

Informe Final | Final Fase II

II.1: Prospectiva y Planificación Modelo Turístico Futuro de Honduras (MTF 2021)



Diciembre 2005



INDICE

I. VISIÓN DE LA ENTS: HONDURAS PAÍS LIDER DE LA REGIÓN.....7

II. MODELO TURÍSTICO FUTURO DE HONDURAS (2,006-2,021): HACIA UN DESARROLLO SOSTENIBLE 10

II.1.	INTRODUCCIÓN: EL DISEÑO DE UN MODELO A LARGO PLAZO QUE ALCANZAR	10
II.2.	PRINCIPIOS ORIENTADORES: COMPATIBILIZACIÓN DE LOS ENFOQUES: DESARROLLO DE ARRIBA ABAJO Y DESARROLLO LOCAL; FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, CALIDAD Y CAPACITACIÓN ENTRE OTROS	14
II.2.1.	Enfoque nacional de arriba abajo	15
II.2.2.	Enfoque local	15
II.2.3.	Armonización de los dos enfoques;	15
II.2.4.	Transversalidad del turismo	16
II.2.5.	Fortalecimiento institucional efectivo,	16
II.2.6.	Calidad como marca distintiva del producto turístico hondureño.	17
II.2.7.	Desarrollo de la cultura turística	17
II.2.8.	Capacitación de recursos humanos para el sector turismo y producción de empleos de calidad como forma de combatir la pobreza (ERP)	19
II.2.9.	Regionalización del desarrollo turístico (ver apartado III.3)	22
II.2.10.	Sostenibilidad del sector	22
II.3.	ESTILO DE DESARROLLO PREVISTO EN LA ENTS: ENDÓGENO, PLANIFICADO, PARTICIPATIVO, Y PROSPECTIVO, ENTRE OTROS	23
II.4.	OBJETIVOS GENERICOS Y ESPECIFICOS QUE APUESTAN AL TURISMO SOSTENIBLE	25
II.4.1.	OBJETIVOS DE CARACTER ECONOMICO- TURISTICO	36
II.4.1.1)	Aumentar el número de visitantes totales	36
II.4.1.2)	Aumentar el número de turistas y el porcentaje de turistas vacacionales	38
II.4.1.3)	Aumentar la estadía promedio por turista	39
II.4.1.4)	Mejorar la oferta hotelera existente y crear oferta hotelera nueva	40
II.4.1.5)	Incrementar la tasa de ocupación hotelera	41
II.4.1.6)	Aumentar los ingresos por el desarrollo de la actividad turística	42
II.4.1.7)	Fomentar la creación, diversificación y difusión de productos turísticos	43
II.4.2.	OBJETIVOS DE INDOLE SOCIAL Y CULTURAL (VINCULACIÓN DEL TURISMO CON LA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA-ERP)	45
II.4.2.1)	Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local	45
II.4.2.2)	Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades	47
II.4.2.3)	Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural , como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras	48
II.4.3.	OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO	50
II.4.3.1)	Promoción efectiva en los mercados: nacional, regional e internacional	50
II.4.3.2)	Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos	51
II.4.4.	OBJETIVOS AMBIENTALES	53
II.4.4.1)	Armonizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales	53
II.4.4.2)	Incorporar la dimensión ambiental en programas, planes y proyectos	54
II.4.5.	OBJETIVOS DE FORTALECIMIENTO LEGAL E INSTITUCIONAL	56

II.4.5.1) Realizar una gestión eficaz y adecuada del IHT/SETUR como organismo que acompaña y favorece mediante políticas, directrices, estrategias, y proyectos, el desarrollo de las empresas turísticas, motor económico del sector	56
II.4.5.2) Mejorar la coordinación entre el sector público y privado, a través de la SETUR/IHT, CANATURH; Cámaras Regionales y las Comisiones Municipales de Turismo y/o Unidades Turísticas Municipales, entre otras	56
II.4.5.3) Descentralizar la gestión turística, a través de las Cámaras Regionales y Comisiones Municipales de Turismo y/o Unidades Turísticas Municipales, entre otras	58

II.5. LINEAMIENTOS TRANSVERSALES QUE ACOMPAÑAN AL DESARROLLO DEL SECTOR. TRANSVERSALIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO 60

II.5.1. LINEAMIENTOS PARA LOS SECTORES VINCULADOS DIRECTAMENTE . 62	
II.5.1.1) AGRICULTURA Y GANADERÍA.....	62
II.5.1.2) MANUFACTURA	63
II.5.1.3) CONSTRUCCIÓN.....	64
II.5.1.4) ARTESANÍA.....	64
II.5.1.5) FINANCIAMIENTO	64
II.5.2. LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA POLITICAS ASOCIADAS.....	66
II.5.2.1) AMBIENTE.....	66
II.5.2.2) SOCIALES	66
II.5.2.3) INFRAESTRUCTURAS	66
II.5.2.4) ORDENAMIENTO TERRITORIAL.....	67
II.5.2.5) FORMACION DE RECURSOS HUMANOS	68
II.5.3. LINEAMIENTOS DE COMPETITIVIDAD Y FACILITACION	69
II.5.3.1) INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS.....	69
II.5.3.2) MAYOR CALIDAD DE LOS SERVICIOS	71
II.5.3.3) ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y AMBIENTE	71
II.5.3.4) PRIVATIZACIÓN	72
II.5.3.5) TENENCIA DE LA TIERRA Y SEGURIDAD JURIDICA.....	72
II.5.3.6) REFORMA JUDICIAL	73
II.5.3.7) SEGURIDAD y SALUD	73

III. ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES: ÁREAS HOMOGENEAS TURÍSTICAS 75

III.1. INTRODUCCIÓN: ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES..... 75

III.2. PRODUCTOS TURÍSTICOS: SOL Y PLAYA, BUCEO Y TURISMO ARQUEOLOGICO A LA CABEZA..... 77

III.2.1. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE SOL Y PLAYA; EL CARIBE ESMERALDA: PRODUCTO A DESARROLLAR	83
III.2.1.1) Estrategia de prioridad alta (sol y playa): Caribe Esmeralda.....	83
III.2.1.2) Estrategia de prioridad media (sol y playa): Islas de la Bahía	84
III.2.1.3) Estrategia de prioridad baja (sol y playa): Caribe Porteño	84
III.2.2. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO ARQUEOLOGICO: GENERACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO ARQUEOLÓGICO-CULTURAL Y CONEXIÓN CON OTRAS ZONAS TURÍSTICAS DE PRIMER NIVEL EN EL PAÍS	85
III.2.2.1) Estrategia a corto plazo para el turismo arqueológico-cultural	85
III.2.2.2) Estrategia a medio y largo plazo para el turismo arqueológico-cultural	86
III.2.3. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE BUCEOS. DESARROLLO COMPATIBLE CON LA CONSERVACIÓN DE LOS ARRECIFES	87
III.2.3.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de buceo	87
III.2.3.2) Estrategia a largo plazo para el turismo de buceo.....	88
III.2.4. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS. DESARROLLO DE LA POLÍTICA DE CRUCEROS DE ROATAN	89
III.2.4.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de cruceros	89
III.2.5. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE NATURALEZA: COMPATIBILIZACIÓN CON EL SOL	

Y PLAYA EN LA COSTA NORTE Y EL ARQUEOLOGICO EN COPÁN	91
III.2.5.1) Estrategia a corto plazo para el turismo de naturaleza.....	92
III.2.5.2) Estrategia a medio y largo plazo para el turismo de naturaleza	92

III.3. REGIONES TURÍSTICAS: ISLAS DE LA BAHÍA, COPÁN Y CARIBE ESMERALDA ÁREAS DE TURISMO INTERNACIONAL VACACIONAL, SAN PEDRO Y TEGUS TURISMO DE NEGOCIOS, Y EL RESTO TURISMO REGIONAL Y LOCAL FUNDAMENTALMENTE..... 93

III.3.1. ESTRATEGIA PARA LAS ISLAS DE LA BAHÍA-PRIMER NIVEL: UN LUGAR CON ENCANTO	111
III.3.1.1) Estrategia Territorial.....	113
III.3.1.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	114
III.3.1.3) Estrategia de oferta turística	114
III.3.1.4) Estrategia de gestión y organización del destino.....	115
III.3.1.5) Estrategia de comunicación y promoción	116
III.3.1.6) Estrategia de capacitación turística	116
III.3.2. ESTRATEGIA PARA EL CARIBE ESMERALDA (TRUJILLO-TELA) - PRIMER NIVEL: MOTOR TURÍSTICO DEL PAÍS.....	117
III.3.2.1) Estrategia territorial.....	118
III.3.2.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	119
III.3.2.3) Estrategia de oferta turística	120
III.3.2.4) Estrategia de comunicación y promoción	121
III.3.2.5) Estrategia de capacitación turística	121
III.3.3. ESTRATEGIA PARA LA ZONA MAYA (COPÁN)- PRIMER NIVEL; COPÁN RUINAS: POLO DE ATRACCIÓN DEL MUNDO MAYA	123
III.3.3.1) Estrategia territorial.....	124
III.3.3.2) Estrategia de infraestructuras, equipamientos y servicios.....	124
III.3.3.3) Estrategia de la oferta turística	126
III.3.3.4) Estrategia de comunicación, promoción y comercialización.....	126
III.3.4. ESTRATEGIA PARA TEGUCIGALPA Y SU ENTORNO- SEGUNDO NIVEL	127
III.3.4.1) Estrategia de consolidación	128
III.3.4.2) Estrategia de promoción	129
III.3.4.3) Estrategia de capacitación.....	129
III.3.5. ESTRATEGIA PARA SAN PEDRO SULA- SEGUNDO NIVEL.....	130
III.3.5.1) Estrategia de consolidación y desarrollo	131
III.3.5.2) Estrategia de promoción	132
III.3.5.3) Estrategia de capacitación.....	132
III.3.6. ESTRATEGIA PARA EL LAGO YOJOA Y SU ENTORNO- TERCER NIVEL ..	133
III.3.6.1) Estrategia territorial.....	134
III.3.6.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	134
III.3.6.3) Estrategia de la oferta turística	135
III.3.7. COMAYAGUA- TERCER NIVEL: CIUDAD COLONIAL Y ANTIGUA CAPITAL DE HONDURAS	136
III.3.7.1) Estrategia territorial.....	137
III.3.7.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	137
III.3.7.3) Estrategia de la oferta turística	138
III.3.8. ESTRATEGIA PARA EL CARIBE PORTEÑO- TERCER NIVEL (OMOA-PUERTO CORTÉS)	139
III.3.8.1) Estrategia territorial.....	140
III.3.8.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	140
III.3.8.3) Estrategia de la oferta turística	141
III.3.9. ESTRATEGIA PARA EL GOLFO DE FONSECA-TERCER NIVEL	142
III.3.9.1) Estrategia territorial.....	143
III.3.9.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	143
III.3.9.3) Estrategia de la oferta turística	144
III.3.10. ESTRATEGIA PARA LA ZONA LENCA (ESPERANZA-GRACIAS)- TERCER NIVEL	145
III.3.10.1) Estrategia territorial.....	146
III.3.10.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios.....	147
III.3.10.3) Estrategia de la oferta turística	147

III.3.11.	ESTRATEGIA PARA LA MOSQUITIA: PUERTO LEMPIRA- CUARTO NIVEL	148
III.3.12.	ESTRATEGIA PARA LA MOSQUITIA: DESDE EL RÍO PATUCA HASTA EL PLÁTANO- CUARTO NIVEL	150

IV. PUESTA EN MARCHA E IMPLEMENTACIÓN DE LA ENTS. REQUERIMIENTOS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA ENTS.....152

IV.1.	MARCO DE REFERENCIA	152
-------	---------------------------	-----

IV.2.	IMPLEMENTACION DE LA ENTS: UNA GESTIÓN CONCERTADA	154
-------	---	-----

IV.2.1.	Roles en la puesta en marcha e implementación de la ENTS	155
IV.2.2.	Difusión y Explicación de la ENTS	158
IV.2.3.	Coordinación Transversal.....	159
IV.2.4.	Papel del Sector Público y Privado	160
IV.2.5.	Descentralización	160
IV.2.6.	Financiación de la ENTS (Bancos de desarrollo y cooperación internacional)	161

IV.3.	MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LA ENTS	162
-------	--	-----

V. BIBLIOGRAFÍA168

El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro

OMT

DESARROLLO SOSTENIBLE: Proceso Sistematizado del Estado para alcanzar el bienestar humano incluyente y equitativo, aplicando acciones de crecimiento económico sin generar degradación del ambiente.

Ley de Ordenamiento Territorial de Honduras- DECRETO No 180-2003

Mide todo lo que se pueda medir, y lo que no hazlo medible

Galileo Galillei

En el avance de los procesos de desarrollo la voluntad política y capacidad de implementación de la Administración tiene un papel central.

(Freudenburg y Gramling, 1992)

El turismo sostenible pretende aumentar los beneficios de las comunidades receptoras manteniendo la integridad ambiental y cultural

Johannesburgo-2,002

I. VISIÓN DE LA ENTS: HONDURAS PAÍS LÍDER DE LA REGIÓN

Honduras que cuenta con una gran cantidad y variedad de recursos naturales y culturales susceptibles para su aprovechamiento turístico, característica que lo diferencia con otros países de Centroamérica (incluyendo Panamá), **debe convertirse en un líder de desarrollo turístico** dentro de la Marca Centroamericana multi destino integrado, sostenible y alta calidad.

En el resto de países predominan ciertos atractivos y la variedad no es tan latente; así Panamá basa sus atractivos en la ciudad de Panamá, su canal y un caribe de singular belleza, El Salvador con salida a un océano Pacífico de aguas poco cristalinas y arenas negras, presenta algunos volcanes de singular belleza, Belice con unas playas caribeñas y áreas naturales paradisíacas, Costa Rica ofrece la riqueza de sus áreas protegidas y paisajes, Nicaragua tierra de lagos y volcanes, con la singular Granada primera ciudad colonial y bandera turística del país, y Guatemala salta a la palestra con dos mundos, el maya e indígena encabezado por Tikal y el colonial presidido por Antigua.

