

Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)
Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE CENTROAMÉRICA (2014-2018)



Centroamérica
tau pequeña... tau grande...





Contenido

Introducción	2
Capítulo 1 Plataforma filosófica del Turismo Centroamericano	8
Capítulo 2 Áreas Estratégicas del Plan.....	13
Capítulo 3 Sistema de indicadores de la visión, áreas estratégicas y programas	16
Capítulo 4 Sistema de monitoreo y seguimiento	45
Capítulo 5 Glosario de siglas	47

Introducción

El proceso de integración turística centroamericana, que inició en 1965 con la creación del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y su Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), ha tenido una evolución y avances significativos, que han contribuido a dinamizar y acelerar el desarrollo turístico y la integración del sector.

Este proceso se vio fortalecido por el apoyo de los mandatarios centroamericanos, durante la XXII Cumbre de Presidentes y Jefes de Estado de Centroamérica, celebrada el 13 de diciembre de 2002 en Costa Rica; reunión en la que los mandatarios reiteraron el reconocimiento del turismo como sector estratégico y prioritario para el desarrollo económico y social sostenible a nivel nacional y regional. En la Declaración de esta reunión se estableció que el turismo debe ser política de Estado en cada país.

Para cumplir los acuerdos tomados por los mandatarios de la región, el CCT ha venido impulsando desde el 2003, la formulación e implementación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica, con la participación del sector público y privado de la región centrándose en prioridades consensuadas.

Planificación e implementación que ha contado con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y su respaldo técnico como aliados y socios estratégicos del proceso de integración regional.



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

El Plan Estratégico 2003-2008, planteaba como visión: “Centroamérica es un multidestino integrado, sostenible y de alta calidad” y la misión: “Proporcionar al visitante experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras a través de productos turísticos sostenibles y competitivos, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Centroamérica”. Este Plan contemplaba 5 líneas de acción que comprenden: el fortalecimiento institucional, la comercialización, capacitación de recursos humanos, desarrollo de productos turísticos y programas integrales para el desarrollo del turismo sostenible.

En el proceso de actualización del Plan Estratégico 2009-2013, se planteó como visión: “Centroamérica es un multidestino integrado, sostenible y de alta calidad” y misión: “Proporcionar al visitante experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras ofreciéndole productos turísticos sostenibles y competitivos, que con el concurso de los actores públicos, privados y sociales de la región, contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Centroamérica.” cuya plataforma filosófica, fue validada mediante un proceso participativo de actores públicos y privados del sector turístico regional y, especialmente por los ministros de turismo de los países de la región, en la sesión del Consejo Centroamericano de Turismo, de fecha 1º de abril de 2009.

Las áreas estratégicas del Plan 2009-2013 fueron: Planificación, Investigación y Desarrollo Sectorial; Calidad y Competitividad; Mercadeo; Seguridad Turística Integral; Facilitación Turística; y Fortalecimiento Institucional.



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

Como resultados en la ejecución de los planes ejecutados destacan: la creación y posicionamiento de la marca regional “Centroamérica, tan pequeña, tan grande...”, como la identidad corporativa, orientada a promover la región como multidestino en los mercados objetivos, la promoción conjunta a través de la Agencia de Promoción Turística Centroamericana (CATA); facilidades migratorias que permiten mejor circulación y tránsito de turistas en el marco del CA-4; sistema de recolección homologado de estadísticas turísticas; el Sistema de Información Geográfico Turístico y; la promoción multiproductos, mediante la creación de rutas como la Ruta Colonial y Los Volcanes, la Ruta del Patrimonio Mundial; El Sistema Integrado de Calidad y Sostenibilidad Turística, Programa de Calidad en el Servicio Turístico (PROCAPCA), fortalecimiento de capacidades a través de formación y capacitación, Criterios de sostenibilidad turística, ambiental y cambio climático; Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico 2010-2020, entre otros.



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica (2014-2018)

El Plan Estratégico de Desarrollo Turismo Sostenible de Centroamérica (2014-2018) fue elaborado con la activa participación de representantes del Comité Ejecutivo del CCT, del Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo (COMECATUR), de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica y del SITCA.

El proceso de planificación y concertación comprendió:

A través de reuniones y talleres de planificación regional, como el Taller celebrado en San Salvador, El Salvador, del 4 al 5 de julio 2013, se revisaron los logros y avances PEDTS 2009-2013 y se definieron las áreas y objetivos estratégicos, así como los programas prioritarios para el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018.

La Aprobación de los lineamientos generales del PEDTS 2014-2018, fue efectuada durante la reunión ordinaria del CCT el 11 de septiembre de 2013 en la Ciudad de Panamá. El taller en Managua, Nicaragua, el 12 y 13 de noviembre 2013 permitió complementar el PEDTS vigente, cuyos lineamientos fueron aprobados por los Miembros del CCT.

