

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013



Abril, 2009

Tabla de Contenidos

<i>Introducción</i>	<i>3</i>
<i>Capítulo 1 – Consideraciones del Contexto Internacional y Regional para el Desarrollo del Sector Turístico</i>	<i>5</i>
<i>Capítulo 2 – Plataforma Filosófica del Turismo Centroamericano</i>	<i>8</i>
<i>Capítulo 3 – Áreas Estratégicas del Plan.....</i>	<i>9</i>
<i>Capítulo 4 – Programas vinculados a las áreas estratégicas</i>	<i>10</i>
<i>Capítulo 5 – Plan de Acción.....</i>	<i>13</i>
<i>Capítulo 6 – Sistema de Indicadores.....</i>	<i>18</i>
<i>Capítulo 7 – Acciones prioritarias en el contexto del desarrollo turístico sostenible regional.....</i>	<i>23</i>
<i>Capítulo 8 – Comentarios Finales</i>	<i>27</i>

Introducción

El turismo como actividad económica, ha ganado una importancia sin precedentes a nivel mundial. Datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) muestran que en el año 2007, la actividad generó unos US\$ 856 mil millones, equivalente al 30% de las exportaciones mundiales de servicios. En el año 2008, a pesar de que el segundo semestre del año fue marcado por el estallido de una profunda crisis financiera global, se registraron unas 924 millones de llegadas internacionales de turistas, 2% más que el año anterior y, se estima que las mismas alcancen los 1600 millones para el año 2020.

El Istmo Centroamericano gracias a sus atributos naturales, culturales y humanos, pero también, gracias al esfuerzo que han hecho los países para promover la actividad turística sostenible en la región, se ha beneficiado de este dinamismo. Datos de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) muestran que en el período 2004-2008, la llegada combinada de visitantes a los 7 países del Istmo creció un promedio de 10% cada año, superando los 11 millones de visitantes en el año 2008. Asimismo, en el período considerado, las divisas generadas por la actividad turística en Centroamérica, han crecido un promedio de 15%, hasta superar los US\$ 7300 millones en el último año.

Estos datos muestran no sólo un crecimiento del sector en el Istmo Centroamericano, expresado en volumen y valor; sino también, que cada turista en promedio está gastando más divisas en su estadía lo que genera efectos importantes para el desarrollo turístico sostenible de la Región.

A pesar de este dinamismo en el pasado, el sector turístico internacional se enfrenta con retos importantes desde el inmediato hasta el largo plazo. En primer lugar, la crisis económica global que estalló en el año 2008, se ha profundizado durante el año 2009 y cuyas consecuencias y duración aún se desconocen, impone restricciones importantes, muchas de ellas inmediatas, a la actividad turística mundial; pero también, factores como el terrorismo, la crisis energética y los efectos del cambio climático influirán en el sector desde ya y en los años venideros.

En este contexto, surge el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013 (PEDTS 2009-2013), esfuerzo conjunto de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana, el Consejo Centroamericano de Turismo y, la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo (AECID); que contó con la participación de organizaciones públicas y privadas vinculadas al turismo de la región y con el apoyo del INCAE Business School; con el fin de definir para el quinquenio 2009-2013, las áreas estratégicas, programas, acciones y prioridades de la integración regional en materia de desarrollo turístico sostenible.

El PEDTS 2009-2013 surge de una evaluación de los avances realizados en el contexto del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (2003-2008), que fue aprobado en julio de 2003 por el Consejo Centroamericano de Turismo y considera; además, la perspectiva de los líderes de las

principales organizaciones públicas y privadas vinculadas con la promoción del turismo en el Istmo Centroamericano y representadas en los órganos del Consejo Centroamericano de Turismo, integrado por los Ministros de Turismo de la Región y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), el Comité Ejecutivo, el Comité de Mercadeo Turístico (COMECATUR) y la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) y; finalmente, la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) en representación del sector privado.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013, descrito en este documento, está dividido en los siguientes 4 capítulos: 1) Consideraciones del Contexto Internacional y Regional para el desarrollo del Sector Turístico. 2) Plataforma filosófica del Turismo Centroamericano. 3) Áreas Estratégicas del Plan. 4) Programas vinculados a las áreas estratégicas. 5) Plan de acción. 6) Sistema de Indicadores. 7) Acciones prioritarias en el contexto del desarrollo turístico sostenible regional y 8) Comentarios Finales.

Capítulo 1 – Consideraciones del Contexto

Internacional y Regional para el Desarrollo del Sector Turístico

La crisis económica y financiera que estalló en el 2008, agravada por restricciones al crédito, los altos precios del petróleo la mayor parte del año (actualmente en niveles más bajos debido a la disminución de la demanda mundial y el cese de la especulación) y, la volatilidad de los mercados cambiarios y de commodities han sido factores clave en influenciar el desarrollo turístico el año pasado y, definitivamente, serán de alto impacto en los venideros, hasta tanto la economía mundial no se recupere.

También, en el año 2008 diversos incidentes terroristas como los atentados en Mumbai; inundaciones como en el caso de China, Myanmar, Brasil y México; incendios forestales; como los ocurridos en Estados Unidos; huracanes, ciclones y tornados, afectando principalmente El Caribe y naciones vecinas; terremotos, como el ocurrido en la Provincia de Sichuan en China y; erupciones volcánicas como las acontecidas en Chile, aunque focalizados y, en general, de corta duración, también afectaron el desarrollo turístico internacional.

En el año 2009, además de la crisis económica, la pandemia por influenza porcina que inició en abril de 2009 y que en sus inicios afectó a México y Estados Unidos, pero que ya se ha expandido a otros países de la Región y del Mundo, supondrá un reto importante al dinamismo del sector.

En el futuro, la crisis económica global, el terrorismo y los efectos del cambio climático, serán temas claves que influirán en el desempeño del sector turístico global. Los desastres naturales como terremotos, inundaciones, huracanes y otros fenómenos, en algunos casos atribuibles al cambio climático, serán una amenaza latente al desarrollo turístico de las economías más expuestas a estos fenómenos.

Asimismo, la existencia de tecnologías de información más efectivas, versátiles, diversas, eficientes y de bajo costo, facilitará la realización de reuniones a distancia entre personas ubicadas en países diversos, por lo que una parte del turismo de negocios se estaría viendo afectado.