Tabla de atractivos turísticos de Centroamérica

País	Arqueología	Cultura	Playas	Buceo	Naturaleza	Colonial
1. Honduras						
2. Belice						
3. Nicaragua						
4. Panamá						
5. Guatemala						
6. Costa Rica						
7. El Salvador						

Fuente: FONATUR- IHT

Sin embargo, Honduras agrupa todos ellos en un solo país, contando con más de 250 Kms. de playas caribeñas (Tela, Trujillo, La Ceiba entre otras), forma parte de la segunda barrera coralina del planeta y primera de América, los vestigios de la civilización Maya, que no solo descansa en la ciudad de Copán Ruinas¹, la más artística de todas, sino en todo un sistema de asentamientos que comienzan a descubrirse, entre ellos El Puente, Cerro Palenque y Los Naranjos, y la enigmática Ciudad Blanca, extensos bosques latifoliados, manglares y de coníferas recogidos en cerca de 100 espacios naturales protegidos, sobresaliendo la Mosquitia como segundo bosque lluvioso del continente, de singular belleza natural y riqueza faunística y paisajística, ciudades coloniales como Comayagua, las cuevas de Taulabé, y Talgua, el lago de Yojoa y un particular entorno natural y cultural, ocho grupos étnicos o culturas vivas: los garífunas, negros/ingleses, miskitos, tahwakas, pechs, lencas, tolupanes y chortis.

Con la citada riqueza de recursos naturales y culturales, y ante una realidad del planeta global, una apertura progresiva de todas las fronteras, un desarrollo tecnológico sin precedentes y una creciente comunicación intercultural, Honduras debe **desarrollar el turismo, con el objetivo de propiciar un mayor crecimiento económico, combatir la pobreza, distribuir equidad y realizar un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales contribuyendo a su conservación.**

Para ello es fundamental la puesta en marcha e implementación de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible (ENTS de aquí en adelante) que implica un desarrollo completo del sistema turístico, bajo los criterios: **enfoque de arriba a abajo, enfoque local, compatibilización de ambos, transversalidad del sector, fortalecimiento institucional, calidad, cultura turística, capacitación de recursos humanos, regionalización y sostenibilidad, así como una visión de desarrollo turístico**, que no se reduce a mejorar ingresos y a generar puestos de trabajo, como si de una mera industria se tratara, sino posibilitar una mejora de la calidad de vida de la población

¹ Se entiende esta como el conjunto de asentamientos y pueblos ubicados en el valle de Copán alrededor de la Ciudad del Templo de la Luz, incluyendo las sepulturas, los paritorios en las montañas, y ciertos hallazgos recientes en el valle.

hondureña, entendida ésta, como un incremento del nivel de renta, de las condiciones de vida y trabajo, y de las condiciones ambientales: paisaje, disminución del nivel de ruido, mejora de la calidad del agua y del aire etc.

MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA A TRÁES DEL DESARROLLO TUÉSTICO



II. MODELO TURÍSTICO FUTURO DE HONDURAS (2,006-2,021): HACIA UN DESARROLLO SOSTENIBLE

II.1. INTRODUCCIÓN: EL DISEÑO DE UN MODELO A LARGO PLAZO QUE ALCANZAR

El presente documento pretende mostrar al lector la síntesis de la fase prospectiva y planificación de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible de Honduras; se ha realizado de una manera simple, sintética y sinóptica, con el objetivo último de mostrar la situación futura que puede alcanzar el sector turístico en Honduras, su posición de liderazgo a nivel regional, los principales ejes de desarrollo y objetivos, los **productos estratégicos** que debe desarrollar en función de la demanda y del posicionamiento y diferenciación a nivel regional, los mercados emisores a los cuales debe dirigirse el sector y por segmentos, y las cuestiones transversales que afectan al desarrollo del turismo: salud, sanidad, ambiente etc.; se trata de un **desarrollo sectorial y transversal del turismo como pieza clave del motor económico del país.**

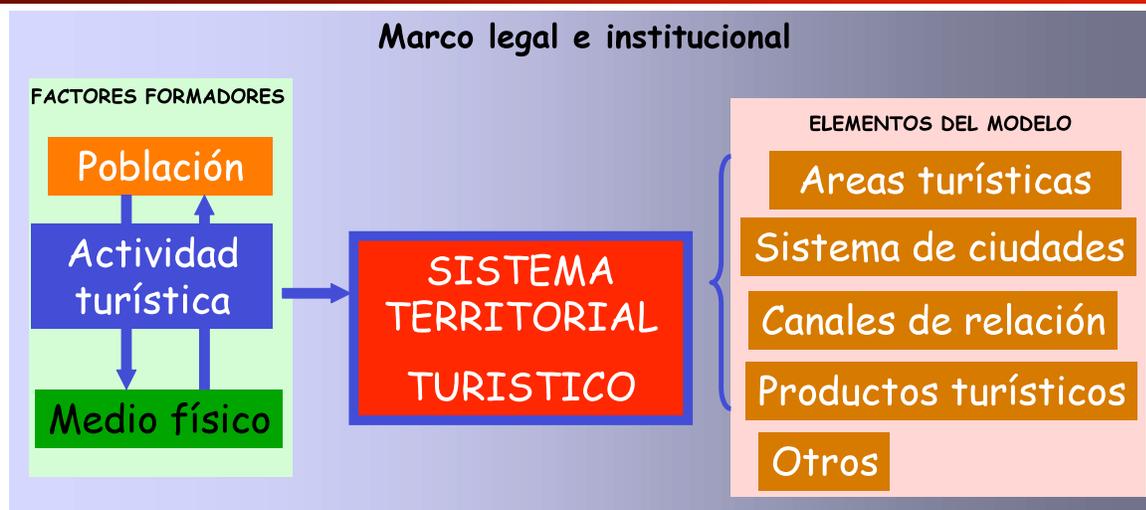
El Modelo Turístico Futuro es una imagen del sistema turístico territorial para el horizonte temporal de 2,021, representado sobre un plano en el que se muestra de forma sintética y simplificada la estructura y el funcionamiento del turismo a largo plazo (MTF-2,021): las áreas homogéneas turísticas por productos, las relaciones entre las mismas, y las cuestiones transversales de desarrollo del sector: sanidad, seguridad, ambiente, ordenamiento territorial, entre otras; los elementos que posteriormente se describen y se reflejan en el mapa adjunto son:

- Las Áreas Homogéneas Turísticas, con los productos turísticos (buceo, sol y playa, ecoturismo etc.) que pretenden consolidar, desarrollar o iniciar; los productos turísticos se han orientado a la demanda, agrupado por regiones geográficas, y establecido compatibilidades; asimismo se han establecido cuatro tipos de niveles de desarrollo, sobre los cuales debe encauzarse la gestión pública y privada

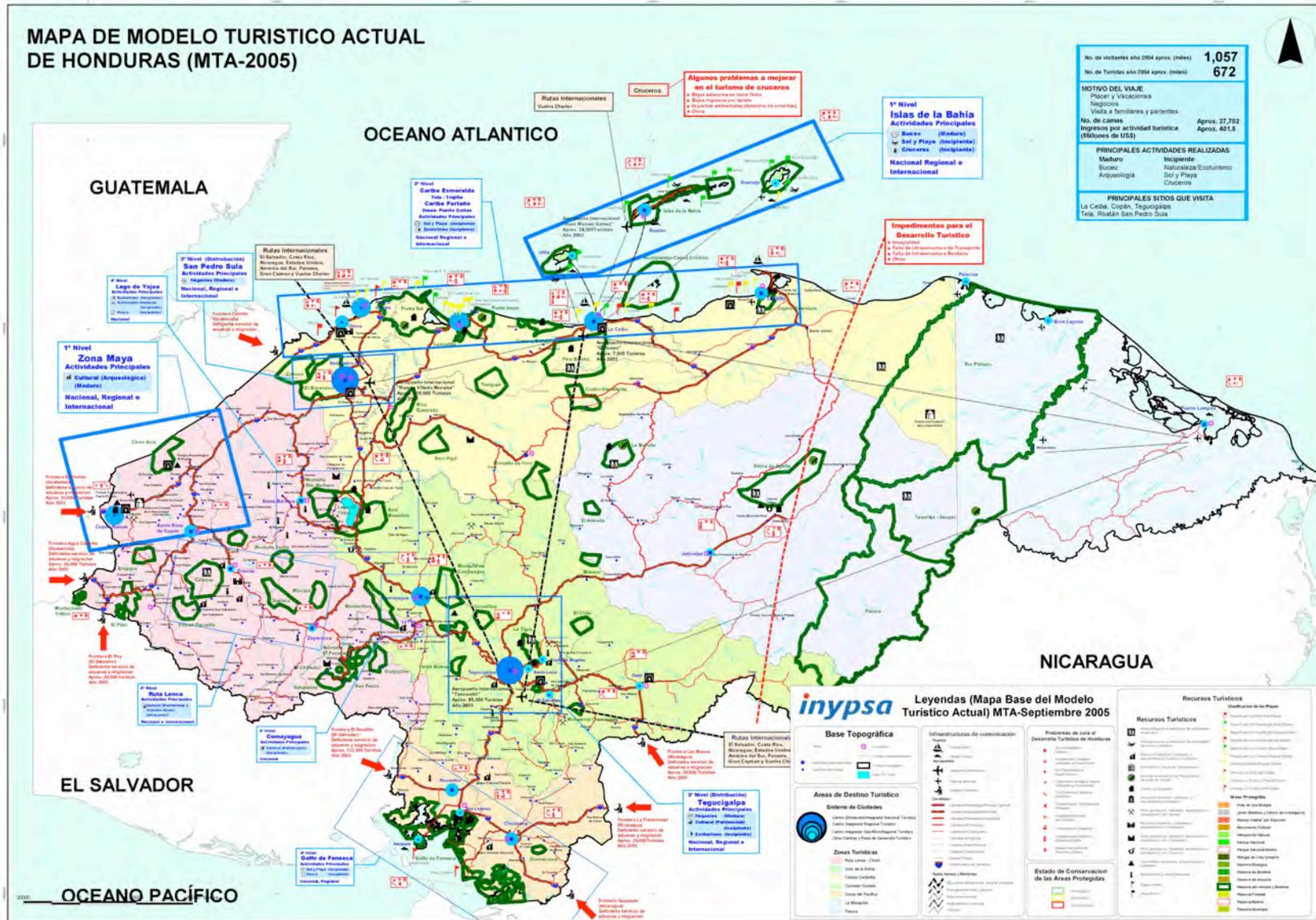
turística: primer nivel o turismo vacacional internacional, segundo o turismo de negocios, tercero o turismo regional y local, y cuarto o estado embrionario

- ✚ La distribución de los núcleos de población en el espacio, y su jerarquía o importancia relativa en relación al turismo para el 2,021, expresada generalmente por el tamaño, aunque puede medirse con otros indicadores, así como el tipo de especialización (centro distribuidor, centro integrador etc.) y su dinámica (núcleos en expansión, en receso etc.)
- ✚ Los puntos de entrada al país (vía terrestre, marítima y aérea) de cara a futuro
- ✚ Los canales de relación internos (redes de comunicación) que definen la accesibilidad y las posibilidades de interacción, así como una representación de los flujos de relación entre las áreas turísticas
- ✚ Otros elementos significativos del turismo: áreas naturales protegidas de explotación turística definidos por la Estrategia Nacional de Ecoturismo (en adelante ENE), equipamientos e infraestructuras ligadas al turismo etc.

MODELO TURÍSTICO FUTURO HONDURAS 2,021



MODELO TURISTICO ACTUAL



II.2. PRINCIPIOS ORIENTADORES: COMPATIBILIZACIÓN DE LOS ENFOQUES: DESARROLLO DE ARRIBA ABAJO Y DESARROLLO LOCAL; FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, CALIDAD Y CAPACITACIÓN ENTRE OTROS

En el año 2,021, horizonte temporal de la ENTS, Honduras debe ser un país líder en la actividad turística a nivel regional, desarrollando y diversificando sus productos y destinos, en función de la evolución de la demanda y del mercado. Las empresas, verdadero motor turístico, deben proyectarse a los mercados internacionales y ser rentables, competitivas y diversas en los ámbitos nacional e internacional.

Para ello, la SETUR/IHT pretende impulsar una estrategia turística nacional, participativa, democrática, y consensuada, profundamente integrada con los intereses de la nación, indispensable para que el país pueda consolidar un crecimiento económico sostenido y ser competitivo en un mundo que se globaliza de una manera acelerada y sin pausa; es por ello que la estrategia debe ser prospectiva y flexible, y atender a las demandas globales de los visitantes/turistas del planeta, ofreciendo productos viables, realistas y autóctonos, que sirvan para generar empleo y riqueza, y conservar el variado y rico patrimonio natural y cultural de Honduras.

La ENTS más que un plan turístico, establece un modelo de desarrollo turístico sostenible, con un carácter filosófico y conceptual, que impacte a todos los niveles sociales en las distintas regiones del territorio, conforme a un nuevo planteamiento de lo que debe ser una actividad productiva y económicamente rentable, ambientalmente responsable e incluyente, y con capacidad de propiciar y consolidar oportunidades a través de la generación de empleos calificados.