Asimismo, durante el taller en San José, Costa Rica el 9 y 10 de noviembre de 2015 con la participación de expertos de las unidades de estadísticas e investigación de mercado de las ANT de Belice, Guatemala, Costa Rica, Honduras, Nicaragua, El Salvador y Panamá, se hizo revisión y ajuste de los indicadores para el correspondiente monitoreo.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

El PEDTS 2014-2018 descrito en este documento, está dividido en los siguientes capítulos:

- Plataforma filosófica del Turismo Centroamericano
- Áreas Estratégicas del Plan
- Sistema de indicadores de la visión, áreas estratégicas y programas
- Sistema de monitoreo y seguimiento

Mediante la definición del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible - PEDTS y su puesta en marcha, el Consejo Centroamericano de Turismo - CCT como órgano del SICA responsable de la integración turística, coadyuva a promover y apoyar un proceso sistematizado, continuo y creciente, conducente al fortalecimiento y consolidación del turismo como eje estratégico de desarrollo económico y social a nivel regional.



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

La construcción de este Plan enmarca una visión de desarrollo de mediano y largo plazo, dentro del cual se incluirán los planes de trabajo anuales y de acción, tanto de su Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), como de CATA y de las instancias de apoyo a la integración.

El monitoreo y la evaluación continua del cumplimiento del Plan permitirá conocer sus resultados e impacto en el proceso de integración turística Centroamericano.





Capítulo 1

Plataforma filosófica del Turismo Centroamericano

En el proceso de actualización del presente Plan 2014-2018, la plataforma filosófica de las ediciones anteriores fue validada nuevamente con el concurso de los actores del sector turístico regional.



Los enunciados de visión, misión y valores resultantes, se citan a continuación:

Visión:

“Los países del Sistema de la Integración Centroamericana conforman un multidestino integrado, diverso, sostenido, de alta calidad y reconocido a nivel mundial, que con el liderazgo trascendental del Consejo Centroamericano de Turismo y el trabajo y colaboración efectiva de actores públicos, privados y sociales de la región, logran incrementar la actividad turística y la generación de ingresos, ofreciendo una diversidad de experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras, a través de productos turísticos genuinos, variados y competitivos, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y la valoración y preservación de su patrimonio natural y cultural”.

La visión del CCT muestra dos ámbitos en los cuales se buscan los logros: el de la entidad propiamente dicha y los desafíos que debe alcanzar en los destinatarios de su trabajo.

Los principios y valores que inspirarán las acciones del CCT y caracterizarán el desempeño y modo de operar de sus miembros se enumeran a continuación, junto con una definición de trabajo que describe cómo se los entiende.

Misión del CCT:

El CCT es el órgano rector de la integración turística del Sistema de Integración Centroamericana, que facilita y estimula el desarrollo sostenible del turismo en toda la región, por medio de:

- La propuesta y/o definición de políticas, estrategias y planes de acción, así como el establecimiento de agendas intersectoriales e interinstitucionales sobre los temas de interés.*
- El seguimiento a la ejecución eficiente de las decisiones adoptadas en materia de turismo por la reunión de presidentes.*
- La gestión ante organismos internacionales y entidades de la institucionalidad regional, para el apoyo en áreas de sus propias competencias.*
- La definición e implementación de la estrategia regional de mercadeo turístico.*

Esta misión intenta plantear de manera más clara el papel que juega el CCT y reafirma su rol en el proceso de desarrollo del turismo sostenible en la región, conformada por los países de Belice, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

La visión del CCT muestra dos ámbitos en los cuales se buscan los logros: el de la entidad propiamente dicha y los desafíos que debe alcanzar en los destinatarios de su trabajo.



Principios y valores

La misión y visión de una organización se soportan en un conjunto de principios, creencias y valores que crean la cultura organizacional y definen lo que es importante para la organización.

Los principios y valores que inspirarán las acciones del CCT y caracterizarán el desempeño y modo de operar de sus miembros se enumeran a continuación, junto con una definición de trabajo que describe cómo se los entiende.

Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo turístico equilibrado y responsable en lo ambiental, social, cultural y económico • Principio básico de desarrollo y eje transversal de la estrategia regional de turismo
Excelencia	<ul style="list-style-type: none"> • Sobrepasar las expectativas en la calidad de los servicios y procesos turísticos
Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de estrategias y productos turísticos novedosos y creativos que respondan a un mundo en constante cambio
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento eficiente de compromisos y acuerdos • Apropiación y corresponsabilidad en la ejecución de tareas y en el logro de resultados • Responder de acuerdo con nuestros roles
Integración	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta a objetivos comunes • Propiciar sinergias • Colaboración entre los sectores y actores
Autenticidad	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto a nuestras costumbres y tradiciones • Valoración de comunidades originarias y grupos étnicos
Diversidad	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de la variedad de productos turísticos
Ética	<ul style="list-style-type: none"> • Integridad, honestidad, honradez y transparencia en nuestras acciones

Indicadores de la visión al 2018



Llegada de turistas a la región:

- 11,2 millones de turistas
- 3,783 millones de excursionistas



Ingreso de divisas por concepto de turismo:

- US\$ 13.252,2 millones
- Tasa de crecimiento anual de 6,5%
- Participación del turismo en el PIB de los países: 6,5%



Empleos generados por turismo en la región:

- 5,5 % anual





Capítulo 2

Áreas Estratégicas del Plan

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible contempla 3 áreas estratégicas en torno a las cuales, se llevarán a cabo los programas y acciones de integración turística regional en el período 2014-2018 y un área transversal que es el fortalecimiento del Sistema de Gestión del CCT y que constituye la base las áreas estratégicas.