De acuerdo a este panorama, las perspectivas globales del sector se presentan difíciles. De las actividades turísticas, las reuniones corporativas y los incentivos de viajes, han sufrido el mayor impacto negativo con muchas empresas alrededor del mundo posponiendo sus eventos y migrando a otros incentivos. Pequeñas reuniones corporativas han sido particularmente afectadas a medida que las teleconferencias y las tecnologías de información son mucho más efectivas ahora que durante las anteriores crisis internacionales.

Las reservas de hoteles por parte de las empresas en muchos lugares se postergan y, los clientes buscan flexibilidad extrema con respecto a las cláusulas de cancelación de los contratos. Por otra parte, la experiencia global sugiere que si bien en una temporada normal, el crecimiento de los ingresos tiende a estar correlacionado con las estadísticas de arribos, en momentos de crisis económicas, los ingresos tienden a verse más afectados que los arribos.

Cabe destacar que si bien la recesión mundial se perfila importante, no es menos cierto que la recuperación podría no ser tan rápida una vez que se superen los escollos que contribuyen al sostenimiento de la crisis. La atención constante de los medios sobre la crisis financiera y económica internacional, ha minado la confianza de empresarios y consumidores. El desempleo creciente en al menos algunos y, posiblemente muchos mercados importantes, creará un lastre que continuará afectando al turismo una vez que la economía empiece a recuperarse. Cuando las líneas de crédito sean restauradas, las empresas podrían no identificar usos rentables para ese crédito y los consumidores podrían no estar tentados a asumir más deudas.

La actual ola de bancarrotas y consolidaciones en los sectores turísticos y de aviación, están restando capacidad que no puede ser restaurada de manera instantánea. Aunado a esto, un descenso más abrupto esperado de los precios del petróleo ha sido retrasado por el uso de coberturas en el pasado.

La expectativa sobre las economías de naciones como India, Rusia, China y Brasil, que emergieron en el pasado como naciones que contribuyeron ampliamente al crecimiento del turismo internacional, puede afectar el crecimiento global del sector en el futuro cercano, especialmente por países como China e India que enfrentan altas tasas de desempleo.

Finalmente, en la medida en que la incertidumbre prevalezca en los mercados, se espera que algunas de las siguientes tendencias sean vistas, según se experimentó en crisis anteriores:

- Viajes a destinos cercanos al hogar de los turistas, incluyendo viajes domésticos serán preferidos a largas travesías.
- Los segmentos tales como visita a amigos y parientes, también como los viajeros independientes y actividades de interés especial se espera tengan una recuperación mayor.
- El declive en el promedio de estadías y gastos se proyecta más pronunciado que el declive en el volumen de turistas totales.
- Destinos que ofrezcan mayor valor por el dinero y con tasas de cambio favorables, tienen una ventaja, ya que los precios se han convertido en un tema clave.
- Se espera el incremento de reservas tardías a medida que la incertidumbre conduzca a los consumidores a demorar la decisión, en la búsqueda y a la espera de ofertas especiales.
- Las empresas se concentrarán en control de gastos para mantenerse competitivos y esto incluye un uso mayor de tecnologías de información y comunicaciones para hacer reuniones en sustitución de los viajes.

- Se hace más crítico que antes para las empresas vinculadas al sector, trabajar de manera conjunta con otros participantes dentro de la cadena de valor, entre el sector público y privado y con operadores internacionales.
- Otras tendencias, que se mantienen la constituyen el envejecimiento de la población de países emisores, lo que de manera positiva provoca aumentos en disposición a viajar. Viajeros mayores de 55 años gastan más, incluyen dos o más destinos y viajan con un solo miembro de la familia.
- Existe una mayor conciencia mundial sobre sostenibilidad ambiental y cultural
- Nuevos nichos de mercado están surgiendo, entre los que se observan el turismo de salud, rural y de favelas. En los dos primeros, existe un gran potencial en el Istmo Centroamericano.

Cabe destacar que el Istmo Centroamericano continúa siendo un destino clave para los turistas de Estados Unidos que continúa siendo el mercado emisor principal de la Región. De 2002 al 2006, el 11% de los viajeros norteamericanos visitó la región y, aunque es de esperar que cualquier evento importante que afecte a los Estados Unidos y, en este caso, el Mundo, tenga repercusiones importantes para el turismo regional; el Istmo Centroamericano puede aprovechar todas sus fortalezas para explotar no solo nichos turísticos en crecimiento como el turismo rural y de salud, sino también, a pesar de la crisis, consolidar una oferta turística que permita continuar explotando aquellos nichos del mercado norteamericano y regional que buscan precisamente opciones diferenciadas y de alto valor, que los países del Istmo, por sus características, tienen un alto potencial de ofrecer.

Aspectos claves de la oferta y la demanda ante la Crisis Internacional

<u>Oferta:</u>	<u>Demanda:</u>
• Mayor concentración de hoteles, tour operadores etc. para reducir costos vía integración vertical • Mayor impacto sobre compañías aéreas americanas por imposibilidad de bajar salarios y estructura de compras. • PYMES de turismo serían las más afectadas y afectaría su rentabilidad	• Sustitución regional de mercados. • Intensificación de ventas de última hora, tarifas promocionales. • Internet para organizar desplazamientos, aumento de viajes independientes. • Desarrollo de estancias orientadas al ecoturismo y medio ambiente natural

Capítulo 2 – Plataforma Filosófica del Turismo Centroamericano

El proceso de formulación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2003-2008 incluyó la definición de una plataforma filosófica, que surgió mediante un proceso participativo de los actores públicos y privados vinculados al sector. Para este Plan Estratégico 2009-2013, dicha plataforma fue validada, nuevamente con el concurso de los actores 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 1ero de abril de 2009. Los enunciados de visión, misión y valores resultantes, se citan a continuación:

Visión: Centroamérica - multidesestino integrado, sostenible y de alta calidad.

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.

Valores:

1. Sostenibilidad	• Principio básico de desarrollo. • Eje transversal de la estrategia regional de turismo.
2. Excelencia	• Calidad en el servicio turístico sobresaliente. • Eficiencia en los procesos
3. Innovación	• Novedades en la oferta turística. • Creatividad, nuevos productos y marketing efectivo • Incorporación de estrategias que respondan a un mundo en constante cambio
4. Responsabilidad	• Cumplimiento de compromisos y acuerdos • Responder de acuerdo a nuestros deberes.
5. Sinergia Positiva	• Trabajo en equipo • Creación de alternativas al unir esfuerzos. • Integración
6. Autenticidad	• Nuestras costumbres y tradiciones. • Originalidad
7. Diversidad	• Variedad de productos y servicios • Gran Cantidad de atractivos ambientales.
8. Ética	• Integridad, honestidad, honradez y transparencia en nuestras acciones.