La estrategia turística de desarrollo sostenible debe establecerse en los siguientes principios orientadores:

- ❖ II.2.1. Enfoque nacional de arriba abajo
- ❖ II.2.2. Enfoque local

- ❖ II.2.3. Armonización de los dos enfoques: de arriba abajo y local
- ❖ II.2.4. Transversalidad del turismo
- ❖ II.2.5. Fortalecimiento institucional efectivo
- ❖ II.2.6. Calidad como marca distintiva del producto turístico hondureño
- ❖ II.2.7. Desarrollo de la cultura turística
- ❖ II.2.8. Capacitación de recursos humanos para el sector turismo y producción de empleos de calidad como forma de combatir la pobreza (ERP)
- ❖ II.2.9. Regionalización del desarrollo turístico
- ❖ II.2.10. Sostenibilidad del sector

II.2.1. Enfoque nacional de arriba abajo

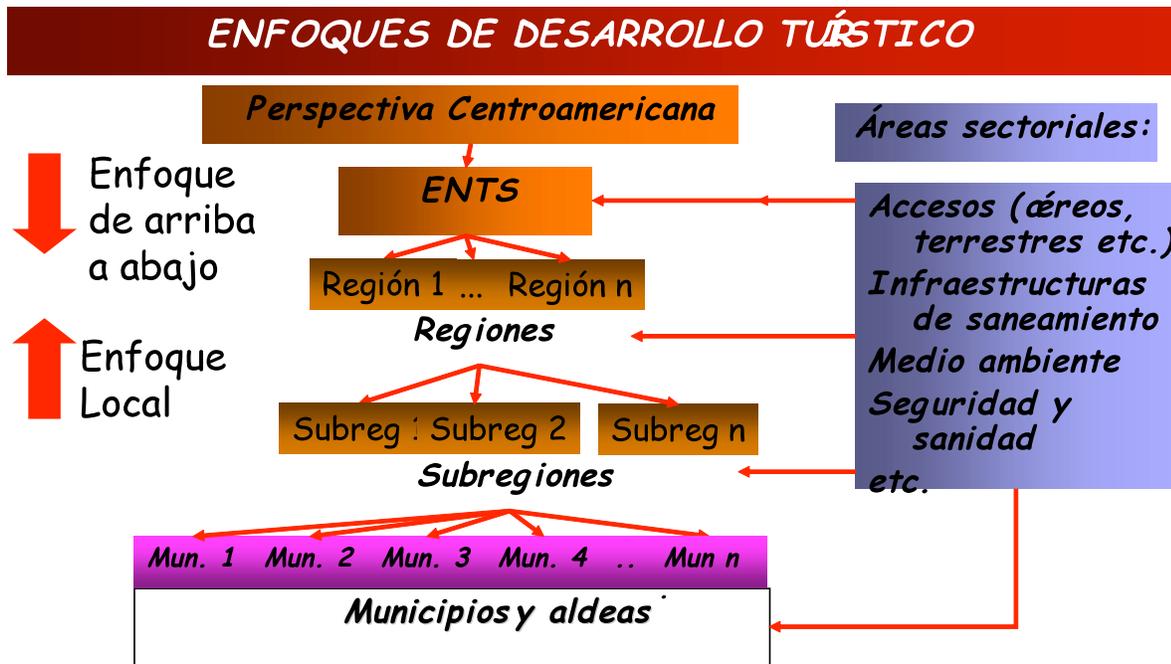
La ENTS pretende el desarrollo de políticas macro y lineamientos estratégicos a nivel nacional, que orienten al desarrollo de las distintas regiones y estas a su vez a los municipios, unidad básica de desarrollo turístico.

II.2.2. Enfoque local

La ENTS, además del enfoque macro, se inicia desde las comunidades locales; desarrollo del turismo desde la perspectiva local, es decir, promoción de actividades y empresas turísticas locales (MIPYMES) con un enfoque de promoción de los recursos endógenos: naturales, culturales y patrimoniales.

II.2.3. Armonización de los dos enfoques;

Búsqueda de la complementariedad y compatibilidad de los dos enfoques, desde arriba dando orientaciones y directrices, y desde abajo desarrollando la actividad según las anteriores; las iniciativas y proyectos locales deben coordinarse y armonizarse con las directrices y lineamientos políticos de arriba abajo: país, región y municipio.



II.2.4. Transversalidad del turismo

El desarrollo turístico nacional debe basarse en el compromiso y participación de diversos sectores que coadyuvan al desarrollo del turismo: transporte, telecomunicación, infraestructuras básicas, ambiente, seguridad, sanidad, entre otros.

II.2.5. Fortalecimiento institucional efectivo,

La puesta en marcha e implementación de la ENTs es responsabilidad del sector público y privado; el público a través del IHT/SETUR, como organismo regulador, ordenador, facilitador y promotor de la actividad turística, las mancomunidades, municipalidades y las secretarías públicas implicadas (SERNA, SOPTRAVI, Secretaría de Gobernación y Justicia, entre otras), y el privado mediante las empresas privadas, organizadas en Cámara Nacional, Regionales y Municipales, como unidades motoras de la actividad turística; para ello es fundamental el fortalecimiento institucional efectivo, de los entes gubernamentales y privados encargados y relacionados con el tema turístico, para que la estrategia nacional determine la organización, y no al revés.

II.2.6. Calidad² como marca distintiva del producto turístico hodureño.

Sin duda uno de los factores clave para la visita y para la repetición de la visita a los destinos es la calidad en el servicio. La calidad en términos del costo precio/valor de lo que paga un cliente al recibir un servicio puede señalar entre otras cosas la ventaja o desventaja competitiva para un destino turístico. Dentro de este contexto la cadena de valor que se forma en la elaboración y entrega del producto es esencial, ya que la pobre calidad de los productos y servicios trae consigo que los beneficios asociados al turismo, no se den en la magnitud necesaria, por lo que es indispensable el consolidar una cultura empresarial para impulsar la calidad de los productos y servicios. Es necesario establecer dentro de todo el proceso de atención al turista, los mínimos indispensables de satisfacción, estableciendo mecanismos para medir, mejorar y difundir los estándares de calidad y cuidar con sumo detalle que calidad y servicio marchen a la par.

Dentro de los retos que enfrenta el sector en la instrumentación y difusión de los procesos de calidad, está el poder separar claramente, la responsabilidad y corresponsabilidad de los diversos sectores público, privado y social en las labores de calidad en el servicio y la cultura turística, es así que es necesario instrumentar los esfuerzos por la certificación de calidad de servicios y ambiental, la capacitación en la empresa, la sensibilización turística y educación ambiental de la población y la formación de recursos humanos vinculados estrechamente a las necesidades del sector.

II.2.7. Desarrollo de la cultura turística

Si bien es cierto, el desarrollo de productos y la promoción de los mismos son tareas determinantes para la conformación de una oferta efectiva, resulta igualmente importante la aportación que a este propósito debe hacer una planta productiva altamente competitiva y un capital humano cuyo desempeño observe condiciones, de profesionalismo y una absoluta disposición hacia la cultura del servicio y de la atención. Con base a lo anterior se establece que el sector turístico se beneficiará al contar con cuadros mejor preparados

² Hay que reseñar los esfuerzos iniciados por el IHT en cuanto a comenzar a adoptar un sistema de categorización hotelera en las principales ciudades turísticas del país.

que redunden en mayor calidad de los servicios y productos. **No hay empresas ni productos de calidad, sin personas de calidad.** La cultura turística debe entenderse como una serie de conocimientos y valores que mediante su práctica, con las actitudes y costumbres favorece el fomento y desarrollo de la actividad turística. Cultura Turística es estar preparados para recibir y atender apropiadamente a los turistas que decidan visitar Honduras o bien a los mismos hondureños que se desplazan y hacen uso de servicios turísticos. Será muy importante que además de hacer sentir confortable al visitante, se le brinde apoyo y servicios de calidad. La cultura turística debe fomentarse entre todos los hondureños desde la educación inicial, a efecto de lograr formar una actitud favorable hacia los visitantes. Adicional a lo anterior y de cara al modelo turístico futuro de Honduras, se requiere del desarrollo de una cultura turística que permita correlacionar adecuadamente a los turistas con las comunidades receptoras y con el entorno natural y cultural. La Cultura turística en Honduras se presenta entonces como una necesidad orientada a que:

1. Las comunidades (incluyendo a niños y jóvenes) que conforman los municipios ubicados dentro de las diferentes zonas identificadas en el modelo turístico futuro participen en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para comprender, implicarse y participar activamente en la actividad turística.
2. Los prestadores de servicios turísticos se interesen por la capacitación y la certificación de sus competencias para operar y prestar servicios turísticos de calidad.
3. Los empresarios (incluyendo los micros, pequeños y medianos) establezcan procesos y sistemas de calidad (por ejemplo, en manejo higiénico de los alimentos) que garanticen la seguridad y competitividad de los servicios.
4. El impulso de la participación de la micro, pequeña y mediana empresa en acciones que conlleven los procesos de operación de las mismas a esquemas de calidad y de modernización y a la certificación del servicio que prestan.

Honduras, al igual que los países con mayor desarrollo turístico, otorga una significativa relevancia al fortalecimiento de la cultura turística; para ello se definen 10 principios básicos:

1. Recibir al visitante con calidez y amabilidad

2. Tratarlo como nos gustaría que nos trataran
3. Ofrecerle siempre un servicio o apoyo amigable y rápido
4. Mostrar interés por capacitarse o estudiar continuamente
5. Conocer nuestras ciudades y atractivos para poder brindar orientación oportuna y confiable
6. Promover con orgullo nuestros atractivos
7. Cuidar y contribuir a la conservación de las áreas protegidas, monumentos y zonas de interés de la localidad
8. Comentar con compañeros amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos
9. No abusar nunca del turista cobrando más o prometiendo lo imposible
10. La mejor cara será siempre una sonrisa.

II.2.8. Capacitación de recursos humanos para el sector turismo y producción de empleos de calidad como forma de combatir la pobreza (ERP)

Una de las ventajas comparativas de la actividad turística, y quizá la más importante desde el punto de vista social es su alta capacidad de generación de empleos, principalmente en los niveles básicos y operativos que, si bien es cierto requieren de sistemas integrales de formación profesional y de acciones permanentes de capacitación, éstos pueden instrumentarse de manera planificada y organizada.

Dentro de la actividad turística de cara a futuro se precisa profesionalizar la prestación de servicios. Las empresas no pueden continuar operando sin pensar en programas integrales de capacitación y de actualización profesional de sus propietarios en el caso de micro y pequeñas empresas y para trabajadores de la industria en general.

El tema de los recursos humanos es de vital importancia dentro de esta estrategia, que considera la incorporación de las zonas turísticas ya existentes bajo dos aspectos fundamentales, uno desde el punto de vista del área de influencia o de impacto y el otro como área de apoyo o de soporte.

Desde esta perspectiva deberá considerarse:

1. La formación profesional de los recursos humanos que requerirá la operación de la planta turística que habrá de generarse en las zonas a desarrollar, por ejemplo de en la Bahía de Tela o en los alrededores de las áreas naturales protegidas y nuevos parques arqueológicos.
2. La actualización profesional permanente de los recursos humanos que actualmente laboran en las empresas de servicios turísticos en los centros turísticos considerados como área de influencia y de apoyo de los definidos como de mayor potencial.
3. Diseño y elaboración de medios e instrumentos que permitan llevar a cabo los programas de actualización y formación profesional de los recursos humanos.

A nivel nacional debe estimularse toda una dinámica que posicione en un lugar preferente todo lo relativo a formación y capacitación de recursos humanos y desarrollo de cultura turística como pilares fundamentales para el posicionamiento y competitividad de los destinos.

A partir de la regionalización del Modelo Turístico Futuro, y mediante una estrecha coordinación entre el IHT y la CANATURH, pueden coordinarse una serie de acciones de carácter general como las siguientes:

- Identificar entidades del sector público y privado, con quienes establecer alianzas estratégicas: Secretaría de Educación, Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP), Hotel Escuela Madrid, Centro Asesor para el Desarrollo de los Recursos Humanos (CADERH), Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), Cámaras de Comercio e Industrias, Corporaciones Municipales, Empresas de Tarjetas de Crédito, Enlaces con Universidades (UNITEC, CEDAC, etc) entre otros.
- Determinar para cada región, necesidades actuales y futuras de formación y capacitación a efecto de hacer un uso más eficiente de las capacidades y de las instancias que ofrecen servicios de formación, el objetivo se orientará a que se ofrezcan oportunidades en función de la demanda.
- Estimaren función del crecimiento de la oferta y la demanda de servicios turísticos en cada Zona las necesidades en materia de:
 - Hospedaje
 - ❖ Alimentos y Bebidas

- ❖ Servicios Turísticos Complementarios
- ❖ Otros Servicios Turísticos
- ❖ Guías turísticos

Identificar las necesidades de actualización profesional o capacitación en el trabajo:

- ❖ Por ramas de Actividad Turística
 - ❖ Por áreas ocupacionales
 - ❖ Por niveles de puestos
- Realizar para cada región un inventario de los recursos e iniciativas disponibles y aprovechables y que puedan ponerse al servicio de las acciones de formación, lo anterior permitirá racionalizar el aprovechamiento de los recursos. Como ejemplo puede citarse las actividades y programas que en los últimos años se han desarrollado a través del Proyecto Turismo Costero Sostenible y el Proyecto Desarrollo Regional del Valle de Copan en la Zona Maya y en el Caribe Esmeralda.
 - Establecer para cada región los elementos y conceptos que serán las ideas fuerza dentro del diseño de las campañas de cultura turística.
 - Utilizar las estaciones de radio, canales de televisión local y de cobertura nacional para la difusión de mensajes, estableciendo un plan de medios que pueda pactarse con los prestadores de servicios.
 - Negociar con empresas directamente relacionadas y beneficiadas a través del consumo de productos y servicios turísticos, como las tarjetas de crédito el desarrollo de productos e iniciativas que favorezcan la capacitación y la cultura turística. Existen experiencias de mucho éxito a nivel internacional, tal es el caso de VISA que por muchos años ha desarrollado en México el programa “La calidad soy yo” así como otra experiencia con American Express denominada Excelencia en el Mundo Maya.
 - Implantar sobre todo en los municipios ubicados dentro de la regionalización, que a través del sistema educativo nacional se introduzca en las escuelas el elemento de cultura turística pudiendo utilizar cartillas turísticas, algunas de las cuales han sido ya diseñadas con mucha calidad.
 - Coordinar con las organizaciones privadas de desarrollo y ONGS que trabajan en programas de capacitación y fortalecimiento de la micro y pequeña empresa, el

diseño de programas de capacitación con orientación a la calidad de los servicios turísticos.

- A través de instancias como CADERH y el Programa Nacional de Competitividad coordinado por FIDE, el establecimiento de estándares como mecanismos indispensables para medir, mejorar y difundir parámetros de calidad, y que como segundo paso se llegue a la certificación de los prestadores de servicios turísticos³.

II.2.9. Regionalización del desarrollo turístico (ver apartado III.3)

El desarrollo del turismo debe realizarse atendiendo a los recursos humanos, naturales, construidos y culturales endógenos que presentan las distintas regiones turísticas, buscando potenciar las que presentan ciertas ventajas comparativas en relación a un determinado atractivo o segmento.

II.2.10. Sostenibilidad del sector

Entendida la sostenibilidad desde la perspectiva multifacética: ambiental, social, cultural y económica, es decir, buscando el desarrollo económico de la sociedad, procurando el bienestar humano de una manera incluyente y equitativa, y contribuyendo a la conservación del patrimonio natural. (Según la OMT, el desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro y según la cumbre de Johannesburgo-2,002 el turismo sostenible pretende aumentar los beneficios de las comunidades receptoras manteniendo la integridad ambiental y cultural)



³ La Evaluación Ambiental Estratégica hizo un análisis y recomendó la creación de una Unidad de Capacitación que estuviera supervisando y monitoreando los recursos humanos y además participando en las reformas a los currículos de carreras ya sean técnicas o licenciaturas, etc.