Estas áreas estratégicas se definieron en forma participativa con actores públicos y privados de la región, representados por las administraciones nacionales de turismo (ANT), el Comité de Mercadeo Turístico de Centroamérica (COMECATUR), la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR), la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica en Europa (CATA) y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

Las áreas estratégicas del PEDTS 2014-2018 y su respectivo objetivo se presentan a continuación:



Seguidamente se describe el conjunto de indicadores que permitirán conocer la evolución y el grado de avance de la visión desde cuatro perspectivas: flujos turísticos, generación de ingresos económicos, generación de empleo y satisfacción general del turista respecto al multidestino.

Los indicadores reflejan el comportamiento de la actividad turística de siete países de Centroamérica (Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá), excepto República Dominicana.





Capítulo 3

Sistema de indicadores de la visión, áreas estratégicas y programas

16



Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

3.1. Visión del Plan Estratégico

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Flujos turísticos					
Llegada de turistas a la región (tasa media de crecimiento) (turistas son los visitantes que pernoctan)	• Cantidad de llegadas de turistas internacionales: 8,86 millones de turistas	• 9,6 millones de turistas	• 10,4 millones de turistas.	• 11,2 millones de turistas, lo que implicaría un crecimiento de 3,9 millones de turistas de 2014 a 2018	ANT
<p>Aclaración: Los datos fueron recopilados de las administraciones nacionales de turismo. Los cálculos se basaron en datos históricos mensuales de la región de enero de 2009 a diciembre de 2014. Se considera los valores de un escenario moderado del análisis de serie de tiempo (modelo aditivo de Holt Winter) Los valores de 2014 son datos reales observados.</p>					
Llegada de excursionistas a la región		• 3,0 millones	• 3,36 millones	• 3,783 millones	
<p>Aclaración: Se considera los datos calculados por criterio de expertos (COMECATUR) Para el cálculo del indicador los equipos de estadísticas de las ANT establecerán previamente criterios para armonizar la medición de excursionistas y cruceristas</p>					

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Generación de ingresos económicos					
La estadía promedio (ponderada) del turista en cada país de la región se mantiene (pernocte de turistas)	<ul style="list-style-type: none"> • El promedio de noches de estadía de los turistas se incrementó en 2,5% entre 2011 y 2012, pasando de 8,8 a 9 noches, respectivamente • Comparando con las estadísticas de otros países, la estadía promedio de 9 días es óptima 	<ul style="list-style-type: none"> • Internacionales: 8,86 millones de turistas 	<ul style="list-style-type: none"> • El promedio de noches de estadía de turistas se mantiene en 9 noches 	<ul style="list-style-type: none"> • El promedio de noches de estadía de turistas se mantiene en 9 noches 	ANT



Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
<p>Aclaración:</p> <p>Se mantiene la propuesta del criterio de expertos (COMECATUR).</p> <p>Según el análisis de gráficas, se observa que durante 7 años el promedio de noches de estadía de turistas se mantiene en 8,9 noches. Por lo tanto, y debido a que no existen en el momento argumentos para justificar un cambio en esta tendencia, se estableció como meta 9 noches.</p> <p>Cabe indicar, que la meta no se refiere al número de noches de un solo turista en varios países de la región, sino que es el número de noches en promedio por país. Con la información que actualmente se recibe de los países, no es posible medir la estadía promedio del turista en la región. En el futuro se debe acordar entre los países el levantamiento de la información necesaria para contar con estadísticas regionales.</p>					

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Generación de ingresos económicos					
Ingreso de divisas por concepto de turismo	<ul style="list-style-type: none"> Los ingresos económicos generados por el sector turístico en Centroamérica ascendieron a US\$9.605,5 millones El crecimiento anual entre 2002 y 2012 fue de 11,48% 	<ul style="list-style-type: none"> US\$ 10.322,9 millones Gasto turístico promedio de US\$ 128,49 	<ul style="list-style-type: none"> US\$ 12.006,4 millones 	<ul style="list-style-type: none"> US\$ 13.252,2 millones Tasa de crecimiento anual del 6,5 % 	ANT