Capítulo 3 – Áreas Estratégicas del Plan

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible contempla seis (6) áreas estratégicas en torno a las cuales se llevarán a cabo los programas y acciones de las instituciones promotoras de la integración turística regional en el quinquenio 2009-2013.

Estas áreas estratégicas se definieron con el concurso de los actores públicos y privados de la región, representados por el SITCA, las autoridades nacionales de turismo, COMECATUR, FEDECATUR y CATA y, fueron planteadas de tal forma que puedan continuar vigentes hasta después del año 2013.

Las áreas estratégicas del PEDTS 2009-2013 se presentan a continuación:

Área	Objetivo
1. Planificación, Investigación y Desarrollo Sectorial	Contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de políticas y estrategias de desarrollo de oferta
2. Calidad y Competitividad	Ofrecer a los turistas productos y servicios competitivos y de la más alta calidad
3. Mercadeo y Comunicaciones	Posicionar y promover a Centroamérica como un multides­tino en los mercados prioritarios
4. Seguridad Turística Integral	Procurar al turista condiciones de seguridad durante su visita a la región, que contribuya a una experiencia altamente satisfactoria en sus desplazamientos por la región
5. Facilitación Turística	Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido en su paso por la región.
6. Fortalecimiento Institucional	Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las diferentes instituciones que integran el turismo regional.

Capítulo 4 – Programas vinculados a las áreas estratégicas

Área Estratégica: 1- Planificación, Investigación y Desarrollo Sectorial			
Objetivo del área	Programa	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de políticas y estrategias de desarrollo de oferta	1.1 Desarrollo de la política regional de sostenibilidad turística. 1.2 Desarrollo de productos multidestino para su comercialización. 1.3 Gestión de estadísticas sectoriales 1.4 Desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística.	• CCT y CE. • Gerentes de Planificación de las ANTs • Gerentes de Mercadeo ANTs • Cámaras y operadores turísticos. • CATA • Jefes de Estadística ANTs • Responsables de ordenamiento territorial ANTs	• Compromiso de los gobiernos para asumir los acuerdos de implementación a nivel nacional. • Disponibilidad de recursos económicos. • Forma de comercialización de las rutas turísticas en cada uno de los países. • Equipo de contadores para Frontur CA4 instalado.

Área Estratégica: 2-Calidad y Competitividad			
Objetivo del área	Programas	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Ofrecer a los turistas productos y servicios competitivos y de la más alta calidad	2.1 Desarrollo de un sistema de calidad turística regional. 2.2 Apoyo y asistencia técnica y financiera las MIPYMEs turísticas. 2.3 Programa de cultura turística. 2.4 Formación de RRHH.	• Gerentes de Planificación ANTs. • Jefes de Calidad. • BCIE • Cámaras de Turismo. • Bancos Nacionales de cada país. • Institutos de Formación Profesional. • Jefes de capacitación • Cooperantes • -Ministerios de Educación, Universidades	• Brechas entre los países dificultan ponerse al mismo nivel. • Falta de recursos humanos y económicos. • Desinterés de empresarios por aplicar sistemas de calidad • Implementación de acciones no depende de sector turístico directamente. • Financiamiento y condiciones adecuadas para acceso de MIPYMEs.

Área Estratégica : 3-Mercadeo y comunicaciones			
Objetivo del área	Programas	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Posicionar y promover a Centroamérica como un multideestino en los mercados prioritarios	3.1 Estrategia regional de promoción y mercadeo por grupos de mercados. 3.2 Administración y actualización constante del portal <i>visitcentroamerica</i> . 3.3 Estrategia de comunicaciones.	• Gerentes de Mercadeo de ANTs. • CATA • Cámaras de Turismo • FEDECATUR • Miembros corporativos platino de CATA.	• Falta de recursos económicos y humanos. • Interés del sector privado en su participación en la estrategia. • Compromiso de países para promover y alimentar información. • Asignación de recursos.

Área Estratégica: 4-Seguridad Turística Integral			
Objetivo del área	Programas	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Procurar al turista condiciones de seguridad durante su visita a la región, que contribuya a una experiencia altamente satisfactoria en sus desplazamientos por la región.	4. 1Proyecto Regional de Seguridad Turística.	• ANTs • Ministerios de Seguridad o Gobernación. • Policía Turística	• Depende de instituciones nacionales de seguridad. • Asignación de recursos económicos.

Área Estratégica: 5- Facilitación Turística			
Objetivo del área	Programas	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido en su paso por la región.	5.1 Facilitación Migratoria 5.2 Facilitación aérea, marítima y terrestre.	• Ministerios de Relaciones Exteriores • Ministerios de Turismo. • Direcciones Aduanas. • Ministerios de Gobernación • Ministerios de Obras Públicas, Transportes. • Direcciones de Aviación Civil • Direcciones de puertos.	• Asignación de recursos económicos. • Consenso en la priorización de áreas estratégicas • Dependencia de otras instituciones para su implementación

Área Estratégica: 6-Fortalecimiento Institucional			
Objetivo del área	Programas	Actores Involucrados	Condiciones para la ejecución
Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las diferentes instituciones que integran el turismo regional.	6.1 Programa de fortalecimiento institucional regional. 6.2 Gestión de comunicación inter-institucional. 6.3. Gestión de cooperación internacional	• ANTs • SITCA • Cámaras de Turismo. • CATA • FEDECATUR	• Asignación de recursos. • Cambios en los gobiernos. • Participación activa de los sectores público y privado. • Cooperantes interesados en turismo.