II.3. ESTILO DE DESARROLLO PREVISTO EN LA ENTS: ENDÓGENO, PLANIFICADO, PARTICIPATIVO, Y PROSPECTIVO, ENTRE OTROS

A su vez, el estilo de desarrollo que se prevé para la ENTS parte de los siguientes criterios:

1. **Endógeno**, parte de los recursos propios: naturales, construidos y humanos y territoriales, de cada comunidad y región turística
2. **Integrado y sistémico**, afectando a todos los sectores y procurando la consecución de sinergias positivas entre ellos.
3. **Flexible**, susceptible de ser reconducido, una vez puesto en marcha, sin graves quebrantos económicos, sociales o territoriales.
4. **Participativo**, se plantea desde la opinión y sensibilidad de la población afectada y cuenta con su aceptación.
5. **Concertado**, negociado entre los diversos agentes socioeconómicos de tal manera que se repartan correctamente las responsabilidades entre ellos.
6. **Prospectivo**, es decir imaginando escenarios futuros diversos.
7. **Sostenible**, solidario, temporal y espacialmente, y enmarcado en los criterios que definen la racionalidad en el uso de los recursos del entorno.
8. **Planificado**, conducido de forma ordenada e inteligente hacia el futuro.

Esquema del estilo de desarrollo de la ENTS (planificado, endógeno y participativo)



II.4. OBJETIVOS GENERICOS Y ESPECIFICOS QUE APUESTAN AL TURISMO SOSTENIBLE

Una vez definidos los principios orientadores y los criterios que definen la ENTS pasamos se identifican los objetivos que se persiguen para el desarrollo turístico de Honduras para el año 2,021.

El objetivo último de la estrategia de turismo consiste en aumentar el número de visitantes y turistas, y los ingresos producidos a través de los anteriores; para ello es necesario, crear nuevos productos y mejorar los existentes, aumentar de las tasas de ocupación, el gasto diario promedio, y la tasa de pernотaciones, entre otros; ello solo es posible mediante la construcción de un modelo de desarrollo turístico de primer nivel, capaz de satisfacer las expectativas de los visitantes y crear riqueza en las comunidades receptoras, considerando el fortalecimiento de la identidad nacional y la revalorización del patrimonio cultural y natural.

En este marco, se proponen cinco grandes grupos de objetivos fundamentales de la ENTS:

- ✚ OBJETIVOS DE CARACTER ECONOMICO- TURISTICO**
- ✚ OBJETIVOS DE INDOLE SOCIAL Y CULTURAL (VINCULACIÓN DEL TURISMO CON LA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA-ERP)**
- ✚ OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO**
- ✚ OBJETIVOS AMBIENTALES**
- ✚ OBJETIVOS DE FORTALECIMIENTO LEGAL E INSTITUCIONAL**

OBJETIVOS DE CARACTER ECONOMICO- TURISTICO

1. Aumentar el número de visitantes totales

META n° 1. Crecimiento de visitantes totales

META n° 1	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Nº. TOTAL DE VISITANTES (incluyendo Cruceristas)	1,056.6	1,676.6	2,116.7	2,894.2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT (datos en miles)

2. Aumentar el número de turistas y el porcentaje de turistas vacacionales en relación a los visitantes (incluye los excursionistas y cruceristas)

META n°2. Crecimiento de turistas totales en relación a los visitantes

META n° 2	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Nº. DE TURISTAS (QUE PERNOCTAN)	672.1	1,173.6	1,566.4	2,315.3
% DE TURISTAS EN RELACIÓN A LOS VISITANTES	64%	70%	74%	80%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT (datos en miles)

3. Aumento de la estadía promedio por turista

META n° 3. Aumento de la estadía promedio por turista

META n° 3	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Estadía promedio por turista	12.5	13	14	15

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

4. Mejora de la oferta hotelera existente y creación de nueva oferta hotelera

META n° 4. Crecimiento de plazas hoteleras

META n° 4	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
N° Habitaciones	19,519	27,427	33,020	43,452
N° Camas	27,703	38,927	46,865	61,671

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

5. Incrementar la tasa de ocupación hotelera

META n° 5. Incremento de la tasa de ocupación hotelera

META n° 5	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Caribe Esmeralda	50 %	60 %	70 %	73 %
Islas de la Bahía	60 %	70 %	73 %	73 %
Copán	35 %	45 %	55 %	65 %
San Pedro Sula	58 %	68 %	73 %	73 %
Tegucigalpa	62 %	72 %	73 %	73 %
Resto del país	35 %	45 %	55 %	65 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

6. Aumentar los ingresos por el desarrollo de la actividad turística

META n° 6. Aumento de los ingresos por la actividad turística

META n° 6	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Gasto promedio diario por turista (US\$)	51.6	65.3	73.5	84.4
Ingreso de divisas (millón de US \$)	401.5	888.7	1414.4	2522.8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

7. Fomentar la creación, diversificación y difusión de nuevos productos turísticos

META n° 7. Creación, diversificación y difusión de nuevos productos turísticos

META n° 6	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Productos	<ol style="list-style-type: none"> Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa 	<ol style="list-style-type: none"> Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo 	<ol style="list-style-type: none"> Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo 	<ol style="list-style-type: none"> Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo Patrimonio colonial Turismo rural Golf
Estado	<ol style="list-style-type: none"> Maduro En desarrollo En desarrollo Incipiente Embrionario 	<ol style="list-style-type: none"> Maduro Maduro En desarrollo En desarrollo Incipiente Embrionario 	<ol style="list-style-type: none"> Maduro Maduro Maduro Maduro En desarrollo Incipiente 	<ol style="list-style-type: none"> Maduro Maduro Maduro Maduro Maduro En desarrollo Embrionario Embrionario Embrionario

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

OBJETIVOS DE INDOLE SOCIAL Y CULTURAL (VINCULACIÓN DEL TURISMO CON LA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA-ERP)

8. Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local

META n°8. Crecimiento de puestos de trabajo ligados al sector turismo

META n° 8	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Empleos directos	43,172	68,509	86,490	118,257
Empleos indirectos	50,301 ⁴	79,821	100,773	137,784
Empleos totales	93,473	148,330	187,263	256,041

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

9. Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades

META n° 9. Integración de las etnias y comunidades locales en los proyectos turísticos

META n° 9	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de proyectos comunitarios (participación de etnias)	6 ⁵	12	18	24
Cantidad de Asociaciones de Guías con participación de etnias y comunidades locales	2 ⁶	5	7	10

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

⁴ Ratio relacionando el número de habitaciones * 2.7

⁵ 1 Biosfera, 2 Pico Bonito, 1 Cayos Cochino, 1 JB La Lacentilla, y 1 en Amapala

⁶ En la actualidad en Copán y Ruta Lenca.

10. Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural, como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras

META n° 10. Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural de Honduras

META n° 10	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Parques arqueológicos- Monumentos Culturales con Plan de Manejo	1 ⁷	3	5 ⁸	7
Parques arqueológicos- Monumentos Culturales con Plan de Uso Turístico	0	3	5 ⁵	7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

⁷ Copán Ruinas

⁸ Cerro Palenque, Fortaleza de San Fernando, El Puente y Los Naranjos

OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO

11. Promoción efectiva en los mercados: nacional, regional e internacional

META n° 11. Participación en ferias y congresos

META n° 11	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Participación en ferias y congresos internacionales	8 ⁹	12	16	20

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

12. Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos

META n° 12. Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos

META n° 12	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Turistas norteamericanos	204.1 (30%)	410.8	548.2	810.4
Turistas centroamericanos	388.7 (56%)	528.2	704.9	1041.9
Turistas europeos	48.5 (7%)	176.1	235.0	347.3
Resto del mundo	30.7 (5%)	58.7	78.3	115.8
TOTAL	672.1 (100%)	1,173.6 1 (100%)	1,566.4 1 (100%)	2,315.3 1 (100%)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT; proyección a futuro: 35 % NORTEAMERICANOS, 45% CENTROAMERICANOS, 15% EUROPEOS, Y 5 % RESTO

⁹ Se considera de septiembre de 2004 a junio de 2005; según datos del IHT DEMA Show 2004 en Houston, 20 th Annual Travel & Leisure Show en Toronto, World Travel Market en Londres, FITUR 2005 en Madrid, Adventures in Travel Expo en WDC, BIT 2005, Milan, ITB 2005 Berlin, Sea Trade Miami Beach, FL

OBJETIVOS AMBIENTALES

13. Compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales

META n° 13. Compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación y preservación de los recursos naturales

META n° 13	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Áreas protegidas de la ENE que cuentan con Plan de Manejo aprobado	12 ¹⁰	20	25	30
Áreas protegidas de la ENE que cuentan con Plan de de Uso Público aprobado	5 ¹¹	12	20	25

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

¹⁰ Según datos de SERNA cuentan con plan de manejo (algunos están finalizados y pendientes de aprobación): Bahía de Chismuyo, Capiro Calentura, Cerro Azul Meambar, Cuero y Salado, Cusuco, La Muralla, la Tigra, Laguna de Guaymoreto, Jjeannette Kawas, Río Plátano, Sierra de AgaltaAsalta y Turtle Harbour.

¹¹ en la actualidad solo las 3 de tela y las 2 de Ceiba RVSCS y PNPB

14. Incorporar la dimensión ambiental en programas, planes y proyectos

META n° 14. Incorporación de la dimensión ambiental en proyectos, planes y programas

META n° 14	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Cantidad de áreas protegidas que estén participando en el Programa SAVE.	0	2	4	7 ¹²
Cantidad de Hoteles implementando buenas practicas	0	20	30	40
Cantidad de Hoteles participando en programas de reciclaje	11 hoteles en Ceiba.	20	30	40
Realización y ejecución de Planes de Ordenamiento Territorial con su respectiva Evaluación Ambiental Regional	0	1	2	3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

¹² PNJK, PNPI, PNPB, RVSCS, MNMCC, RBHRP y Turtle Harbour

OBJETIVOS DE FORTALECIMIENTO LEGAL E INSTITUCIONAL

- 15. Realizar una gestión eficaz y adecuada del IHT/SETUR como organismo que acompaña y favorece mediante políticas, directrices, estrategias, y proyectos, el desarrollo de las empresas turísticas, motor económico del sector**

META n° 15. Mejora de la gestión del IHT/SETUR

META n° 15	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de estudios/proyectos/planes realizados por el IHT (periodo cuatrienal) de carácter regional	15	25	35	45
Planificación y gestión de ABRES, o planes turísticos en zonas turísticas declaradas en la ENTS	0 (2 a 2005)	3 ¹³	5 ¹⁴	12 ¹⁵

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

- 16. Mejorar la coordinación entre el sector público y privado, a través de la SETUR/IHT, CANATURH; Cámaras Regionales y Comisiones Municipales de Turismo, entre otras**

META n° 16. Mejora de la coordinación entre el sector público y privado

META n° 16	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de proyectos realizados conjuntamente	10	25	35	45

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

¹³ Bahía de Tela, Copán e Islas de la Bahía

¹⁴ Areas turísticas de primer y segundo nivel

¹⁵ Todas las áreas turísticas (primer nivel, segundo, tercero y cuarto)

17. Descentralizar la gestión turística, a través de las Cámaras Regionales y Unidades Turísticas Municipales

META n° 17. Descentralización de la gestión turística

META n° 17	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Cámaras de Turismo	8 ¹⁶	10	12	14
Unidades Turísticas Municipales	41	45	50	55

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

¹⁶ Roatan, La Ceiba, Tela, Omoa-Puerto Cortes, San Pedro Sula, Copán, zona sur Choluteca, y Tegucigalpa.

II.4.1. OBJETIVOS DE CARACTER ECONOMICO- TURISTICO

Este conjunto de objetivos va encaminado a mejorar la actividad económica turística, a través, de generar productos sólidos, diversos, regionales y orientados a los atractivos y recursos endógenos; a través del desarrollo de los productos y su mercadeo a distintos segmentos específicos de mercado se pretende: aumentar el número de visitantes totales, y por ende, los turistas, los excursionistas y los cruceristas, aumentar el porcentaje de turistas (considerando estos los que realizan al menos una pernoctación) en relación a los excursionistas, y el gasto total y promedio; se desglosan en:

II.4.1.1) Aumentar el número de visitantes totales

Este objetivo se orienta a lograr que la industria turística entendida como el conjunto de actividades económicas a que da lugar el viaje o traslado de personas, sea más poderosa de lo que tradicionalmente se ha supuesto para impulsar la economía nacional y la de las regiones identificadas primordialmente a través de la estrategia, y hacer posible que los flujos de visitantes aumenten significativamente; lo anterior estará directamente relacionado, con la capacidad que el país desarrolle para provocar motivaciones de viaje en función de sus atractivos y productos turísticos desarrollados y consolidados en el tiempo, de las condiciones generales: seguridad, sanidad, entre otras y calidad de los servicios. El objetivo es lograr un incremento que oscile entre el 8 y 4 % anual, hipótesis conservadora, considerando los niveles de crecimiento de los últimos años¹⁷; la apuesta es por consolidación del turismo y de calidad; se comienza por una hipótesis del 8 % mas alta, motivados por el impulso que la administración pública y la iniciativa privada, tienen

¹⁷ El ritmo de crecimiento en los últimos cuatro años ha oscilado de 8-10 %.

Años	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
% de crecimiento	5 %	14 %	21 %	9 %	6 %	10 %	9 %

El año 1998 tiene un crecimiento bajo por el efecto Mitch, y los dos siguientes agrupan el desarrollo del citado año.

Año	2002	2003	2004
Visitantes	788,100	886,600	1,056,600
Turistas	549,500	610,500	672,100
Excursionistas	238,600	276,100	384,500

previsto dar a partir del proyecto Bahía de Tela, y propio a un destino incipiente, para poco a poco acercarse a 6 y 4%, mas característicos de países en vías de desarrollo; así el objetivo para la próxima administración está en llegar a cerca de 1,7 millones de turistas, en el medio plazo acercarse lo máximo posible a los 2,2, y en el largo plazo llegar a la cifra de casi 3 millones.