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
<p>Aclaración:</p> <p>Los datos fueron recopilados de las administraciones nacionales de turismo. Los cálculos realizados se basan en datos históricos mensuales de la región de enero de 2009 a diciembre de 2014. Se considera los valores de un escenario moderado del análisis de serie de tiempo (modelo multiplicativo de Holt Winter) Los valores de 2014 son datos reales observados.</p>					
Relación del ingreso de divisas por turismo receptor con respecto al PIB	<ul style="list-style-type: none"> Niveles alrededor del 6% (2007–2011) (Dato por verificar) 	6,0%	6,2 %	6,5%	ANT

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
<p>Aclaración:</p> <p>Se mantiene criterio de expertos (COMECATUR) y lo establecido al momento de definir el indicador: “Según datos disponibles el promedio de la región se mantuvo en un rango del 6%. Sin embargo, considerando el crecimiento de la economía y del turismo, se estima que este porcentaje podría aumentar hasta el 6,5%. Si se considera los datos derivados de los indicadores de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, es decir los valores de 6,34% a 6,75% entre los años 2000 y 2012 y valores más altos durante los años 2005 y 2008 de 7,44% a 7.75%, la participación del turismo en los PIB de los países de Centroamérica sería de alrededor del 7,25%”</p> <p>Para el levantamiento de datos se requiere información del Banco Central (abril) y de una ficha metodológica para Centroamérica. Para el cálculo se requiere la sumatoria del PIB de cada país (denominador) y la sumatoria del ingreso de divisas por concepto de turismo para cada país de la región (numerador).</p>					
<p>Generación de empleo</p>					



Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Empleos generados por turismo	<ul style="list-style-type: none"> La cantidad estimada de empleos generados por el turismo ascendió a alrededor de 455.000 (<i>cálculo estimado</i>) 	5 % anual	5,2% anual	5,5% anual	Boletín de estadísticas turísticas de la región (SITCA) Datos ANT y Banco Central

Aclaración:

Se mantiene el criterio de expertos (COMECATUR). Sin embargo, se requiere armonizar previamente los datos y elaborar una ficha metodológicas para el cálculo del indicador.

Se trabajó con una línea de base estimada. Es decir, a partir de la información disponible (solo de cuatro países) se estimó el crecimiento de empleos derivados para los demás países (Costa Rica, Belice y Guatemala) llegando a un 4% de crecimiento. Sin embargo, y tomando en cuenta los efectos de los esfuerzos que se desplegarán en los próximos años y el crecimiento natural por la cantidad extra de visitantes esperados, así como por el aumento de divisas, se estimó un 5,5% anual de crecimiento al 2018

3.2. Áreas estratégicas y programas

La misión y visión se sustentan en tres pilares -áreas estratégicas-, siendo cada uno de ellos fundamental pero a la vez interdependiente.

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Se cuenta con una estrategia consensuada entre por lo menos 7 países de la región que, con base en investigaciones de mercado, permita priorizar la inversión por mercados y dentro de éstos, por productos y segmentos	<ul style="list-style-type: none"> Hasta mediados del año 2014 la estrategia regional de mercadeo ha sido elaborada y aprobada Hasta el año 2018 se ha cumplido por lo menos el 90% de las metas establecidas en la estrategia regional de mercadeo (metas correspondientes al periodo 2014-2018) 	Definición de los mercados prioritarios (primer semestre 2014)	COMECATUR/ SITCA-CATA						Recursos económicos provenientes del presupuesto de CATA Recursos humanos de SITCA y COMECATUR
		Revisión del plan de mercadeo regional 2010-2020 (primer semestre 2014)	COMECATUR/ SITCA-CATA						
		Elaboración de la estrategia regional de mercadeo, incorporando la estrategia de marca y la adopción de nuevas tecnologías para la promoción del multidestino (primer semestre 2014)	COMECATUR/ SITCA-CATA						

Los objetivos estratégicos comprenden lo que el CCT pretende lograr para cambiar la realidad en la que intervienen. Los objetivos de las áreas estratégicas no expresan lo que se quiere hacer, sino lo que se quiere lograr.

Todo plan adquiere su verdadera fortaleza en la medida en que es llevado a su aplicación real a través de programas y proyectos, los cuales fueron identificados por los participantes como los más apropiados para alcanzar los objetivos propuestos.

A continuación se describe las tres áreas estratégicas y el conjunto de indicadores que permitirán conocer la evolución y el grado de avance en cada una de las áreas, el plazo de ejecución, las acciones, responsables y participantes así como su respectiva fuente de financiamiento.

En las planillas siguientes se detallan los programas correspondientes a cada una de las áreas estratégicas, con sus objetivos, indicadores, acciones principales a cumplir, plazos y recursos estimados, los cuales deberán ser considerados como una guía de ejecución más que como un estándar rígido de aplicación, ya que éstos deberán ser revisados y planificados anualmente para una eficiente y eficaz ejecución.

3.2.1. Área Estratégica Mercadeo y Promoción

Centroamérica está mejor posicionada como un multidestino en los mercados meta

Los mercados meta son: España, Francia, Reino Unido, Alemania e Italia. A partir del 2018, se incluirá a Rusia y Holanda.