Capítulo 5 – Plan de Acción¹

Área Estratégica 1- Planificación, Investigación y Desarrollo Sectorial Objetivo del área Contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de políticas y estrategias de desarrollo de oferta		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
1.1 Desarrollo de la política regional de sostenibilidad turística	1.1.1 Formular, consensuar y validar y difundir la política regional de turismo sostenible, con apoyo de los gobiernos al más alto nivel. 1.1.2 Diseñar e implementar sistemas de evaluación y monitoreo periódicos y permanentes con indicadores de sostenibilidad	1.1.1(I) 1.1.2(I)
1.2 Desarrollo de nuevos productos multidesino.	1.2.1 Apoyo al Turismo rural. 1.2.2 Fortalecer y promocionar productos regionales integrados y comercializables	1.2.1 (M) 1.2.2(M)
1.3 Gestión de estadísticas sectoriales	1.3.1 Implementación de los sistemas de información estadística (Cuentas Satélites, Frontur CA4).	1.3.1 (C)
1. 4 Desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística.	1.4.1 Diseño, instalación y puesta en práctica de los instrumentos homologados de planificación turística regional basado en el SIGTURAC	1.4.1 (C)

¹ (I) Inmediato: 1 año

(C) Corto plazo: 2 y 3 años

(M) Mediano Plazo: 4 y 5 años

Área Estratégica 2-Calidad y Competitividad Objetivo del área: Ofrecer a los turistas productos y servicios competitivos y de la más alta calidad		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
2.1 Desarrollo de un sistema de calidad turística regional	2.1.1 Actualización del Diagnóstico de la calidad turística y su plan de acción. 2.1.2 Diseño de línea base para la implementación del sistema de calidad. 2.1.3 Implementación del sistema de calidad basado en mejores prácticas 2.1.4 Seguimiento y monitoreo del sistema de calidad	2.1.1(I) 2.1.2(I) 2.1.3(C) 2.1.4 (M)
2.2 Apoyo y asistencia técnica y financiera a MIPYMEs turísticas	2.2.1 Creación de un fondo regional de fomento a la inversión turística de apoyo a MIPYMEs turísticas. 2.2.2 Bolsa de inversión de turismo a nivel regional. 2.2.3 Creación de una unidad técnica para la formulación, asesoría y evaluación de proyectos turísticos. 2.2.4 Seguimiento a los programas de apoyo	2.2.1(I) 2.2.2 (C) 2.2.3 (C) 2.2.4 (C)
2.3 Programa de cultura turística	2.3.1 Definición y ejecución del programa de ética y responsabilidad social empresarial en turismo.	2.3.1(I)
2.4 Formación de RRHH	2.4.1 Evaluar resultados y actualizar el Plan de Capacitación Regional 2009-2013. 2.4.2 Incidir en el diseño de los currículos para que estos respondan a las necesidades del sector.	2.4.1(I) 2.4.2(I)

Área Estratégica 3-Mercadeo y comunicaciones Objetivo del área: Posicionar y promover la imagen de Centroamérica como un multidesino en los mercados prioritarios		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
3.1 Estrategia regional de promoción y mercadeo por grupos de mercados.	3.1.1 Formular la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo y sus planes de acción con indicadores de cumplimiento (ie. Europa, Centroamérica, Norteamérica, etc.). 3.1.2 Implementar la estrategia. 3.1-3 Crear e implementar un sistema regional de inteligencia de mercado. 3.1.4 Dar seguimiento y evaluar resultados de la estrategia para su actualización.	3.1.1 (I) 3.1.2 (I) 3.1.3 (C) 3.1.4 (C)
3.2 Administración y actualización constante del portal <i>visitcentroamerica</i>	3.2.1 Efectuar diagnóstico sobre contenido y funcionalidad del portal. 3.2.2 Actualizar constantemente el contenido y tecnología del portal <i>visitcentroamerica</i> . 3.2.3 Evaluar mejoras en cuanto a datos, servicios y comercialización dentro del portal, y su plan de seguimiento.	3.2.1 (I) 3.2.2 (I) 3.2.3 (C)
3.3 Programa de inteligencia de mercados.	3.3.1 Implementar la estrategia de comunicaciones. 3.3.2 Aplicar manual de crisis	3.3.1 (I) 3.3.2 (I)

Área Estratégica 4-Seguridad Turística Integral Objetivo del área: Procurar al turista condiciones de seguridad durante su visita a la región, que contribuya a una experiencia altamente satisfactoria en sus desplazamientos por la región		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
4. 1Proyecto Regional de Seguridad Turística	4.1.1 Ejecutar el Proyecto Regional de Seguridad Turística y su plan de acción de 3 años, a partir de 2009. 4.1.2 Dar seguimiento y evaluación del proyecto.	4.1.1(I) 4.1.2 (C) y (M)

Área Estratégica 5- Facilitación Turística Objetivo del área: Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido en su paso por la región.		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
5.1 Facilitación Migratoria	5.1.1 Promover y apoyar la puesta en vigor de la Visa única Centroamericana. 5.1.2 Promover la efectividad del libre paso fronterizo a nivel regional. 5.1.3 Seguimiento a la implementación de paso único fronterizo - CA4	5.1.1 (I) 5.1.2 (I) 5.1.3(I)
5.2 Facilitación aérea, marítima y terrestre	5.2.1 Promover y dar seguimiento a la implementación del <i>Acuerdo Aéreo Mundo Maya y acuerdo aéreo CA4</i> . 5.2.2 Formular propuesta para la creación de la Agencia Certificadora Regional de operaciones aéreas. 5.2.3 Apoyar la creación e implementación de una política regional de manejo de cruceros.	5.2.1(I) 5.2.2(I) 5.2.3(I)

Área Estratégica 6- Fortalecimiento Institucional Objetivo del área: Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las diferentes instituciones que integran el turismo regional		
Programas	Actividades	Plazo de Ejecución
6.1 Programa de fortalecimiento institucional regional	6.1.1 Desarrolla planes estratégicos y políticas de integración turística. 6.1.2 Fortalecer a las instituciones del sector privado a través de FEDECATUR. 6.1.3 Fortalecer a CATA	6.1.1 (I) 6.1.2 (I) 6.1.3 (I)
6.2 Gestión de comunicación inter-institucional.	6.2.1. Fortalecer la RED GPN, RETCA y sus subredes.	6.2.1 (I)
6.3. Gestión de cooperación internacional	6.3.1 Formar parte activa del sistema de información de la cooperación regional, SICOR de la SG-SICA.	6.4.1 (I)