META n°1. Crecimiento de visitantes totales

META n°1	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Nº. TOTAL DE VISITANTES (incluyendo Crucevistas)	1,056.6	1,676.6	2,116.7	2,894.2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT (datos en miles)

II.4.1.2) **Aumentar el número de turistas y el porcentaje de turistas vacacionales**

En la actualidad (año 2,004) el número de turistas es de 672,100¹⁸, ocupando el 64 % de los visitantes totales; el objetivo es incrementar el porcentaje de turistas en relación a los excursionistas (incluye cruceristas) de una manera paulatina, es decir el 70 % en el corto plazo, el 74 % en el medio y el 80 % en el largo. Además dentro del rubro de turistas, se pretende incrementar los vacacionales, en relación a los de negocios, misiones religiosas y otros.

META n°2. Crecimiento de turistas totales en relación a los visitantes

META n° 2	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Nº. DE TURISTAS (QUE PERNOCTAN)	672.1	1,173.6	1,566.4	2,315.3
% DE TURISTAS EN RELACIÓN A LOS VIISTANTES	64%	70%	74%	80%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT (datos en miles)

Según la encuesta los datos del IHT (Ingreso de turistas por motivación-datos 2004) los turistas vacacionales ascienden al 45 % de los totales; el resto viajan por negocios o trabajo en cooperación, misiones religiosas, a visitar amigos o parientes; el objetivo es incrementar el porcentaje de turistas vacacionales. Asimismo según la encuesta el 63.9 % se hospeda en hoteles o similares, por lo que el objetivo es aumentar el porcentaje de turistas que se hospeda en los mismos.

¹⁸ Incluyen cooperantes y extranjeros que trabajan o colaboran en misiones cortas, parientes en USA y otros lugares de Centroamérica que visitan Honduras un periodo largo, extranjeros que vienen en misiones religiosas etc.

II.4.1.3) Aumentar la estadía promedio por turista

El reto que se planea en este caso consiste en incrementar la estadía ó pernoctaciones medias, y mejorar la imagen que se llevan a su lugar de residencia sobre Honduras.

Lo anterior será únicamente posible si se dispone de una oferta que reúna las condiciones para motivar el viaje o visita. Por lo que no basta contar con los atractivos mismos, sino además que esos atractivos estén estructurados en destinos capaces de movilizar corrientes de viajeros, que puedan planificar mayores períodos de pernoctación y niveles de gasto y que al final en base a su experiencia, por el método de comercialización adecuado y con las tecnologías modernas existentes se logre expandir futuros flujos de turismo vacacional.

El objetivo es llegar a 13 días de estadías promedio por turista en el corto, 14 días en el medio y 15 días en el largo plazo.

META n° 3. Aumento de la estadía promedio por turista

META n° 3	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Estadía promedio por turista	12.5	13	14	15

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.1.4) **Mejorar la oferta hotelera existente y crear oferta hotelera nueva**

Para impulsar el desarrollo turístico del país y albergar la capacidad de turistas prevista para el corto, medio y largo plazo es necesario mejorar la oferta hotelera existente y crear nuevas plazas hoteleras, apostando por hoteles de tamaño grande y mediano, y los boutique hoteles (en torno a las 50-100 habitaciones) de calidad media y alta. Las áreas que se deben potenciar según las capacidades de carga o acogida de cada uno de los destinos son:

- ❖ Caribe Esmeralda (Tela-Trujillo)
- ❖ Copán
- ❖ Islas de la Bahía

Resto de áreas de segundo, tercer y cuarto nivel

META n° 4. Crecimiento de plazas hoteleras

META n° 4	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
N° Habitaciones	19,519	27,427	33,020	43,452
N° Camas	27,703	38,927	46,865	61,671

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.1.5) Incrementar la tasa de ocupación hotelera

Este objetivo consiste en incrementar la tasa de ocupación en hoteles y alojamientos hoteleros, principalmente en la zona maya, y resto de zonas de tercer y cuarto nivel (ver regionalización) que son los que presentan una ocupación más baja, hasta llegar a un 73 % (dato de ocupación hotelera óptima según la OMT)

META n° 5. Incremento de la tasa de ocupación hotelera

META n° 5	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Caribe Esmeralda	50 %	60 %	70 %	73 %
Islas de la Bahía	60 %	70 %	73 %	73 %
Copán	35 %	45 %	55 %	65 %
San Pedro Sula	58 %	68 %	73 %	73 %
Tegucigalpa	62 %	72 %	73 %	73 %
Resto del país	35 %	45 %	55 %	65 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.1.6) **Aumentar los ingresos por el desarrollo de la actividad turística**

Para que la sociedad y la economía hondureña puedan participar activamente en el mercado turístico internacional y regional mediante esquemas que optimicen las relaciones costo/ beneficio el objetivo será tomar como marco de referencia para orientar las futuras acciones la presente estrategia que busca la diferenciación de sus productos y de su imagen en general, así como el aprovechamiento eficiente de los recursos disponibles y la amplia distribución de los beneficios que generan los flujos de visitantes.

Debe de inicio pensarse en habilitar un equipamiento turístico de pequeña y mediana escala que favorezca el desarrollo de grupos empresariales locales y logre una distribución más equitativa de los beneficios del turismo.

Aprovechar y potenciar en el corto plazo iniciativas como el Fondo Prosperidad y el Fondo de Fomento al Turismo y otros programas similares que tengan un impacto valioso para la economía local.

META n° 6. Aumentar los ingresos por la actividad turística

META n° 6	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Gasto promedio diario por turista (US\$)	51.6	65.3	73.5	84.4
Ingreso de divisas (millón de US \$)¹⁹	401.5	888.7	1414.4	2522.8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

¹⁹ Hipótesis: **Aumento de ingresos** (2004-2010)- 8% (2010-2014)- 7-6% (2014-2021)- 5-4%. En función de **1. Crecimiento de visitantes anual, 2. Porcentaje de turistas en relación a los visitantes, 3. Crecimiento plazas hoteleras, 4. Aumento de las tasas de ocupación y 5. Aumento de las estadías promedio por turistas**

II.4.1.7) Fomentar la creación, diversificación y difusión de productos turísticos

El sector turístico nacional debe ser desarrollado a partir de las ventajas comparativas, en cuanto a recursos, infraestructuras y oferta, substancialmente, que presentan las distintas regiones del país; estas regiones, con cierto carácter homogéneo, en función de sus características ambientales, sociales, culturales, y fundamentalmente de la oferta turística existente (sobre entendiendo que la misma está fundamentada en recursos endógenos) deben enfocarse a unos productos estratégicos: buceo, sol y playa, ecoturismo etc.

Una vez definidos los productos y la oferta regional, en función de los valores endógenos y ventajas comparativas y competitivas, se debe realizar una estrategia de captación de visitantes a los segmentos de mercados potenciales (población norteamericana joven con inquietudes en el buceo, salvadoreños maduros de alto poder adquisitivo etc.).

Según lo anterior la secuencia lógica es: sobre los atractivos naturales y culturales y con los recursos humanos existentes en cada zona homogénea, se definen los productos turísticos a desarrollar; estos se desarrollan en paralelo y de una manera acompasada e incremental mediante la promoción y mercadeo a determinados segmentos específicos de mercado (nacionalidad, edad, preferencias, etc.); es decir, se genera un producto (oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales), se mercadea y promociona, y en función del éxito, volvemos a desarrollar el producto, se continua mercadeando y promocionando hasta que el producto obtenga un grado de madurez aceptable, en función de la cuota de mercado a la que se dirija, y al umbral máximo de crecimiento.

En cuanto a los productos existentes en Honduras se clasifican en: productos maduros, productos en desarrollo, productos incipientes, productos embrionarios, y atractivos (estos últimos son una serie de atractivos naturales y/o culturales que no se encuentran puestos en valor, y por lo tanto no se pueden considerar todavía productos).



A continuación se establece una matriz de desarrollo estratégico de productos en Honduras:

META n° 7. Creación, diversificación y difusión de nuevos productos turísticos

META n° 7	ACTUAL 2004	Corto plazo ENT OBJETIVO 2010	Medio plazo ENT OBJETIVO 2014	Largo plazo ENT OBJETIVO 2,021
Productos	<ul style="list-style-type: none"> + Buceo + Arqueología-cultural + Negocios + Cruceros + Sol y playa 	<ul style="list-style-type: none"> + Buceo + Arqueología-cultural + Negocios + Cruceros + Sol y playa + Ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> + Buceo + Arqueología-cultural + Negocios + Cruceros + Sol y playa + Ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> + Buceo + Arqueología-cultural + Negocios + Cruceros + Sol y playa + Ecoturismo + Patrimonio colonial + Turismo rural + Golf
Estado	<ul style="list-style-type: none"> + Maduro + En desarrollo + En desarrollo + Incipiente + Embrionario 	<ul style="list-style-type: none"> + Maduro + Maduro + En desarrollo + En desarrollo + Incipiente + Embrionario 	<ul style="list-style-type: none"> + Maduro + Maduro + Maduro + Maduro + En desarrollo + Incipiente 	<ul style="list-style-type: none"> + Maduro + Maduro + Maduro + Maduro + Maduro + En Desarrollo + Embrionario + Embrionario + Embrionario

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.2. OBJETIVOS DE INDOLE SOCIAL Y CULTURAL (VINCULACIÓN DEL TURISMO CON LA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA-ERP)

II.4.2.1) Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local

Los retos y las disyuntivas de la etapa actual son enormes. Es imprescindible y urgente activar la economía del país impulsando actividades rentables y competitivas, que generen puestos de trabajo bien remunerados y satisfactorios para un número elevado de hondureños y hondureñas con deseos de trabajar.

La estrategia se fundamenta en que la producción y consumo turístico debe basarse en patrones sustentables, por lo que la actividad turística en Honduras, no deberá verse como una fórmula para colocar excedentes de mano de obra sino por el contrario debe usar su potencial para crear empleo digno a hombres, mujeres, etnias y grupos minoritarios.



El objetivo es lograr un incremento en empleos (a la par que el aumento de visitantes y oferta turística) que oscile entre el 8 y 4 % anual, hipótesis conservadora, considerando los niveles de crecimiento de los últimos años²⁰.

²⁰ El ritmo de crecimiento en los últimos cuatro años ha oscilado de 8 para los indirectos y 12 % para los directos. Los Empleos directos se obtienen a través del Inventario de Establecimientos turísticos que debe de ser actualizado cada dos años, por presupuesto no se ha podido actualizar esta información por lo que se ha proyectado en una media de crecimiento lineal.

	2002	2003	2004
Empleos directos	34207	38429	43172
Empleos indirectos	43006	46511	50301
Empleos totales	77213	84940	93473
% crecimiento directos	12.3%	12.3%	12.3%
% crecimiento indirectos	8.1%	8.2%	8.1%

Fuente: IHT

META n° 8. Crecimiento de puestos de trabajo ligados al sector turismo

META n° 8	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Empleos directos	43,172	68,509	86,490	118,257
Empleos indirectos	50,301	79,821	100,773	137,784
Empleos totales	93,473	148,330	187,263	256,041

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.2.2) Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades

El objetivo se orienta a promover un desarrollo turístico que concilie, equilibre y fomente la equidad social, la sustentabilidad natural y la rentabilidad de la inversión pública, privada y social con el propósito de satisfacer los objetivos de la Estrategia de la Reducción de la Pobreza (ERP en lo sucesivo) y las necesidades de las comunidades receptoras.

Se busca promover la vinculación del sector social, de una manera incluyente y equitativa, al sector turismo con vistas a que las acciones desarrolladas dentro del marco de este último consideren y favorezcan el bienestar de las regiones. Para ello se precisa la participación activa de las comunidades receptoras y grupos étnicos, a través de un principio de solidaridad con las más desfavorecidas, involucrando a estas comunidades y grupos vulnerables (mujeres, jóvenes, etnias, discapacitados etc.) en las actividades y empresas turísticas.

META n° 9. Integración de las etnias y comunidades locales en los proyectos turísticos

META n° 9	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de proyectos comunitarios (participación de etnias)	6 ²¹	12	18	24
Cantidad de Asociaciones de Guías con participación de etnias y comunidades locales	2 ²²	5	7	10

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

²¹ 1 Biosfera, 2 Pico Bonito, 1 Cayos Cochino, 1 JB La Lancentilla, y 1 en Amapala

²² En la actualidad en Copán y Ruta Lenca.

II.4.2.3) **Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural , como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras**

Este fin consiste en difundir y preservar los valores y patrimonio cultural de las regiones y comunidades turísticas, lo que equivale a consolidar la identidad nacional a través de las anteriores.

Se pretende promover la conservación y preservación de las características socioculturales nacionales y regionales, coordinando esfuerzos con las autoridades y organizaciones correspondientes, para contribuir a mantener la autenticidad de la danza, la música, las artes, la artesanía, la gastronomía y la vestimenta tradicional local.

Además fomentar el uso de la arquitectura y motivos vernáculos en los nuevos desarrollos turísticos, respetando las culturas locales y los ecosistemas.

META n° 10. Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural de Honduras

META n° 10	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Parques arqueológicos- Monumentos Culturales con Plan de Manejo	1 ²³	3	5 ²⁴	7
Parques arqueológicos- Monumentos Culturales con Plan de Uso Público	0	3	5 ¹⁷	7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

²³ Copán Ruinas

²⁴ Cerro Palenque, Fortaleza de San Fernando, El Puento y Los Naranjos

VINCULACIÓN DEL TURISMO DENTRO DE LA ERP



II.4.3. OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO

II.4.3.1) Promoción efectiva en los mercados: nacional, regional e internacional

Para ello la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible propuesta debe fundamentarse en el concepto ya posicionado por la Gerencia de Mercadeo del IHT: **Honduras Un País Pequeño Tres Grandes Mundos lo que se traduce en: Naturaleza Tropical, Renacimiento Maya y Creación Caribeña**; a partir de ahí se sugieren líneas estratégicas y acciones en el corto, mediano y largo plazo, con el objeto de incrementar la capacidad competitiva, fortalecer la dinámica de las regiones turísticas y propiciar el desarrollo sostenible, consolidando el bienestar del ser humano, contribuyendo a la conservación del medio ambiente y optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades.

La promoción de Honduras debe ser en consonancia con Centroamérica como multidestino integral, sostenible y de alta calidad, a través de la CATA, sobre todo en Europa y Asia, mercados más desconocidos para Honduras y Centroamérica.