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Se ha incrementado la oferta en los catálogos de los operadores de turismo en los mercados meta:					
a) Número de países representados (en paquetes turísticos que ofrecen mayoristas en Europa)	Actualmente hay 750 TTOO x 7 países= 5.250, siendo este número el universo máximo Dato año 2013: 420	429 Incremento del 2,1%	445 Incremento del 3,84%	458 Incremento del 3,0%	SIM



Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
b) Incremento de tour operadores que ofertan el multidestino	Los datos se incluirán a partir del ajuste a realizar en la plataforma (2014)				
c) inclusión de nuevos paquetes, productos y zonas por los tour operadores	9.844	10.145 Incremento del 2,6%	10.528 Incremento del 3,8%	10,884 Incremento del 3,0%	SIM
Incremento del grado de satisfacción del turista respecto al multidestino					Resultados de pruebas piloto e información de las ANT (encuestas sobre el multidestino)

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Se ha mejorado la imagen y percepción de Centroamérica como un multidestino turístico en por lo menos dos de los aspectos más débiles	En el estudio realizado en el año 2009, la imagen turística de Centroamérica en el canal era de 2,37 sobre 5				Monitoreo
Impacto económico de las notas de prensa para la región	Dato 2003: 8.000.000	8.803.979 Crecimiento del 10%	9.085.706 Incremento del 3,2%	9.358.278 Incremento del 3%	Monitoreo

Indicadores	Línea de base 2012	2014	Metas 2016	2018	Fuentes de verificación
<p>Se ha incrementado el tráfico del sitio web de Centroamérica y de las redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Aumento de las visitas a las plataformas digitales b) Incremento del número de personas que visitan la página web, identificando el tipo de visitante (nuevos/ recurrentes) y procedencia c) Incremento de la frecuencia (nivel de interés) con que vuelven a visitar el sitio 					<p>Informes de los movimientos de la página web (CATA, Google Analytics)</p>

Programas del Área Estratégica Mercadeo y Promoción

3.2.1.1. Estrategia Regional de Mercadeo como Multidestino

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Se cuenta con una estrategia consensuada entre por lo menos 7 países de la región que, con base en investigaciones de mercado, permita priorizar la inversión por mercados y dentro de éstos, por productos y segmentos	<ul style="list-style-type: none"> Hasta mediados del año 2014 la estrategia regional de mercadeo ha sido elaborada y aprobada Hasta el año 2018 se ha cumplido por lo menos el 90% de las metas establecidas en la estrategia regional de mercadeo (metas correspondientes al periodo 2014-2018) 	Definición de los mercados prioritarios (primer semestre 2014)	COMECA TUR/ SITCA-CATA						Recursos económicos provenientes del presupuesto de CATA Recursos humanos de SITCA y COMECATUR
		Revisión del plan de mercadeo regional 2010-2020 (primer semestre 2014)	COMECA TUR/ SITCA-CATA						
		Elaboración de la estrategia regional de mercadeo, incorporando la estrategia de marca y la adopción de nuevas tecnologías para la promoción del multidestino (primer semestre 2014)	COMECA TUR/ SITCA-CATA						

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
		Aprobación del plan estratégico de mercadeo de Centroamérica	Consejo Directivo de CATA						
		Planificación e implementación de las acciones definidas en el plan estratégico de mercadeo	CATA/ COMECATUR						Recursos económicos provenientes del presupuesto de CATA Gestión de financiamiento de la cooperación internacional y de Taiwán Recursos humanos de CATA y COMECATUR
		Elaboración de los estudios de percepción de imagen de Centroamérica	COMECATUR/ SITCA						Gestión de recursos de la CI
		Seguimiento, monitoreo y evaluación del plan estratégico de mercadeo	COMECATUR/ SITCA - CATA						Recursos humanos de CATA, SITCA y COMECATUR

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
		Apoyar al desarrollo del CATM (Centroamérica Travel Market)	COMECATUR						Recursos económicos provenientes de las ANT Recursos humanos de FEDECATUR, de las ANT y cámaras de turismo del país sede
		Apoyo al desarrollo del Encuentro Centroamericano de Tour Operadores (ECATO), sujeto a aprobación	FEDECATUR/ ECATO						



3.2.1.2. Turismo Intrarregional

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / Participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Países del SITCA toman como opción turística la visita intrarregional	<ul style="list-style-type: none"> Hasta el año 2018 se han incrementado las visitas intrarregionales: x % en relación al año 2012 Participación de los 8 países del SITCA en campañas de turismo intrarregional 	Formalizar las campañas con Avianca y otras empresas de transporte	COMECATUR						Recursos humanos provenientes de ANT, FEDECATUR, SITCA y socios estratégicos Recursos financieros de ANT y socios estratégicos
		Elaborar los calendarios de las campañas de turismo intrarregional para su ejecución anual	COMECATUR						
		Programar y ejecutar las campañas de turismo intrarregional	COMECATUR						