Capítulo 6 – Sistema de Indicadores

Área Estratégica 1- Planificación, Investigación y Desarrollo Sectorial Objetivo del área Contribuir al desarrollo del turismo sostenible a través de políticas y estrategias de desarrollo de oferta		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
1.1 Desarrollo de la política regional de sostenibilidad turística	1.1.1 Formular, consensuar y validar y difundir la política regional de turismo sostenible, con apoyo de los gobiernos al más alto nivel. 1.1.2 Diseñar e implementar sistemas de evaluación y monitoreo periódicos y permanentes con indicadores de sostenibilidad	1.1.1.1 Política regional de turismo sostenible validada, aprobada e implementada. 1.1.2.1 Sistema de evaluación y monitoreo con indicadores formulado
1.2 Desarrollo de nuevos productos multidesestino.	1.2.1 Apoyo al Turismo rural. 1.2.2 Fortalecer y promocionar productos regionales integrados y comercializables	1.2.1.1 Plan de apoyo al turismo rural formulado y en ejecución. 1.2.2.1 dos encuentros anuales de operadores turísticos para negociación y promoción de paquetes multidesestinos. 1.2.2.2 Plan de fortalecimiento de la rutas multidesestino.
1.3 Gestión de estadísticas sectoriales	1.3.1 Implementación de los sistemas de información estadística (Cuentas Satélites, Frontur CA4).	1.3.1.1 Informes trimestrales de ejecución de puesta en marcha y reportes de Frontur –CA4. 1.3.1.2 Informes regionales Frontur CA4.
1.4 Desarrollo de instrumentos estandarizados para la planificación turística.	1.4.1 Diseño, instalación y puesta en práctica de los instrumentos homologados de planificación turística regional basado en el SIGTURAC	1.4.1.1 Mapa interactivo de información turística publicado. 1.4.1.2 Atlas de mapas turísticos diseñado. 1.4.1.3 Herramienta de planificación basado en SIG sobre la oferta turística, demanda y recursos turísticos de la región implementados. 1.4.1.4 Plan de seguimiento definido.

Área Estratégica 2-Calidad y Competitividad Objetivo del área: Ofrecer a los turistas productos y servicios competitivos y de la más alta calidad		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
2.1 Desarrollo de un sistema de calidad turística regional	2.1.1 Actualización del Diagnóstico de la calidad turística y su plan de acción. 2.1.2 Diseño de línea base para la implementación del sistema de calidad. 2.1.3 Implementación del sistema de calidad basado en mejores prácticas 2.1.4 Seguimiento y monitoreo del sistema de calidad	2.1.1.1 Plan de acción a partir del diagnóstico. 2.1.2.1 Línea base para la implementación definida. 2.1.3.1 Sistema de calidad implementado con base en mejores prácticas. 2.1.4.1 Plan de seguimiento y monitoreo en ejecución
2.2 Apoyo y asistencia técnica y financiera a MIPYMEs turísticas	2.2.1 Creación de un fondo regional de fomento a la inversión turística de apoyo a MIPYMEs turísticas. 2.2.2 Bolsa de inversión de turismo a nivel regional. 2.2.3 Creación de una unidad técnica para la formulación, asesoría y evaluación de proyectos turísticos. 2.2.4 Seguimiento a los programas de apoyo	2.2.1.1 Propuesta de fondo regional de inversión turística. 2.2.1.1 Propuesta de Bolsa de Inversión Turística. 2.2.3.1 Unidad Técnica de calificación y evaluación de proyectos creada en FEDECATUR. 2.2.4.1 Informe de evaluación y seguimiento a programas de apoyo en ejecución.
2.3 Programa de cultura turística	2.3.1 Definición y ejecución del programa de ética y responsabilidad social empresarial en turismo.	2.3.1.1 Programa y plan de acción de ética y responsabilidad social empresarial en turismo.
2.4 Formación de RRHH	2.4.1 Evaluar resultados y actualizar el Plan de Capacitación Regional 2009-2013. 2.4.2 Incidir en el diseño de los currículos para que estos respondan a las necesidades del sector.	2.4.2.1 Plan de formación regional actualizado e implementado. 2.4.4.1 Currículos diseñados de acuerdo a las necesidades de capacitación identificadas.

Área Estratégica 3-Mercadeo y comunicaciones Objetivo del área: Posicionar y promover la imagen de Centroamérica como un multidesino en los mercados prioritarios		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
3.1 Estrategia regional de promoción y mercadeo por grupos de mercados.	3.1.1 Formular la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo y sus planes de acción con indicadores de cumplimiento (ie. Europa, Centroamérica, Norteamérica, etc.). 3.1.2 Implementar la estrategia. 3.1.3 Crear e implementar un sistema regional de inteligencia de mercado. 3.1.4 Dar seguimiento y evaluar resultados de la estrategia para su actualización.	3.1.1.1 Estrategia y Plan de acción elaborados y aprobados. 3.1.1.2 Informe de revisión, actualización y medición de resultados de la estrategia de Mercadeo. 3.1.2.1 Informe trimestral de avance de la estrategia con base en indicadores. 3.1.2.2 % de avance de la implementación del sistema. 3.1.3.1 Documento de inteligencia de mercados producido y entregado a cada país con sus respectivas actualizaciones. 3.1.3.2 Estudio concluido de posicionamiento de la marca Centroamérica.
3.2 Administración y actualización constante del portal <i>visitcentroamerica</i>	3.2.1 Efectuar diagnóstico sobre contenido y funcionalidad del portal. 3.2.2 Actualizar constantemente el contenido y tecnología del portal <i>visitcentroamerica</i> . 3.2.3 Evaluar mejoras en cuanto a datos, servicios y comercialización dentro del portal, y su plan de seguimiento.	3.2.1.1 Diagnóstico de contenido y funcionalidad. 3.2.2.1 Informes trimestrales de actualización 3.2.3.1 Plan de seguimiento y financiamiento.
3.3 Estrategia de comunicaciones.	3.3.1 Implementar la estrategia de comunicaciones. 3.3.2 Aplicar manual de crisis	3.3.1.1 Informes trimestrales de la implementación de la estrategia. 3.3.2.1 Definido responsable por país para comunicación en crisis.

Área Estratégica 4-Seguridad Turística Integral Objetivo del área: Procurar al turista condiciones de seguridad durante su visita a la región, que contribuya a una experiencia altamente satisfactoria en sus desplazamientos por la región		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
4. 1Proyecto Regional de Seguridad Turística	4.1.1 Ejecutar el Proyecto Regional de Seguridad Turística y su plan de acción de 3 años, a partir de 2009. 4.1.2 Dar seguimiento y evaluación del proyecto.	4.1.1.1 Plan de acción definido. 4.1.2.1 Informes trimestrales de ejecución del plan de acción. 4.1.2.2 Informe anual de resultados del plan de acción.