Además de la promoción a nivel nacional, que debe ser realizada de forma conjunta por IHT/SETUR, se debe realizar una promoción por regiones y productos turísticos, a través de las Cámaras de Turismo Regionales, las Comisiones Municipales de Turismo y/o Unidades Municipales de Turismo y comisiones municipales de turismo. La promoción debe fundamentarse sobre la base de los lineamientos en cuanto a productos y regiones que establece la ENTS.

META n° 11. Participación en ferias y congresos

META n° 11	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Participación en ferias y congresos internacionales	8 ²⁵	12	16	20

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.3.2) Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos

Los turistas actuales se caracterizan por ser consumidores más espontáneos y experimentados, que planean sus vacaciones con menos tiempo de anticipación, toman vacaciones con más frecuencia pero cada vez más cortas, son más independientes y demandan mayor calidad, cuentan con mayor conciencia de la relación valor/producto/servicio y buscan mayor flexibilidad en la oferta turística, transitando hacia la demanda de productos a la medida.

Estos cambios deben provocar profundas modificaciones en la oferta de productos turísticos de Honduras, donde debe destacarse la especialización, la diversificación y la diferenciación de la oferta turística a través del valor agregado en materia de entretenimiento y la elevación de la calidad de los servicios.

Honduras debe acceder a una fase caracterizada por el desarrollo de nuevos productos en el marco de la satisfacción de gustos y preferencias de los turistas, pero además debe intensificar la búsqueda e identificación de nuevos segmentos instrumentalizando acciones que favorezcan el incremento de sus capacidades competitivas y el aumento de la competencia entre países y destinos por captar turistas y un mayor gasto.

La prioridad se canaliza hacia el mejor aprovechamiento de los mercados naturales de Honduras, incorporando a los productos tradicionales de sol y playa y arqueología, el

²⁵ Se considera de septiembre de 2004 a junio de 2005; según datos del IHT DEMA Show 2004 en Houston, 20 th Annual Travel & Leisure Show en Toronto, World Travel Market en Londres, FITUR 2005 en Madrid, Adventures in Travel Expo en WDC, BIT 2005, Milan, ITB 2005 Berlin, Sea Trade Miami Beach, FL

valioso patrimonio natural, histórico y cultural tratando de extender el beneficio de la actividad turística hacia aquellas regiones de menor desarrollo relativo en el país y en las cuales las alternativas de actividad económica son escasas.

META n° 12. Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos

META n° 12	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Turistas norteamericanos	204.1 (30%)	410.8	548.2	810.4
Turistas centroamericanos	388.7 (56%)	528.2	704.9	1041.9
Turistas europeos	48.5 (7%)	176.1	235.0	347.3
Resto del mundo	30.7 (5%)	58.7	78.3	115.8
TOTAL	672.1 (100%)	1,173.6 1 (100%)	1,566.4 1 (100%)	2,315.3 1 (100%)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT; se ha proyectado al futuro (35 % NORTEAMERICANOS, 45% CENTROAMERICANOS, 15% EUROPEOS, Y 5 % RESTO)

II.4.4. OBJETIVOS AMBIENTALES

La actividad turística deberá contribuir de manera significativa a la conservación, protección y restauración de los ecosistemas existentes, por tanto, la protección ambiental debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo; para ello es fundamental:

II.4.4.1) Armonizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales

Se debe compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación y preservación de los recursos naturales, por lo que parte de los esfuerzos se orientarán a la elaboración y aplicación de directrices interinstitucionales para la protección y desarrollo de los sitios protegidos y recuperación ecológica de los destinos turísticos prioritarios.

Un claro ejemplo será abordar la problemática ambiental de las regiones identificadas dentro de la estrategia, aprovechando la información contenida en los instrumentos de planeación y ordenamiento ecológico (Estrategia de Ecoturismo etc.). En base a dicha información deberá darse a conocer las actividades que son susceptibles de desarrollarse en cada región, así como los lineamientos y características para minimizar el impacto ambiental.

Se debe integrar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales de alto valor ecológico y turístico, entre los que destacan:

- Bosques latifoliados y coníferas
- Humedales: Bosques de mangle, lago de Yojoa, lagunas, lagunas costeras, lagunetas y ríos
- Arrecifes de coral
- Playas y zonas costeras incluyendo sistemas dunares

META n° 13. Armonizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales

META n° 13	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Áreas protegidas de la ENE que cuentan con Plan de Manejo aprobado	12 ²⁶	20	25	30
Áreas protegidas de la ENE que cuentan con Plan de de Uso Público aprobado	5 ²⁷	12	20	25

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.4.2) Incorporar la dimensión ambiental en programas, planes y proyectos

Se debe fomentar el diseño de programas, planes y proyectos turísticos que consideren variables ambientales de manera que promuevan su integración al paisaje, el ahorro de energía y agua, y el uso de fuentes alternativas para su aprovechamiento. La minimización de residuos, descargas y emisiones atmosféricas y su disposición adecuada, que prevea el crecimiento de las demandas sociales y de servicios básicos necesarios para garantizar el bienestar y seguridad de las poblaciones residentes.

El objetivo se desglosa en los siguientes:

- Reforma del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental incluyendo otros instrumentos de evaluación como puede ser la regional o estratégica.
- Elaboración de las normativas y manuales para la implementación de la evaluación ambiental de proyectos. También se está trabajando la elaboración de manuales y normativas para las actividades e infraestructuras turísticas en las APs
- Creación de un sistema de certificación de prestadores de servicios ambientales.
- Implementación de sistemas de capacitación adecuados.

²⁶ Según datos de SERNA cuentan con plan de manejo (algunos están finalizados y pendientes de aprobación): Bahía de Chismuyo, Capiro Calentura, Cerro Azul Meambar, Cuero y Salado, Cusuco, La Muralla, la Tigra, Laguna de Guaymoreto, Jjeannette Kawas, Río Plátano, Sierra de AgaltaAsalta y Turtle Harbour.

²⁷ en la actualidad solo las 3 de tela y las 2 de Ceiba RVSCS y PNPB

META n° 14. Incorporación de la dimensión ambiental en proyectos, planes y programas

META n° 14	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Cantidad de áreas protegidas que estén participando en el Programa SAVE.	0	2	4	7 ²⁸
Cantidad de Hoteles implementando buenas practicas	0	20	30	40
Cantidad de Hoteles participando en programas de reciclaje 2004	11 hoteles en Ceiba.	20	30	40
Realización y ejecución de Planes de Ordenamiento Territorial con su respectiva Evaluación Ambiental Regional	0	1	2	3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

²⁸ PNJK, PNPI, PNPB, RVSCS, MNMCC, RBHRP y Turtle Harbour

II.4.5. OBJETIVOS DE FORTALECIMIENTO LEGAL E INSTITUCIONAL

II.4.5.1) Realizar una gestión eficaz y adecuada del IHT/SETUR como organismo que acompaña y favorece mediante políticas, directrices, estrategias, y proyectos, el desarrollo de las empresas turísticas, motor económico del sector

Corresponde a SETUR/IHT la rectoría del desarrollo turístico nacional, garantizando que éste sea integral y que su eficiencia se vea reflejada al incrementar la capacidad competitiva del sector y promover un desarrollo turístico sustentable, como factores para mantener, mejorar y ampliar la planta de empleo en el sector, aumentar sustantivamente la captación de divisas y fomentar el desarrollo regional para promover un crecimiento vigoroso y sostenido. La SETUR/IHT debe basar su gestión sobre los principios y objetivos que establece la ENTS.

META n° 15. Mejora de la gestión del IHT/SETUR

META n° 15	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de proyectos realizados por el IHT (periodo cuatrienal) de carácter nacional y regional	15	25	35	45
Planificación y gestión de ABRES, o planes turísticos en zonas turísticas declaradas en la ENTS	0 (2 a 2005)	3 ²⁹	5 ³⁰	12 ³¹

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.5.2) Mejorar la coordinación entre el sector público y privado, a través de la SETUR/IHT, CANATURH; Cámaras Regionales y las

²⁹ Bahía de Tela, Copán e Islas de la Bahía

³⁰ Areas turísticas de primer y segundo nivel

³¹ Todas las áreas turísticas (primer nivel, segundo, tercero y cuarto)

Comisiones Municipales de Turismo y/o Unidades Turísticas Municipales, entre otras

La mejora en la coordinación de la SETUR/IHT con otras instituciones públicas del estado es de suma importancia, ya que el turismo es una actividad transversal que necesita e implica a casi todos los sectores: ambiente. Infraestructuras, seguridad, entre otros; por ello y para seguir avanzando la ENTS, mas allá de un documento de la SETUR/IHT, debe ser una política de estado estable, continua, cohesiva, progresiva, incremental y flexible, y no una herramienta exclusiva del partido político en el poder; la SETUR/IHT debe operar lejos de las premuras e intermedios que establecen los diferentes partidos políticos, ora con una estrategia distinta ora con un programa novedoso.

Para lograr una efectiva coordinación los esfuerzos deberán enfocarse a interactuar, concertar y coordinar las acciones sectoriales tanto al interior del sector público como con los otros niveles de gobierno y con el sector privado para:

- Promover la sustentabilidad en todas aquellas acciones que impacten con su actuación en el desarrollo turístico.
- Promover y fomentar la aplicación de los instrumentos de política ambiental vigentes que coadyuven al desarrollo de las regiones turísticas como pueden ser: Los ABRES, las Evaluaciones de Impacto Ambiental, la Evaluación Ambiental Estratégica, entre otras.
- Promover acciones educativas y desarrollo de cultura turística en el sector oficial y no oficial
- Enriquecer la tecnología nacional al servicio de la industria turística, a través de la participación en foros para dinamizar la colaboración y transferencia de tecnología.

META n° 16. Mejora de la coordinación entre el sector público y privado

META n° 16	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Número de proyectos realizados conjuntamente	10	25	35	45

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

II.4.5.3) [Descentralizar la gestión turística, a través de las Cámaras Regionales y Comisiones Municipales de Turismo y/o Unidades Turísticas Municipales, entre otras](#)

La gestión turística deberá propender hacia una amplia descentralización, por lo que se requiere concertar esfuerzos entre las distintas instancias que intervienen en el proceso: capítulos regionales de CANATURH, Cámaras de Comercio, Comisiones Municipales de Turismo y Unidades de Turismo Municipales (UTMs), Mancomunidades si es el caso etc. Las organizaciones gremiales por tanto necesitan fortalecerse y establecer agendas de largo plazo.

Difícilmente podrá encontrarse otra actividad en la que concurren tantas dependencias públicas y actores privados, por lo que deberán establecerse mecanismos de coordinación y concertación dentro de los cuales deberá destacar el Gabinete Turístico de reciente creación, como espacio de simplificación, desregulación y de concurrencia de políticas y programas turísticos.

Es fundamental para lograr una descentralización efectiva, operativa y ágil, que Cámaras Regionales y las mas de 50 comisiones municipales de turismo y 8 unidades turísticas municipales, entre otras, cuenten con los medios humanos, materiales, y económicos adecuados; como el salto entre el estado y el municipio en ocasiones es demasiado grande, es posible que algunas requieran agruparse: las mancomunidades y Cámaras Regionales pueden ejercer esa función.

META n° 17. Descentralización de la gestión turística

META n° 17	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
Cámaras de Turismo	8 ³²	10	12	14
Unidades Turísticas Municipales	41	45	50	55

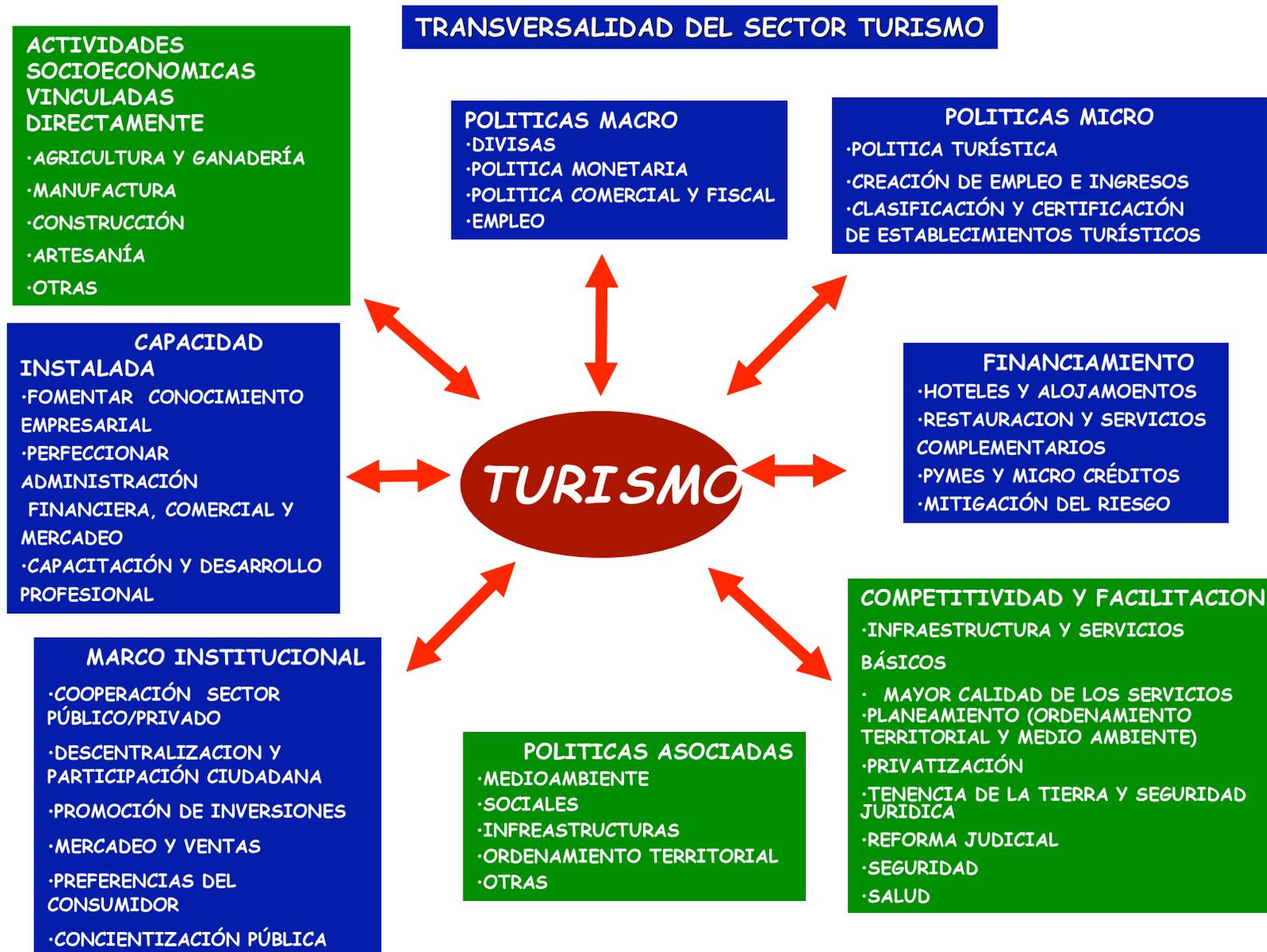
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

³² Roatan, La Ceiba, Tela, Omoa-Puerto Cortes, San Pedro Sula, Copán, zona sur Choluteca, y Tegucigalpa.