3.2.2. Área Estratégica Política

El turismo en la región se desarrolla en base a los lineamientos y directrices coherentes y consensuadas entre los países miembros del SICA

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Número de países que implementan estrategias y/o programas en temas cruciales para el desarrollo turístico, definidos en las declaratorias presidenciales				Hasta 2018 al menos 5 países han ejecutado estrategias y/o programas en temas cruciales para el desarrollo turístico sostenible, definidos en las declaratorias presidenciales	Informes de países, sistematizados por SITCA



Programas del Área Estratégica Política

3.2.2.1 Reconocimiento del Turismo como Sector Prioritario

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Prioridades y acuerdos básicos suscritos por los 8 países de la región para el desarrollo sostenible del turismo	<ul style="list-style-type: none"> Hasta el año 2016 se cuenta con un documento de criterios, prioridades y políticas aprobado por la reunión de presidentes (considerando temas como la facilitación de tránsito terrestre /aéreo entre los países, la señalización turística, la visa única y otros) Hasta el año 2018 los planes de desarrollo turístico nacionales incorporan un apartado con estrategias para facilitar el desarrollo del turismo regional 	Sensibilización a los nuevos ministros sobre la importancia y alcance del PEDTS (segundo semestre año 2014)	SITCA						Recursos humanos de SITCA
		Elaboración y aprobación del documento borrador de prioridades y políticas	Comité Ejecutivo CCT						Recursos humanos de ANT y SITCA (Departamento legal) Gestión de recursos financieros para la contratación de un consultor/facilitador y la ejecución de talleres regionales
		Seguimiento a la incorporación en los planes nacionales de las propuestas y acuerdos	Comité Ejecutivo CCT						
		Establecimiento de mecanismos para la incorporación de temas intersectoriales y para la coordinación de acciones	Presidencia Pro Tempore / SITCA						
		Participación de la presidencia en los consejos de ministros del SICA para el tratamiento de temas prioritarios	Presidencia Pro Tempore / SITCA						Recursos financieros provenientes del SITCA (gastos presidencia)
		Seguimiento a la ejecución de estrategias regionales, incorporadas en los planes nacionales	Presidencia Pro Tempore / SITCA						

3.2.2.2 Asistencia al Turismo

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Los países ofrecen servicios que facilitan la estadía del turista en la región	<ul style="list-style-type: none"> Hasta el año 2014 se cuenta con un documento de criterios homologados y aprobados por los 8 países Hasta el año 2018 se han implementado por los menos 80% de los criterios 	Elaboración del documento de criterios, tomando en cuenta los estudios existentes	SITCA / ANT						Recursos humanos de SITCA y ANT
		Seguimiento a la implementación de acuerdos	SITCA / ANT						



3.2.3. Área Estratégica Calidad y Sostenibilidad

La región cuenta con una oferta turística regional sostenible, competitiva y de alta calidad

Indicador	Línea de base 2012	Metas			Fuente de verificación
		2014	2016	2018	
Incremento de las MYPYME turísticas de la región que se incluyen en sistemas de calidad y sostenibilidad regionales y nacionales	<p>Total de empresas por país con sistemas de calidad y sostenibilidad reconocidos implementados (número por obtener)</p> <p>Nota: El cálculo se hará en base a la información que deberán enviar las ANT y cámaras nacionales de turismo: número de empresas turísticas que participan a nivel nacional en programas de calidad y sostenibilidad</p>	35%	20%	10%	Informes SICCS, ANT y FEDECATUR

Programas del Área Estratégica Calidad y Sostenibilidad

3.2.3.1. Sistema Integral Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS)

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
Se ha elevado la competitividad de empresas turísticas para responder a nuevas tendencias de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Se ha incrementado el número de MYPYMES rurales que aplican el sistema de gestión PROCAPCA (al menos 50 MYPYMES por año y por país. 10 empresas por experto) 	Implementar PROCAPCA en las MYPYMES turísticas rurales	FEDECATUR / ANT						Gestión de recursos de la cooperación US\$ 200.000



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
	<ul style="list-style-type: none"> Hasta el año 2016 se ha implementado el SICCS a nivel regional Hasta el año 2018, 200 empresas han sido certificadas por el SICCS 	Elaborar e implementar un plan de difusión del SICCS al menos en 4 países de la región	Comité SICCS						Recursos financieros: US\$ 5.000 Fondo España SICA
		Sensibilizar a los empresarios turísticos sobre el SICCS	Comité SICCS						Recursos financieros: US\$ 25.000 Fondo España SICA
		Prestar asistencia técnica sobre la aplicación del SICCS (a técnicos) y sobre la implementación del sistema (a las empresas)	SITCA / FEDECATUR						Recursos financieros: US\$ 40.000

