



Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013



Abril, 2009



Tabla de Contenidos

<i>Introducción</i>	3
<i>Capítulo 1 – Consideraciones del Contexto Internacional y Regional para el Desarrollo del Sector Turístico</i>	5
<i>Capítulo 2 – Plataforma Filosófica del Turismo Centroamericano</i>	8
<i>Capítulo 3 – Áreas Estratégicas del Plan</i>	9
<i>Capítulo 4 – Programas vinculados a las áreas estratégicas</i>	10
<i>Capítulo 5 – Plan de Acción</i>	13
<i>Capítulo 6 – Sistema de Indicadores</i>	18

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 1,600 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>
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 - multidesino 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	<ul style="list-style-type: none">• Principio básico de desarrollo.• Eje transversal de la estrategia regional de turismo.
2. Excelencia	<ul style="list-style-type: none">• Calidad en el servicio turístico sobresaliente.• Eficiencia en los procesos
3. Innovación	<ul style="list-style-type: none">• Novedades en la oferta turística.• Creatividad, nuevos productos y marketing efectivo• Incorporación de estrategias que respondan a un mundo en constante cambio
4. Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de compromisos y acuerdos• Responder de acuerdo a nuestros deberes.
5. Sinergia Positiva	<ul style="list-style-type: none">• Trabajo en equipo• Creación de alternativas al unir esfuerzos.• Integración
6. Autenticidad	<ul style="list-style-type: none">• Nuestras costumbres y tradiciones.• Originalidad
7. Diversidad	<ul style="list-style-type: none">• Variedad de productos y servicios• Gran Cantidad de atractivos ambientales.
8. Ética	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerentes de Planificación ANTs. • Funcionarios de Ants responsables de las áreas de Calidad y Capacitación en servicio turístico • BCIE • Cámaras de Turismo. • Bancos Nacionales de cada país. • Institutos de Formación Profesional. • Cooperantes • -Ministerios de Educación, Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerentes de Mercadeo de ANTs. • CATA • Cámaras de Turismo • FEDECATUR • Miembros corporativos platino de CATA. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • ANTs • Ministerios de Seguridad o Gobernación. • Policía Turística 	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerios de Relaciones Exteriores • ANT. • Direcciones Aduanas. • Ministerios de Gobernación • Ministerios de Obras Públicas, Transportes. • Direcciones de Aviación Civil • Direcciones de puertos. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 6.2Gestión de comunicación inter-institucional. 6.3. Gestión de cooperación internacional	<ul style="list-style-type: none"> • ANTs • SITCA • Cámaras de Turismo. • CATA • FEDECATUR 	<ul style="list-style-type: none"> • Asignación de recursos. • 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 multidestino 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 Estrategia de Comunicaciones.	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 multidestino.	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 multidestinos. 1.2.2.2 Plan de fortalecimiento de la rutas multidestino.
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 multidestino 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.

<p style="text-align: center;">Área Estratégica 4-Seguridad Turística Integral</p> <p style="text-align: center;">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</p>		
Programas	Actividades	Indicadores de cumplimiento
4. 1 Proyecto 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.

<p style="text-align: center;">Área Estratégica 5- Facilitación Turística</p> <p style="text-align: center;">Objetivo del área: Promover condiciones necesarias y suficientes para que el visitante tenga un tránsito fluido en su paso por la región.</p>		
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.