de las playas a galardonar en los destinos mencionados.



Región	GEOCODIGO	Municipio/Departamento	Beneficiadas
R1	0107	Tela, Departamento de Atlántida	1
R6	1101	Roatán, Departamento de Islas de la Bahía	2

## UNIDAD DE DESARROLLO DE PRODUCTO

Seguimiento al desarrollo del proyecto Estabilización y Restauración del Muro de la Fortaleza de Santa Bárbara

**Objetivo:** Brindar asistencia técnica al desarrollo del Proyecto de Estabilización y Restauración del Muro de la Fortaleza de Santa Bárbara.

Se realizó visita técnica a la ciudad de Trujillo los días 11 y 13 de abril con el propósito de realizar asistencia técnica al proyecto Estabilización y Restauración del Muro de la Fortaleza de Santa

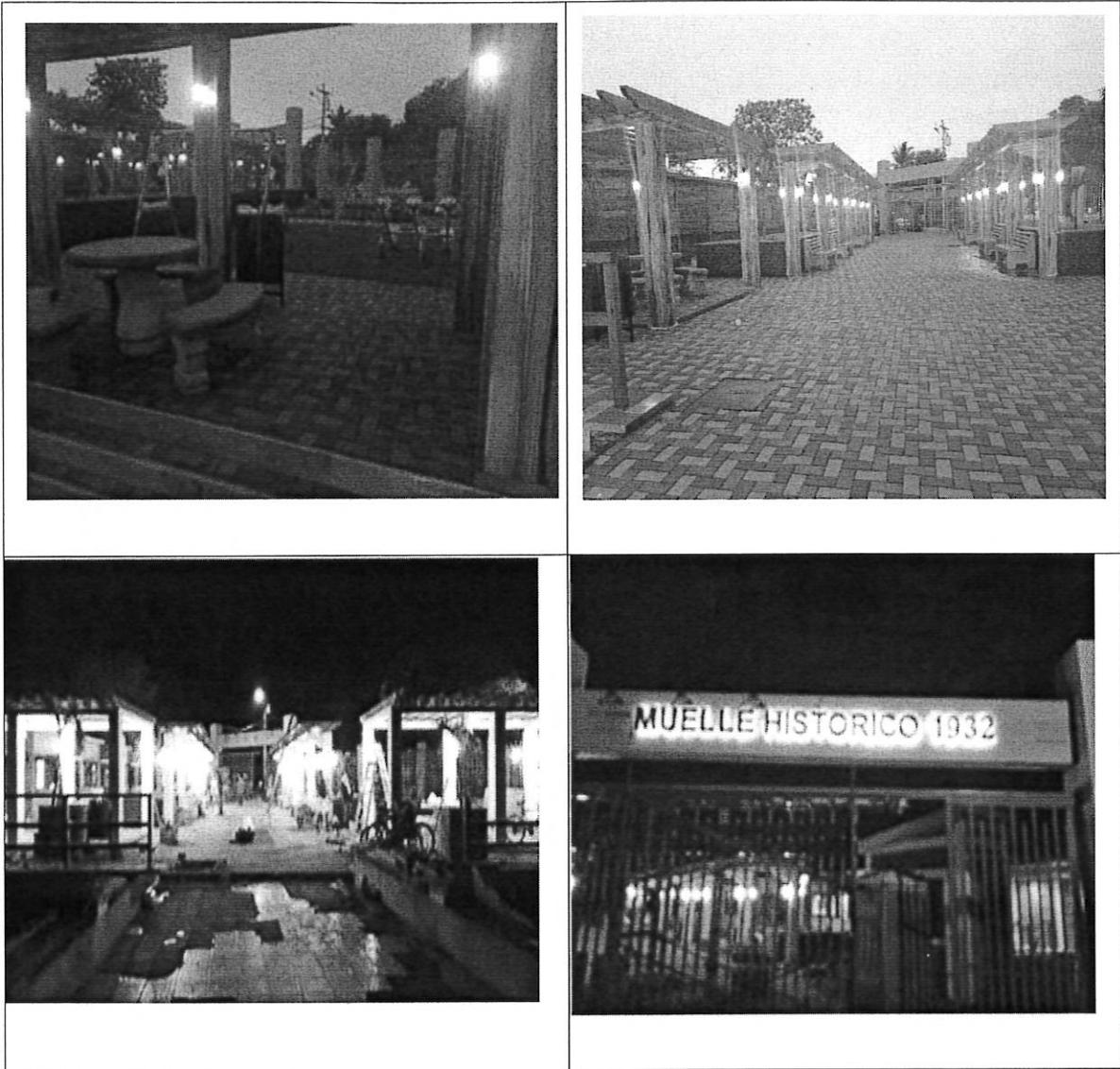
Bárbara, I Etapa. Dicha visita consistió en supervisar los trabajos de excavación para la posterior estabilización de muro de suelo armado.



### Otras Actividades

#### Recepción final Plaza Muelle Histórico de San Lorenzo

- Se realizó visitas técnicas a la ciudad de San Lorenzo en fechas comprendidas del 4 al 6 de abril y del 16 al 17 de abril con el propósito de realizar Asistencia técnica en la supervisión del avance de obra del proyecto Remodelación de la Plaza del Muelle Histórico de San Lorenzo. En fecha de 16 de Abril se realizó el levantamiento del acta de recepción parcial del proyecto en mención.
- Se realizó visita técnica a la ciudad de San Lorenzo en fechas comprendidas del 14 al 15 de mayo con el propósito de realizar el acta de recepción final del Proyecto Remodelación de la plaza del Muelle Histórico de San Lorenzo.



#### Programa de Pueblos con Encanto

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

Se realizó gira de trabajo a Trujillo con el propósito de dar seguimiento al Programa, explicar nuevamente los requisitos y objetivos así como la metodología de criterios de elegibilidad para

proyectos a ser financiados por el instituto. En la reunión participo el Alcalde Municipal, encargada de la Unidad de Turismo y Corporación Municipal, técnicos del IHT.

De igual manera, en coordinación con la Unidad de Planificación Turística, se brindó a la Corporación Municipal de La Esperanza y el Comité del Pueblos con Encanto de ese municipio, la exposición de la metodología y los criterios de elegibilidad de proyectos para asignación de recursos financieros destinados a la puesta en valor, así como la presentación de los requisitos para permanencia del municipio en el Programa Pueblos con Encanto.