II.5. LINEAMIENTOS TRANSVERSALES QUE ACOMPAÑAN AL DESARROLLO DEL SECTOR. TRANSVERSALIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO

La transversalidad de la actividad turística es una cualidad indisociable a la misma, es decir, el turismo afecta y se beneficia transversalmente de todos los sectores que inciden en la sociedad: ambiente, infraestructuras, ordenamiento territorial etc.; esta característica implica que el modelo de desarrollo turístico debe ir de acuerdo y en consonancia al del resto de sectores; no se puede desarrollar la actividad turística sin tener resueltos otros como la seguridad ciudadana y sanitaria, el acceso vía aérea, el funcionamiento de las aduanas e inmigración, como ejemplos de lo anterior.

En el cuadro siguiente se muestran los sectores transversales que deben desarrollarse, de una manera gradual y acompasada, al sector turístico, y se describen en los capítulos siguientes (en azul figuran los aspectos intrínsecos al turismo y en verde los transversales):



El objetivo es desarrollar el turismo, como actividad económica, es decir un conjunto de empresas dirigidas al turismo, y transversalmente, de acuerdo a los sectores en los que incide: entorno, marco legal, instituciones, infraestructuras etc. para lograr que el turismo genere, difunda y reparta riqueza a nivel de país, y que el sector se dirija hacia un modelo de calidad, sostenible, responsable, equilibrado y equitativo, que revierta la situación tendente irregular, con cierto estancamiento en algunas regiones y crecimiento bajo, hacia una espiral de mejora y progreso.

II.5.1. LINEAMIENTOS PARA LOS SECTORES VINCULADOS DIRECTAMENTE

El turismo mantiene permanentemente una influencia y a la vez una dependencia que redundan en una contraprestación con distintas ramas de economía, tal es el caso de:

II.5.1.1) AGRICULTURA Y GANADERÍA

Para este sector la actividad turística y su radio de acción incide directamente en la demanda de productos agropecuarios tanto para suplir las necesidades de atención de los turistas, como para el consumo de las poblaciones locales establecidas en función del desarrollo de un destino. Para este tipo de productos lo ideal es estimular sistemas regionales de abastecimiento, bajo normas y parámetros de higiene y calidad que otorguen un valor agregado a la producción.

Asimismo las actividades agropecuarias tienen una clara función paisajística y cultural, ofreciendo un sin fin de métodos, arquitectura, formas de cultivo al turista y una riqueza y variedad de productos autóctonos; tiene especial relevancia por zonas:

- En el Caribe Esmeralda la actividad agrícola ha definido a lo largo de los siglos el ecosistema, el paisaje, los pueblos y la cultura; así se debe potenciar o mantener los cultivos tradicionales: piña, banano, palma, liches etc. y sus métodos de cultivo: recolección, manejo etc.; también ciertos cultivos de pequeña escala asociados a

culturas vivas, como la yuca, el plátano, y el coco para los garífunas entre otros, debe fomentarse.

- En el valle de Comayagua se debe potenciar el cultivo de hortofrutícolas y productos tropicales como atractivo y posibilidad de ofrecimiento a los visitantes/turistas de Tegucigalpa y San Pedro Sula; para este último caso también el propio valle de Sula.
- En Olancho, se debe potenciar los tradicionales pastos ligados a la ganadería extensiva, y todos los productos lácteos derivados (quesos, quesillos, cuajadas etc.), los cuales se deben mercadear en los principales focos turísticos: La Ceiba, Tegucigalpa, San Pedro Sula, Copán Ruinas, Roatán, Tela, principalmente.
- En la región de Copán y ruta Lenca, todos los cultivos ancestrales, entre los que destaca el maíz, la famosa cultura del maíz de mayas, chortís y lencas; estos cultivos deben ubicarse en los valles, evitando la colmatación de laderas lo que genera graves problemas ambientales (erosión, pérdida de retención de agua, disminución de flora y fauna autóctona, entre otros) y paisajísticos.

También se deben proteger los cultivos de café y tabaco por su importancia turística, cultural y social a nivel nacional.

II.5.1.2) MANUFACTURA

El turismo puede llegar a constituir en una determinada región una significativa fuente de consumo de la industria manufacturera en sus diferentes formas. La construcción y operación de todas las instalaciones, facilidades y servicios turísticos demanda y depende de insumos que en muchos casos de acuerdo a la capacidad de la industria nacional pueden ser producidos localmente. Lo ideal o conveniente es crear mecanismos de acercamiento entre las empresas turísticas y aquellas que proveen bienes y servicios

amigables con el ambiente y los productores locales con el propósito de acelerar la reconversión de procesos de producción turística.

II.5.1.3) CONSTRUCCIÓN

Tanto el sector de la construcción como el sector turístico están integrados dentro de un contexto global. Uno de los componentes principales del sector turístico es el sector construcción ya que es la materialización de infraestructuras, y facilidades, ya sean estas en el ámbito del sector público o en el privado.

Todas las construcciones turísticas, y en gran medida el resto, deben respetar la naturaleza vernácula arquitectónica de las distintas regiones, en cuanto a formas, materiales, colores, alturas, etc. Se debe tener una especial atención en las zonas de alto atractivo turístico: áreas protegidas, playas, parques arqueológicos, entre otros.

II.5.1.4) ARTESANÍA

La cultura, la identidad, el turismo y el desarrollo son temas directamente relacionados. Dentro de este contexto, la artesanía es una de las vías que tienen los pueblos para contar su historia y mostrar su creatividad. La artesanía es una industria cultural que comprende actividades de producción y comercialización. La artesanía es un eslabón muy importante dentro de la cadena de atributos que debe ofrecer un destino turístico. La artesanía dentro de una estrategia de turismo sustentable debe representar un sector con capacidad de generar empleos para segmentos de la población generalmente excluidos de los mercados formales de trabajo y que sin requerir grandes inversiones ofrece posibilidades significativas de desarrollo y formación.

II.5.1.5) FINANCIAMIENTO

El financiamiento es un factor determinante para el impulso del sector, por lo que dentro de los esquemas actuales podrá incorporarse como líneas de acción:

- Promover la diversificación de fuentes de financiamiento e inversión, las cuales es preciso que estén adecuadas a las nuevas condiciones de la competitividad.
- Promover la constitución de fondos de inversión turística y garantía a la micro, pequeña y mediana empresa.
- Estructurar un catálogo de proyectos y oportunidades de inversión.
- Promover esquemas de inversión para actividades complementarias al turismo dando énfasis a los que estén localizados en las regiones prioritarias.
- Fomentar el desarrollo de un mercado de capitales para proyectos turísticos.

II.5.2. LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA POLITICAS ASOCIADAS

II.5.2.1) AMBIENTE

El turismo se beneficia e incide en el ambiente que comprende naturaleza y cultura, por lo que el respeto ambiental debe ser una política básica de desarrollo turístico, respetando el concepto de sostenibilidad, es decir, no sobrepasar las tasas de renovación de los recursos naturales renovables, buscar alternativas a los no renovables, respeto de la capacidad de acogida del territorio, y respeto de la tasa de asimilación de los vectores ambientales: suelo, aire y agua al mismo tiempo contribuyendo a la conservación de dichos recursos patrimoniales.

Actualmente el vínculo con este tema es determinante y plantea la necesidad de integrar las políticas ambientales y la sustentabilidad de las culturas a las políticas generales de desarrollo turístico y de productos especiales, estableciendo enlaces institucionales que favorezcan un mejor aprovechamiento y conservación de los recursos y la calidad ambiental.

II.5.2.2) SOCIALES

Su interrelación se evidencia porque el turismo no es una actividad aislada de los contextos sociales sino por el contrario se busca promover un desarrollo turístico que concilie, equilibre y fomente la equidad social, la sustentabilidad natural y la rentabilidad de la inversión, con el objeto de satisfacer necesidades actuales de las regiones anfitrionas, de los inversionistas, de los prestadores de servicios y de los turistas, con el fin de proteger, fortalecer y garantizar las oportunidades de desarrollo en el futuro.

II.5.2.3) INFRAESTRUCTURAS

Después de los atractivos con que un país cuenta, las infraestructuras constituyen el mecanismo que hace posible el aprovechamiento turístico de una región. Este tema tan ligado a todas las actividades productivas de un país se vuelve una condicionante para planificar cualquier tipo de desarrollo turístico.

Las infraestructuras en el turismo abarcan un amplio espectro: comunicaciones aéreas, terrestres y marítimas, servicios de educación y salud, telecomunicaciones, seguridad, servicios básicos, señalización, entre otros, . y en la mayoría de los casos la infraestructura es evaluada contra estándares de calidad.

El desarrollo de las infraestructuras deben estar ligados a potenciar la comunicación y mejora de otras, entre los centros principales de distribución: Tegucigalpa y San Pedro Sula, con las principales regiones turísticas del país: Caribe Porteño, Caribe Esmeralda, Islas de la Bahía, Copán y la Ruta Lenca (ver capítulo de regionalización).



También se deben potenciar las infraestructuras de servicios básicos que además facilitan la inversión en el sector y aseguran el mantenimiento de la calidad ambiental del destino.

II.5.2.4) ORDENAMIENTO TERRITORIAL

Cada región o destino debe integrar su plan maestro de desarrollo territorial considerando el uso de terrenos turísticos en concordancia con sus políticas de desarrollo, características de ecosistemas, paisaje fragilidad ambiental, así como el tipo de tenencia o propiedad de la tierra. Para ello es esencial considerar los factores de relevancia para su impulso, tales como la ubicación de tierras con potencial para urbanización y disponibles para el desarrollo turístico, las áreas productoras de agua, las áreas naturales protegidas, las capacidades de las áreas, los patrones históricos o culturales del diseño y arquitectura del sitio; los índices de fragilidad ambiental, las áreas con disponibilidad de mano de obra y áreas económicamente deprimidas donde el desarrollo sea necesario, contemplando las medidas de mitigación y prevención de desastres naturales. Se deben establecer, dentro de la Ley de Ordenamiento Territorial:

1. La elaboración y ejecución del Plan Nacional de Ordenamiento Territorial.
2. La planificación y gestión de cómo mínimo de los Planes Departamentales de Atlántida, Cortés, Colon, Copan e Islas de la Bahía.
3. La planificación y gestión de cómo mínimo tres ABREs turísticos: Bahía de Tela, Valle de Copán e Islas de la Bahía y la formulación de sus planes de Ordenamiento Territorial con un enfoque turístico.

II.5.2.5) FORMACION DE RECURSOS HUMANOS

La capacidad competitiva de las empresas y la calidad de los servicios turísticos se aprecia en gran parte por la calidad de las personas que atienden a los visitantes y no solo por los atractivos naturales o culturales del sitio que se visita o por las instalaciones turísticas.

La situación de la capacitación y educación debe particularizarse por:

- Una estrecha vinculación entre escuelas y empresas.
- Una mayor incorporación de los egresados de las escuelas y centros de educación superior con formación en turismo con el sector laboral para lograr una mayor inserción dentro del mercado laboral.
- Actualización docente: por lo dinámico de la actividad turística, los docentes deben estar al día con los conocimientos que el sector demanda.
- Complementar la preparación de personal a través de la capacitación.
- Establecer una relación entre la calidad de los recursos humanos e indicadores de productividad.

II.5.3. LINEAMIENTOS DE COMPETITIVIDAD Y FACILITACION

II.5.3.1) INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS

Si pensamos en turismo debe propiciarse la generación, modernización y adecuación de la infraestructura turística urbana y de comunicaciones que contribuya al fortalecimiento de los destinos turísticos y al desarrollo regional a través del mejoramiento de la calidad de vida.

En términos de infraestructura la interrelación deberá propender a:

- **Promover el mantenimiento de la red vial existente y su expansión de acuerdo a las necesidades;** se debe tener una especial atención por su importancia en la conexión de zonas turísticas de primer nivel: la CA-11 que une Copán con San Pedro Sula, la CA-5 o corredor central que une Puerto Cortés con San Pedro Sula, Tegucigalpa y la Panamericana, la CA-1 o panamericana y la CA-13 o carretera del litoral caribeño que da acceso a Tela, La Ceiba y Trujillo también incluye la Unión entre Guatemala, Omoa y Puerto Cortes; estas carreteras deben contar con un buen trazado, pavimentadas, señalizadas, con información e interpretación turística, entre otras. Se supone que se desea expandir a mejorar lo de la interconexión de la Ruta Lenca y luego la carretera Copan Ruinas Santa Rosa de Copan que comunicaría la zona maya y la ruta lenca mas eficazmente.
- **Ejecución del corredor logístico** o mas conocido como canal seco, que pretende unir vía terrestre los dos océanos, aprovechando la CA-5 hasta Comayagua y de ahí conectando directamente con la panamericana, y que relanzará las comunicaciones, economía, y el turismo regional. En esta se debería tomar en cuenta condiciones turísticas y la construcción de miradores etc.
- **Recuperación del ferrocarril o parte del mismo,** infraestructura de primer nivel, recuperando la infraestructura, cultura e historia, para el transporte de personas y mercancías y el aprovechamiento turístico.
- **Continuar a través del proceso de concesionamiento con la adecuación física y mantenimiento de las instalaciones de los distintos aeropuertos en función**

de la demanda existente y prevista a mediano y largo plazo; en cuanto al tráfico aéreo consolidación y mantenimiento de los tres aeropuertos internacionales de San Pedro Sula, La Ceiba y Roatán, y mejora de las instalaciones y servicios en Toncontín en Tegucigalpa; asimismo, mantenimiento de las pistas de aterrizaje y aeródromos existentes y construcción de nuevas: en Río Amarillo, para dar cobertura a la zona maya, y en Tela, para mejorar el acceso a Bahía de Tela. Hay que hacer las terminales en Utila y Guanaja y además hay que brindarle de los adecuados instrumentos de navegación. Y en Trujillo?