Área Estratégica 5- Facilitación Turística Objetivo del área: Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido en su paso por la región.		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
5.1 Facilitación Migratoria	5.1.1 Promover y apoyar la puesta en vigor de la Visa única Centroamericana. 5.1.2 Promover la efectividad del libre paso fronterizo a nivel regional. 5.1.3 Seguimiento a la implementación de paso único fronterizo - CA4	5.1.1.1 Informe trimestral sobre gestiones y resultados. 5.1.2.1 Diagnóstico situacional CA4
5.2 Facilitación aérea, marítima y terrestre	5.2.1 Promover y dar seguimiento a la implementación del <i>Acuerdo Aéreo Mundo Maya y acuerdo aéreo CA4</i> . 5.2.2 Formular propuesta para la creación de la Agencia Certificadora Regional de operaciones aéreas. 5.2.3 Apoyar la creación e implementación de una política regional de manejo de cruceros.	5.2.1.1 Informe trimestral sobre gestiones y resultados. 5.2.2.1 Diagnóstico situacional facilitación aérea. 5.2.2.2 Acuerdo firmado por organismos de aeronáutica para la creación de la Agencia. 5.2.3.1 – 7 países con una política homologada de manejo de cruceros

Área Estratégica 6- Fortalecimiento Institucional Objetivo del área: Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de capacidades de las diferentes instituciones que integran el turismo regional		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
6.1 Programa de fortalecimiento institucional regional	6.1.1 Desarrolla planes estratégicos y políticas de integración turística. 6.1.2 Fortalecer a las instituciones del sector privado a través de FEDECATUR. 6.1.3 Fortalecer a CATA:	6.1.1.1 Documento oficial con el compromiso de los países de adaptar las políticas de integración regional a sus estrategias nacionales. 6.1.1.2 Los 7 países cuenta con políticas nacionales de turismo. 6.1.2.1 Incrementado número de afiliados de las cámaras nacionales en 30%. 6.1.3.1 Acciones de promoción incrementadas en 25%.
6.2 Gestión de comunicación inter-institucional.	6.2.1. Fortalecer la RED GPN, RETCA y sus subredes.	6.2.1.1 Documento de evaluación de Análisis informático 6.2.1.2 Aplicación de mejoras a la Red. 6.2.2.1 tres subredes de comunicación implementadas.
6.3. Gestión de cooperación internacional	6.3.1 Formar parte activa del sistema de información de la cooperación regional, SICOR de la SG-SICA.	6.3.1.1 Totalidad de proyectos de cooperación gestionados por SITCA incluidos y actualizados en SICOR.

Capítulo 7 – Acciones prioritarias en el contexto del desarrollo turístico sostenible regional

Dentro del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013, cuatro temas serán desarrollados como prioritarios por la institucionalidad encargada de promover el desarrollo turístico sostenible del Istmo Centroamericano. Los cuatro temas son: 1) Educación y Capacitación; 2) Facilitación Turística; 3) Seguridad Ciudadana y; 4) Financiamiento de Proyectos Sostenibles.

1. Educación y Capacitación

En virtud de que la educación es reconocida como un pilar necesario para elevar la competitividad de la Región y, dado que un recurso humano educado es más productivo y tiene mayores posibilidades de elevar sustancialmente su calidad de vida.

También, que a nivel regional existen retos importantes para mejorar la calidad de la educación a todo nivel y, aún más, existen deficiencias importantes detectadas en educación y capacitación del recurso humano en el sector turístico regional.

Que la oferta de servicios educativos no guarda en muchos casos relación con la distribución regional de los empleos turísticos y que la capacitación sobre todo en mandos medios, específica en áreas del sector, es insuficiente y que; existen muchas oportunidades para integrar a la cadena turística a profesionales de alto nivel, especialistas, cuyo conocimiento aportaría al sector un alto valor agregado.

Las autoridades representadas en el Consejo Centroamericano de Turismo y las instituciones vinculadas, se comprometen a:

- Promover la capacitación de profesionales orientada específicamente a áreas del sector turístico a nivel regional.
- Diseñar mecanismos para ampliar la capacitación en mandos medios y altos en temas turísticos en toda la región, que incluya la formación de expertos en áreas claves administrativas y operativas dentro del sector, tales como gerentes financieros, de mercadeo, gerentes generales, chefs, arqueólogos, expertos en historia y geografía, biólogos y genetistas, entre otros.
- Promover una mayor oferta de capacitación de alta calidad en las diversas áreas donde se desarrolla la actividad turística y no sólo en lugares centralizados.
- Promover la formación de profesionales que conozcan del entorno y la operación turística en Centroamérica y no sólo del contexto nacional.
- Promover la ampliación de la oferta de programas especializados en administración turística, incorporando en el diseño de estos programas, aspectos claves del contexto turístico regional.

Cómo acciones concretas para contribuir al desarrollo de estos temas, el INCAE, en coordinación con las autoridades de la SITCA estudiarán la elaboración de una propuesta para incorporar, en los programas dirigidos a administración turística, contenido que permitan enfocar la temática a la realidad y las necesidades regionales. Asimismo, se propone el diseño de un programa corto en desarrollo de proyectos turísticos, con énfasis en sostenibilidad turística (tanto ecoturismo como turismo de ciudad), con el fin de dar a conocer estrategias que permitan a proyectos nuevos o existentes capturar mayor valor, siendo sostenibles.

Finalmente, se propone el desarrollo de un estudio que permita determinar las necesidades de oferta y demanda a nivel medio y alto en el sector turístico regional, considerando, no sólo las necesidades actuales, sino las potenciales en virtud del posicionamiento del istmo Centroamericano en Turismo Sostenible.

2. Facilitación Turística

Centroamérica es una región que podría definirse como “ni tan grande, ni tan pequeña”, con una población cercana a los 40 millones de habitantes (similar a España, Argentina y Colombia) y una superficie total de aproximadamente 520 mil Km² (similar a España y Francia), alberga grandes atractivos naturales entre los que destacan más de 5500 kilómetros de costas, 267 mil hectáreas de manglares, 1600 kilómetros de arrecifes coralinos (segundo mayor del mundo), 109 volcanes, 3 grandes lagos y un gran bosque lluvioso (554 áreas protegidas equivalentes al 25% del territorio).

Es además una región con una herencia arquitectónica, arqueológica y colonial importantes, con más de 23 ciudades con monumentos, iglesias y arquitectura colonial, más de 3000 sitios arqueológicos, cultura viva y una comunidad indígena amplia. Con 16 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, agricultura tradicional (café, banano, azúcar) y el único canal interoceánico del Mundo.