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
		Prestar asistencia técnica para el monitoreo y seguimiento del SICCS	SITCA / FEDECATUR						
		Seguimiento y monitoreo del SICCS	FEDECATUR / SITCA						Recursos financieros: US\$ 15.000
	Número de iniciativas implementadas de responsabilidad social empresarial (RSE) en beneficio del turismo	Elaboración de un catálogo de iniciativas de responsabilidad social empresarial en beneficio del turismo	FEDECATUR						
		Actualización anual del catálogo							
		Gestión y seguimiento para la implementación de iniciativas de RSE en beneficio del turismo	FEDECATUR						Recursos humanos de FEDECATUR Recursos financieros provenientes del sector privado



3.2.4. Fortalecimiento del Sistema de Gestión del CCT

En vista de que la búsqueda de factibilidad de la aplicación del plan no depende sólo de voluntades sino también de sistemas de gestión y actuación acordes a la nueva visión, los participantes consideraron importante trabajar, paralelamente a la implementación del PEDTS, en el fortalecimiento del sistema de gestión del CCT y de la capacidad operativa de las instancias responsables de su implementación. Por ello, se definieron los siguientes programas como ejes transversales a las áreas estratégicas:

3.2.4.1. Fortalecimiento del Sistema de Promoción Regional

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
La capacidad operativa y de funcionamiento del sistema de promoción regional (SITCA/ CATA) ha mejorado	<ul style="list-style-type: none"> Sistema de promoción regional reestructurado y con una ejecución del plan de promoción de la región: 80% al año 2016 y 90% al año 2018 	Evaluación de la estructura funcional y organizativa de CATA, en el marco del acuerdo de Panamá (2013)	COMECATUR / SITCA – Presidencia Pro-Tempore						Recursos humanos de las ANT y SITCA Recursos financieros para talleres y encuentros provenientes de las ANT
		Reestructuración e implementación del sistema de promoción regional	COMECATUR / SITCA – Presidencia Pro-Tempore						

3.2.4.2. Fortalecimiento del Sistema de Gestión del SITCA

Objetivo	Indicador	Acciones	Responsable / participantes	Cronograma					Recursos y fuentes de financiamiento
				2014	2015	2016	2017	2018	
SITCA capaz de dar cumplimiento efectivo a su rol y responsabilidades	- Hasta el año 2018 se ha cumplido por lo menos el 90% de lo establecido en el PEDTS	Análisis del sistema de gestión del CCT y definición de áreas de mejoramiento, priorizando el fortalecimiento de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana, del subsistema de gestión de recursos, así como de las herramientas para la generación de información y estadísticas (SID)	CCT / SITCA						Gestión de recursos financieros y humanos
		Elaboración e implementación de un plan de fortalecimiento institucional	SITCA						



Actores Involucrados en la Ejecución del Plan

A continuación se enuncian los actores involucrados en la ejecución del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica (PEDTS):

- Consejo Centroamericano de Turismo- CCT conformado por las máximas autoridades de turismo de los países miembros del SICA: Ministerio de Cultura, Turismo y Aviación Civil de Belice, Instituto Guatemalteco de Turismo, Ministerio de Turismo de El Salvador, Instituto Hondureño de Turismo, Instituto Nicaragüense de Turismo, Instituto Costarricense de Turismo, Autoridad de Turismo de Panamá y Ministerio de Turismo de República Dominicana.
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana-SITCA, como oficina técnica permanente del CCT.
- Comité Ejecutivo del CCT (CE)
- Gerentes de Planificación de las ANT
- Jefes de Estadísticas e Investigación de Mercados de las ANT
- Funcionarios de ANT responsables de las áreas de calidad y capacitación en servicio turístico
- Cooperantes
- Gerentes de Mercadeo ANT
- Cámaras y operadores turísticos
- Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés)
- Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR)

El trabajo conjunto del sector turístico en los últimos años ha permitido la ejecución de los Planes Estratégicos Regionales con un enfoque de planificación participativa orientada y una articulación público-privada que responde a las necesidades estratégicas en pro del desarrollo y promoción de los destinos turísticos en la región a precios muy competitivos, tomando en consideración la riqueza y diversidad cultural y natural de Centroamérica que constituye un elemento diferenciador.

Contando con el apoyo de socios estratégicos y que han incidido en la articulación intersectorial e interinstitucional con otras secretarías y/o instituciones especializadas del Sistema de la Integración Centroamericana a fin de no duplicar esfuerzos y maximizar los recursos.

Condiciones para la ejecución

- Compromiso de los gobiernos de asumir los acuerdos de implementación a nivel nacional
- Disponibilidad de recursos humanos y económicos
- Interés y liderazgo de empresarios
- Financiamiento y condiciones adecuadas para acceso de MIPYMEs
- Asignación de recursos
- Consenso en la priorización de áreas estratégica





Capítulo 4

Sistema de monitoreo y seguimiento

Con el objetivo de orientar y facilitar el monitoreo y seguimiento de la implementación del PEDTS 2014-2018, se dispone de un sistema de matrices de captura y síntesis de información que permite una valoración periódica del PEDTS con base en los indicadores determinados.