Con estos atributos combinados, es una región que fácilmente puede mercadearse como una sola, con gente cálida y amable y una plataforma, infraestructura y servicios que benefician en conjunto el desarrollo de una actividad turística sostenible.

Para que este esfuerzo de promoción tenga sentido, se deben realizar todos los esfuerzos para permitir al turista una fácil movilidad en la región, de forma éste pueda coordinar su itinerario sin toparse con los costos y restricciones típicas del paso de fronteras terrestre, aérea y marítima y, más aún, que pueda acceder a estándares y facilidades de servicio similares y de alto valor, en toda la región.

En este sentido, son acciones regionales necesarias en materia de facilitación turística la promoción de la visa única centroamericana; la promoción del libre paso fronterizo a nivel regional; la facilitación aérea, marítima y terrestre y; el desarrollo de la infraestructura y servicios de transporte. Estas acciones, entre otras, sentarían las bases, para que operadores privados amplíen su oferta de circuitos turísticos regionales y se promueva realmente el turismo regional.

3. Seguridad

Dada la importancia del turismo para la región donde tan sólo en el 2008 se recibieron más de 8 millones de turistas, lo que equivale al 20% de la población del Istmo; ofrecer las condiciones para el tránsito seguro de estas personas por todo el territorio centroamericano es fundamental. Sólo para mencionar un indicador, países que tienen una actividad turística importante como España, Francia, Estados Unidos, China, e Italia tienen tasas de homicidio por debajo de los 6 por cada 100 mil habitantes, mientras que en la región varían entre 8 y 55 por cada 100 mil. Datos del Foro Económico Mundial, señalan que el problema de inseguridad en los países de la región es muy importante y algunos estudios (PNUD, 2007) han señalado inclusive, en el caso de Guatemala, costos económicos de la violencia por el orden de 7,3% del PIB.

La inseguridad afecta sensiblemente la actividad turística mermando por una parte las oportunidades de extender la oferta turística en términos geográficos y horarios, pero además, limita al turista en su posibilidad de extraer mayor valor de su experiencia, limita la posibilidad de mayor interacción con las comunidades y el entorno de manera independiente y, resulta un aspecto importante a considerar cuando un turista planea la escogencia de un destino por vacaciones, salud y eventos corporativos, entre otras motivaciones.

En este sentido, se hace necesaria la coordinación entre organismos de seguridad y migratorios de los países de la región; la cooperación regional en el combate a las drogas que de manera importante afecta el clima de violencia en el Istmo; el fortalecimiento de la policía turística, el impulso de estrategias nacionales y regionales para el combate efectivo de la delincuencia que incluye esfuerzos a nivel nacional pero también a nivel departamental y municipal, estrategias punitivas pero también preventivas sobre todo a nivel de grupos vulnerables y la puesta en marcha de proyectos pilotos de seguridad integral y; finalmente, estrategias vinculadas al sector turístico que faciliten la participación de las comunidades locales en el empleo, iniciativas empresariales, en el control de la inseguridad y en una clara participación en los beneficios del turismo.

4. Financiamiento de Proyectos Sostenibles

Dado que el desarrollo del turismo centroamericano plantea la sostenibilidad como uno de sus pilares, debería ser congruente que los incentivos se muevan al surgimiento de facilidades y proyectos que además de brindar una experiencia única al turista, lo hagan dentro de un marco de aprovechamiento sostenible del ambiente y el beneficio de las comunidades donde estos se desarrollan.

Asimismo, mientras los proyectos sostenibles procuran maximizar el beneficio social considerando todas las restricciones económicas, ambientales y sociales que se le imponen, minimizando las externalidades negativas, la apuesta por estos no significa que los inversionistas deban

necesariamente sacrificar su rentabilidad. Por el contrario, proyectos sostenibles que presentan una oferta diferenciada muestran altas tasas de rentabilidad.

El Prof. Lawrence Pratt, experto en turismo del INCAE, menciona que con los hechos terroristas del 11 de septiembre de 2001, el turismo mundial se vio afectado principalmente en aquellos lugares que explotan el turismo masivo de sol y playa y poco diferenciado. El Prof. Pratt, señala que algunos destinos del Caribe y Cancún que ofrecen este tipo de turismo sufrieron bajas de hasta un 60%. Por el contrario, destinos más diferenciados con una oferta de mayor valor agregado como en Centroamérica, el crecimiento fue cercano al 12%. En el mismo México, a pesar de la baja en Cancún, otros destinos como Oaxaca y San Miguel Allende, crecieron.

Asimismo, el Prof. Pratt menciona que aquellas facilidades congruentes con un turismo diferenciado, sostenible y de alto valor se van a ver muy poco afectadas e inclusive van a experimentar un crecimiento en medio de la crisis, mientras que aquellos destinos con turismo no diferenciado se verán afectadas.

En medio de este panorama, el Prof. Pratt señala que los inversionistas siguen apostando y la banca continúa financiando proyectos que no están fuertemente vinculados con un marco de desarrollo turístico sostenible; más aún, están desechando iniciativas de alto valor agregado en el sector pero que la banca no entiende su modelo de negocios.

En el pasado, la institucionalidad de integración turística centroamericana ha promovido esfuerzos importantes en la promoción del financiamiento de proyectos sostenibles, tal es el caso del I Foro Centroamericano sobre Financiamiento Turístico. Sin embargo, es necesario promover iniciativas permanentes y programas de amplio alcance que permita capacitar a promotores y entidades financieras en temas de gerencia de la sostenibilidad y financiamiento de proyectos sostenibles.

Como una acción concreta dentro de ésta área prioritaria, el INCAE ofrece coordinar con el SITCA el desarrollo de una propuesta de capacitación dirigida a promotores, entidades financieras, oficiales de gobierno y otros actores vinculados al sector turístico en la Región, que les brinde las herramientas necesarias para incentivarlos a promover, evaluar, auditar y financiar proyectos sostenibles. El INCAE ya tiene experiencia en el tema mediante el proyecto Ecobanking, único en su estilo en la región, creado con el fin de mejorar la competitividad del Sector Financiero Latinoamericano a través de una mejor administración ambiental, reducción de riesgos ambientales y sociales, y diseño de productos financieros innovadores y que hasta entonces cuenta con 22 cursos, 450 personas capacitadas a nivel mundial y una red de más de 300 instituciones financieras y 2000 ejecutivos de la región que han tenido participación en el mismo.