Esta valoración contribuirá a la clarificación de los objetivos de los diferentes programas y a la identificación de incidencias, problemas y resultados no esperados.

El sistema propuesto ofrece información en tres dimensiones: política, ya que ofrece los insumos necesarios para la toma de decisiones; técnica, dado que es un sistema de medición y gerencial, puesto que permite a los responsables tener una visión estratégica y propicia el desarrollo de una cultura orientada a los resultados.

El PEDTS 2014-2019 ha sido dotado de un cuerpo de indicadores de logro por Acciones, de forma tal que el sistema de monitoreo tiene como punto de partida la actividad específica y su contribución al programa y finalmente al área estratégica.





Capítulo 5

Glosario de siglas

A continuación se detallan en orden alfabético las principales siglas utilizadas en el presente documento y su significado:

ANT Administración(es) nacional(es) de turismo. Se refiere a los ministerios o institutos nacionales de turismo.

- CATA** Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, entidad mixta (público/privado), de carácter técnico, establecida durante la XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, mediante el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y en coordinación con la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR). Se encarga de implementar la estrategia regional de promoción, mercadeo, publicidad y relaciones públicas en Europa.
- CE-CCT** Comité Ejecutivo del CCT, instancia técnica de apoyo y asesoría al Consejo, para la consecución de las distintas iniciativas, programas y proyectos de integración regional y de cooperación. Está formado por un representante de cada uno de los siete países centroamericanos, nombrado por el ministro de turismo de su país, debiendo ser un funcionario de alto nivel jerárquico, con capacidad y suficiente delegación y representatividad, para la toma de decisiones y de compromisos en el contexto del Comité.
- CCT** Consejo Centroamericano de Turismo, máxima autoridad en turismo regional y órgano subsidiario del SICA, el cual está conformado por los Ministros de Turismo de los Gobiernos de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.



- COMECATUR** Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo, instancia técnica de apoyo y asesoría al CCT, conformado por los directores de mercadeo de los ministerios de turismo de los países de Centroamérica y un miembro (Presidente o Director Ejecutivo) designado por cada una de las Cámaras Nacionales de turismo de Centroamérica, integradas en FEDECATUR. Se encarga de la definición e implementación de la estrategia regional de promoción y mercadeo turístico, que incluye el Plan de Gestión de la Marca y los Planes Operativos de CATA.
- FEDECATUR** Federación de Cámaras de Turismo de Centro América, organización regional privada con personalidad jurídica, sin fines de lucro, apolítica y no partidista, integrada por las cámaras nacionales de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá y siendo miembro del CC-SICA (Consejo Consultivo del SICA).
- PEDTS** Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica
- PPT-CCT** Presidencia Pro Temporé del Consejo Centroamericano de Turismo
- SG-SICA** La Secretaría General es una instancia regional operativa del SICA, creada por decisión de los presidentes Centroamericanos en el Protocolo de Tegucigalpa, siendo su propósito prestar servicios y brindar sus capacidades técnicas y

ejecutivas en apoyo a los esfuerzos de integración regional, particularmente en la construcción gradual y progresiva de la Unión Centroamericana, la Presidencia de la Secretaría General rota semestralmente entre los Estados miembros.

El Secretario General es el más alto funcionario administrativo del SICA y tiene la representación legal de la misma.

SICA

Sistema de la Integración Centroamericana, marco institucional de la Integración Regional de Centroamérica, constituido inicialmente por los Estados de las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, y Panamá. Posteriormente, se adhiere Belice y República Dominicana. Participan como observadores regionales: Los Estados Unidos Mexicanos, República de Chile, República Federativa de Brasil, República Argentina, República de Perú, Estados Unidos de América, República de Ecuador, República Oriental del Uruguay y República de Colombia. Los observadores extrarregionales son: la República de China (Taiwán), Reino de España, República Federal de Alemania, República Italiana, Japón, Australia, República de Corea, República Francesa, Santa Sede, Reino Unido, Unión Europea, Reino de Marruecos, Nueva Zelandia, Estado de Qatar y Turquía. La sede de la Secretaría General del SICA está en la ciudad de San Salvador, República de El Salvador.



SICCS	Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística
SID	Sistema de Investigación y Desarrollo
SIM	Sistema de Investigación de Mercados
SITCA	Secretaría de Integración Turística Centroamericana, creada en 1965 como estructura orgánica permanente del CCT, con sede en Managua, Nicaragua.

“Esta publicación ha sido financiada con el apoyo del fondo España SICA”



Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

De donde fue el Cine Cabrerías 2 cuadras al Este ½ al Sur

Edificio La Merced, Modulo M 2.3

Managua, Nicaragua

Tel (505)2222-3512

Info.stcct@sica.int • www.sica.int/cct