Capítulo 8 – Comentarios Finales

La presentación formal del contenido general del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (2009-2013) – aceptada finalmente por el Consejo, fue realizada por el Dr. Arturo Condo, Rector del INCAE, en el marco de la reunión del Consejo Centroamericano de Turismo el pasado 1ero de abril de 2009 en la Ciudad de Panamá que contó con la participación de los Ministros de Turismo y las Cámaras de Turismo de Centroamérica, entre otros invitados observadores de las reuniones del CCT.

En dicha presentación se discutieron los enunciados de Misión y Visión en el contexto de la integración turística regional y se planteó la inclusión de la frase *“con el concurso de los actores públicos, privados y sociales de la región”*, en el enunciado de Misión. De esta manera, la declaratoria final de Misión quedaría como sigue: *“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”*.

La inclusión de la frase mencionada, en la declaratoria de misión que fue heredada del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (2003-2008), surgió con base en la recomendación de diversos actores, participantes en el proceso de elaboración del PEDTS (2009-2013), para hacer explícita la necesaria participación de los actores públicos, privados y sociales tanto en el desarrollo del sector turístico de la región, como en la participación de los beneficios del mismo.

No se realizaron sugerencias a la declaratoria de Visión.

Luego de la presentación del Plan y las áreas prioritarias por parte del Dr. Condo, los señores Ministros hicieron algunos comentarios que mayoritariamente refuerzan y complementan su contenido:

El Ministro Rubén Blades de Panamá, agregó que todo argumento económico tiene una contraparte moral y por ende, se deben analizar las propuestas de inversión extranjera, siempre que éstas traigan beneficio y no daño al país en su conjunto. En el caso de Panamá se decidió no aceptar toda propuesta de inversión, decidiéndose valorar los aspectos culturales y de biodiversidad. En el país existen ciudades que no están acostumbradas a recibir tanto turismo por que *“les cambia la vida a nivel económico”*, por lo que se tendrán zonas donde se desincentivará el turismo, ya que no se puede sacrificar el bienestar del país, aceptando inversión sin planeación.

También compartió la experiencia que tuvo al inicio de su cargo, al sostener reunión en noviembre de 2004 con el grupo organizado conocido como *“la pandilla de Colón”*, quienes expusieron el grave problema de la falta de empleo y se pensó que estos empleos los podía proveer el turismo. Su Gobierno presentó un proyecto de entrenamiento de 2 años, donde poco a poco fue aumentando el número de jóvenes participantes, pero reconoció la dificultad de conseguir fondos para apoyar el programa. El Ministro Blades estuvo de acuerdo en fortalecer la educación de MIPYMES, lo cual ha sido incluido en las prioridades de su Gobierno en Panamá. El Ministro, además, ofreció enviar el Plan

Maestro a sus colegas en el Consejo, ofreciendo atender consultas que tengan los demás países sobre leyes, programas y otros relacionados o, sobre la experiencia de Panamá que pueda servir de referencia a otros países.

El Ministro Martínez, por su parte, agregó que en Honduras se tiene un programa de solidaridad y formación apoyado por el Banco Mundial y el BID, que brinda capital semilla para PYMES, gestionándose fondos con Andalucía con apoyo del Lic. Marinakys, Presidente de la Cámara de Turismo, para los Centros Empresariales de Turismo (CETS), que también existen en Guatemala, por medio de los cuales se apoya a micro y pequeños empresarios, en elaboración de planes de negocio, asesoría y asistencia técnica para proyectos concretos. En Honduras se han tenido unas 100 historias de éxito y mencionó como ejemplos el financiamiento a un empresario garífuna para la compra de un motor de lancha para transportar turistas y la compra de plantas ornamentales para suplir a hoteles de la Región. Mencionó además, que está en proyecto la publicación de un libro, con apoyo del Banco Mundial, sobre estas historias de éxito, que posteriormente se compartirá con las autoridades de los demás países.

El Dr. Condo manifestó que sería interesante conectar emprendimientos a nivel del sector privado con iniciativas de responsabilidad social, en el que un empresario pueda recibir consultorías gratuitas antes de iniciar su negocio lo que le permitirá prepararse para llevar a cabo una mejor gestión y obtener resultados más favorables. Esto evitaría fallos por desconocimiento.

El Ministro Carlos Ricardo Benavides, de Costa Rica, reflexionó en torno a las muchas coincidencias básicas existentes entre los países de la región, donde aspectos como la democracia y la conciencia del desarrollo económico sostenible son altamente valorados, por lo que la elección de cuáles proyectos apoyar se hacía obligatoria para no incentivar proyectos e inversiones insostenibles. Adicionalmente el Ministro Benavides mencionó que en el caso de Costa Rica, se ha decidido trabajar el mercado europeo en forma integrada con los otros países del Istmo, ya que este mercado es más susceptible al multidestino. Mencionó además, que en el caso del mercado estadounidense la estrategia es diferente porque el turista proveniente de ese país no suele visitar más de dos países en un mismo viaje y la promoción con base en una marca paraguas, podría representar un costo de oportunidad importante para Costa Rica.

Al finalizar las intervenciones, el Ministro Mario Salinas, hizo evidente las estrategias de cada país del Istmo tanto en forma individual como en el contexto de la integración regional.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (2009-2013) del Istmo Centroamericano es una herramienta que permitirá a las instituciones públicas y privadas, nacionales y regionales vinculadas al sector, sentar sus prioridades en la ejecución de estrategias que benefician el desarrollo del turismo sostenible regional. Si bien el Plan incorpora algunos programas y acciones específicas, dentro de áreas estratégicas consideradas claves para el quinquenio 2009-2013 y a futuro; es importante señalar, que estos programas y acciones serán revisados periódicamente a la luz de las actividades desarrolladas y los logros obtenidos para reenfoclarlas según sea necesario, claro está, en el contexto del Plan y las áreas estratégicas definidas.

Finalmente, la puesta en marcha en forma inmediata de las acciones y programas contenidas en este Plan y, muy especialmente el énfasis en atender las áreas prioritarias señaladas, serán claves para fortalecer el posicionamiento y la competitividad de la región en el escenario global como un destino turístico integrado, sostenible, seguro y con una oferta de alto valor y; en paralelo, promover el turismo como motor del desarrollo regional que permita elevar la calidad de vida de los habitantes del Istmo.