- **Regulación y desarrollo del transporte marítimo;** mejora de los puertos de La Ceiba y Trujillo, y consolidación de Puerto Cortés (mejora de las condiciones ambientales en todos); mejora del puerto de cruceros en Roatán y participación gestión público-privado del mismo, a través del cual se estarán efectuando mejoras considerables para el turismo de cruceros; otro de los aspectos a mejorar en cuanto al transporte marítimo es la conexión inter islas (se entiende Roatán, Utila y Guanaja) y de las Islas de la Bahía con la parte continental.



- **Asegurar la ampliación de redes de telecomunicaciones**

Se buscará promover la dotación y mejoramiento de servicios básicos e infraestructura de comunicaciones en las regiones propuestas dentro del modelo turístico futuro de acuerdo a sus potencialidades, requerimientos y segmentos turísticos, con vistas a lograr el aprovechamiento óptimo de los atractivos turísticos existentes en las áreas de influencia de los destinos. Lo anterior estimulará la modernización de la infraestructura de uso turístico y fomentará la calidad, rentabilidad y competitividad de la industria.

II.5.3.2) MAYOR CALIDAD DE LOS SERVICIOS

El ámbito que comprende el tema de calidad de los servicios es bastante amplio y puede caracterizarse de la siguiente manera:

- Los esfuerzos deben conducirse al desarrollo de equipamiento turístico de calidad: hoteles, restaurantes, medios de transporte, información turística entre otros.
- Propiciar la instalación de facilidades básicas para segmentos especiales: cruceros, buceo, ecoturismo etc
- Considerar la importancia de reorientar todo el tema vinculado con lo que se conoce como facilitación turística y que primordialmente deberá enfocarse en elevar sustancialmente el servicio que los turistas reciben de las dependencias de migración y aduanas cuando hacen uso de los distintos pasos fronterizos, aeropuertos y puertos.
- La tecnología hoy en día demanda la ampliación de redes y actualización.
- la calidad ambiental; Impulsar buenas practicas y tecnologías limpias en los prestadores de servicios turísticos principalmente los hoteles.

II.5.3.3) ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y AMBIENTE

La designación de zonas de desarrollo turístico estará en función de las políticas, estrategias y líneas de acción que determinen los planes y programas de desarrollo urbano que deben existir o tengan injerencia en cada una de las regiones identificadas, de tal forma que se respete la vocación y los usos del suelo previstos para el desenvolvimiento óptimo de la actividad turística.

Debido a las implicaciones en el uso del suelo, los proyectos turísticos que se lleven a cabo deberán colaborar con la protección de los sitios patrimonio cultural y natural y zonas de monumentos arqueológicos e históricos y las áreas naturales protegidas.

Aquí se supone que deben de orientarse a establecer las normativas de uso del suelo para cada una de las áreas no con una filosofía prohibitiva sino que restrictiva sobre el territorio.

Así mismo el desarrollo de los productos turísticos asociados a recursos naturales deberá considerar el uso respetuoso y planificado de la flora, fauna y de los ecosistemas de acuerdo a la Ley General del Ambiente y a las normas derivadas de la Ley de Ordenamiento Territorial. En el caso de productos eco turísticos o de naturaleza deben respetar las normativas de uso y además las capacidades de acogida de los terrenos.

II.5.3.4) PRIVATIZACIÓN

Con vistas a mejorar la eficiencia de los servicios y ante la incapacidad del Estado de poder desarrollar, administrar y mantener la infraestructura necesaria bajo determinados parámetros de calidad y eficiencia deberá fomentarse el desarrollo de mecanismos promotores de inversión privada para la modernización y fortalecimiento de la infraestructura de comunicaciones y servicios urbanos en los centros turísticos del país.

Esta visión se apoya en el concesionamiento y/o privatización de servicios como carreteras, aeropuertos, muelles, telefonía, recolección de basura, suministro de energía eléctrica, agua potable etc.

También se debe concesionar los servicios turísticos en las áreas protegidas y los parques arqueológicos

II.5.3.5) TENENCIA DE LA TIERRA Y SEGURIDAD JURIDICA

El vínculo se origina a través del establecimiento de normas y mecanismos que garanticen la seguridad jurídica en materia de tenencia de la tierra y en la inversión.

Lo anterior implica contar con reglas claras y precisas sobre el uso del suelo y la seguridad en la inversión en las regiones y destinos turísticos prioritarios, sistemas de registro de la propiedad eficientes y ordenados, catastros municipales actualizados, debidamente tecnificados para asegurar su credibilidad y contar con normas que contemplen las medidas de protección y conservación del entorno natural, cultural y social, y que permitan estimular la actividad turística.

En síntesis los distintos niveles de gobierno y los sectores privado y social deberán promover la modernización jurídica y fiscal que incide en el quehacer sectorial para fomentar la inversión turística sobre una base sustentable

II.5.3.6) REFORMA JUDICIAL

La transversalidad que se establece entre el sector turismo y la reforma judicial, está relacionada con las garantías para mantener la estabilidad del sistema de administración de justicia del país, siendo éste, la base para que exista una verdadera seguridad jurídica. Hoy en día la ley además contempla medidas de solución alterna a los conflictos a través de los centros de Conciliación y Arbitraje que en el caso particular de Honduras funciona adscrito a las Cámaras de Comercio.

A través de este mecanismo los prestadores de servicios e inversionistas sin necesidad de acudir a tribunales pueden resolver problemas relacionados con puntos de desacuerdo entre partes y a futuro podría considerarse el establecimiento de una instancia extrajudicial especializada.

La idea será que el sistema judicial logre tener la capacidad para poder atender con la legislación apropiada temas legales de actualidad relacionados con los desarrollos turísticos proyectados, como lo son para el caso: contratos de condominio, propiedad horizontal tiempos compartidos, etc.

II.5.3.7) SEGURIDAD y SALUD

Los aspectos negativos de salud y seguridad públicas son un disuasivo importante de las visitas de los turistas a un país o destino. Es por ello que los destinos turísticos deberán considerar, como uno de sus objetivos primordiales, brindar a los residentes y turistas experiencias de calidad que comprendan servicios de salud, protección y seguridad.

A efecto de planificar un ambiente de viaje seguro las autoridades nacionales y municipales considerarán la prevención de diversos tipos de riesgos: ausencia o

inapropiados estándares de seguridad, sanidad, servicios públicos y respeto por la sustentabilidad del ambiente, en los destinos o establecimientos turísticos. El esfuerzo deberá contrarrestar la ausencia e indiferencia de servicios de protección pública e institucional, crimen o delincuencia en los destinos y/ o en las facilidades turísticas, fraudes en los tratos comerciales, incumplimiento de contratos, hábitos de higiene y riesgos relacionados con eventos climatológicos especialmente inundaciones o huracanes. Las distintas instancias gubernamentales en concertación con los sectores privado y social concertarán soluciones prácticas a los problemas dirigidos al bienestar de los visitantes y de los ciudadanos locales.

.

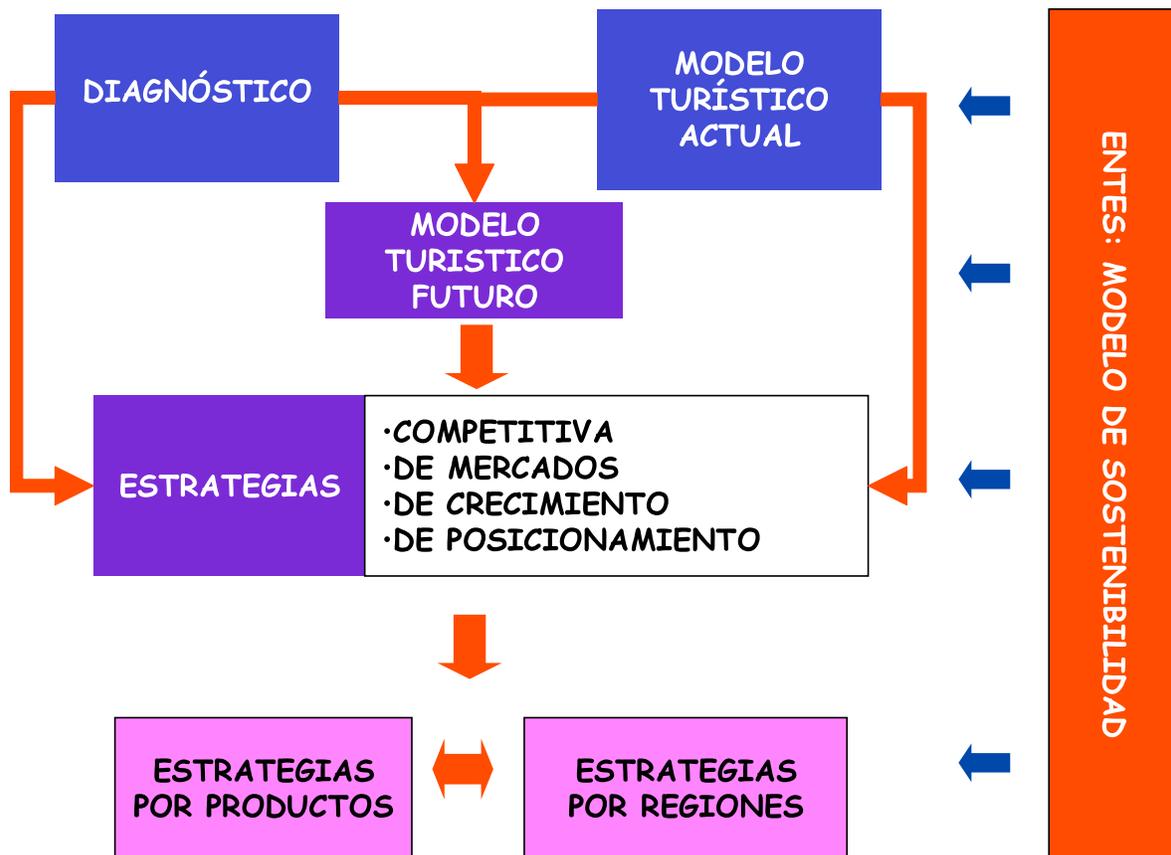


III. ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES: ÁREAS HOMOGENEAS TURÍSTICAS

III.1. INTRODUCCIÓN: ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES

El diagnóstico turístico, documento anterior a éste, pretende identificar los principales problemas y potencialidades que afronta el sector y diseñar un modelo sinóptico y sintético, Modelo Turístico Actual (MTA), que refleje el funcionamiento del turismo en Honduras, a través de las principales regiones turísticas (Islas de la Bahía, Departamento de Copán etc.), con cierto carácter de homogeneidad (oferta, atractivos, y productos, principalmente), las conexiones entre las mismas, los principales puntos de entrada al país, los segmentos hacia los que se dirige la oferta, entre otros.

El Modelo Turístico Futuro (MTF), documento presente, analiza las mismas variables que



el actual, proyectándolas hacia un escenario deseable, crecimiento turístico (mayor número de visitantes e ingresos) y sostenibilidad (económica, social, ambiental y cultural); para algunas variables, cuyo funcionamiento actual es adecuado, se proyectan bajo el criterio de maximización económica y social y minimización de los impactos producidos sobre el ambiente contribuyendo a la conservación de los recursos, y para otras variables discordantes e indeseables, se plantean correcciones y cambios con el objetivo de mejora y progreso.

En el MTF se plantea una regionalización casi óptima, teniendo en cuenta los recursos disponibles, en la cual, las distintas áreas se diferencian en función de su orientación, ventajas comparativas, accesibilidad, atractivos y recursos turísticos.

Una vez diseñado el Modelo Turístico de Futuro (MTF), y considerando los problemas y potencialidades, se realizan estrategias horizontales: competitivas, de mercado, de crecimiento y posicionamiento; una estrategia surge de la necesidad de solucionar un problema y/o aprovechar una potencialidad, o para alcanzar el Modelo Turístico de Futuro.

Finalmente se establecen estrategias por productos y por regiones, bien entendido que existe una fuerte interconexión entre ambos, los productos van asociados a regiones geográficas.

III.2. PRODUCTOS TURÍSTICOS: SOL Y PLAYA, BUCEO Y TURISMO ARQUEOLÓGICO A LA CABEZA

El sector turístico nacional debe ser desarrollado a partir de las ventajas comparativas, en cuanto a recursos, infraestructuras y oferta, substancialmente, que presentan las distintas regiones del país; estas regiones, con cierto carácter homogéneo, en función de sus características ambientales, sociales, culturales, y fundamentalmente de la oferta turística existente (sobre entendiendo que la misma está fundamentada en recursos endógenos) deben enfocarse a unos productos estratégicos: buceo, sol y playa, ecoturismo etc.

Una vez definidos los productos y la oferta regional, en función de los valores endógenos y ventajas comparativas y competitivas, se debe realizar una estrategia de captación de visitantes a los segmentos de mercados potenciales (población norteamericana joven con interés en el buceo, salvadoreños maduros de alto y medio poder adquisitivo etc.).

Según lo anterior la secuencia lógica es: sobre los atractivos naturales y culturales y con los recursos humanos y culturales existentes en cada zona homogénea, definimos los productos turísticos a desarrollar; estos se desarrollan en paralelo y de una manera acompañada e incremental mediante la promoción y mercadeo a determinados segmentos específicos de mercado (nacionalidad, edad, preferencias etc.); es decir, generamos un producto (oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales), mercadeamos y promocionamos, y en función del éxito, volvemos a desarrollar el producto, continuamos mercadeando y promocionando hasta que el producto obtenga un grado de madurez aceptable, en función de la cuota de mercado a la que se dirija, y al umbral máximo de crecimiento.

En cuanto a los productos existentes en Honduras se clasifican en: productos maduros, productos en desarrollo, productos incipientes, productos embrionarios, y atractivos (estos últimos son una serie de atractivos naturales y/o culturales que no se encuentran puestos en valor, y por lo tanto no se pueden considerar todavía productos).



A continuación se establece una matriz de desarrollo estratégico de productos en Honduras:

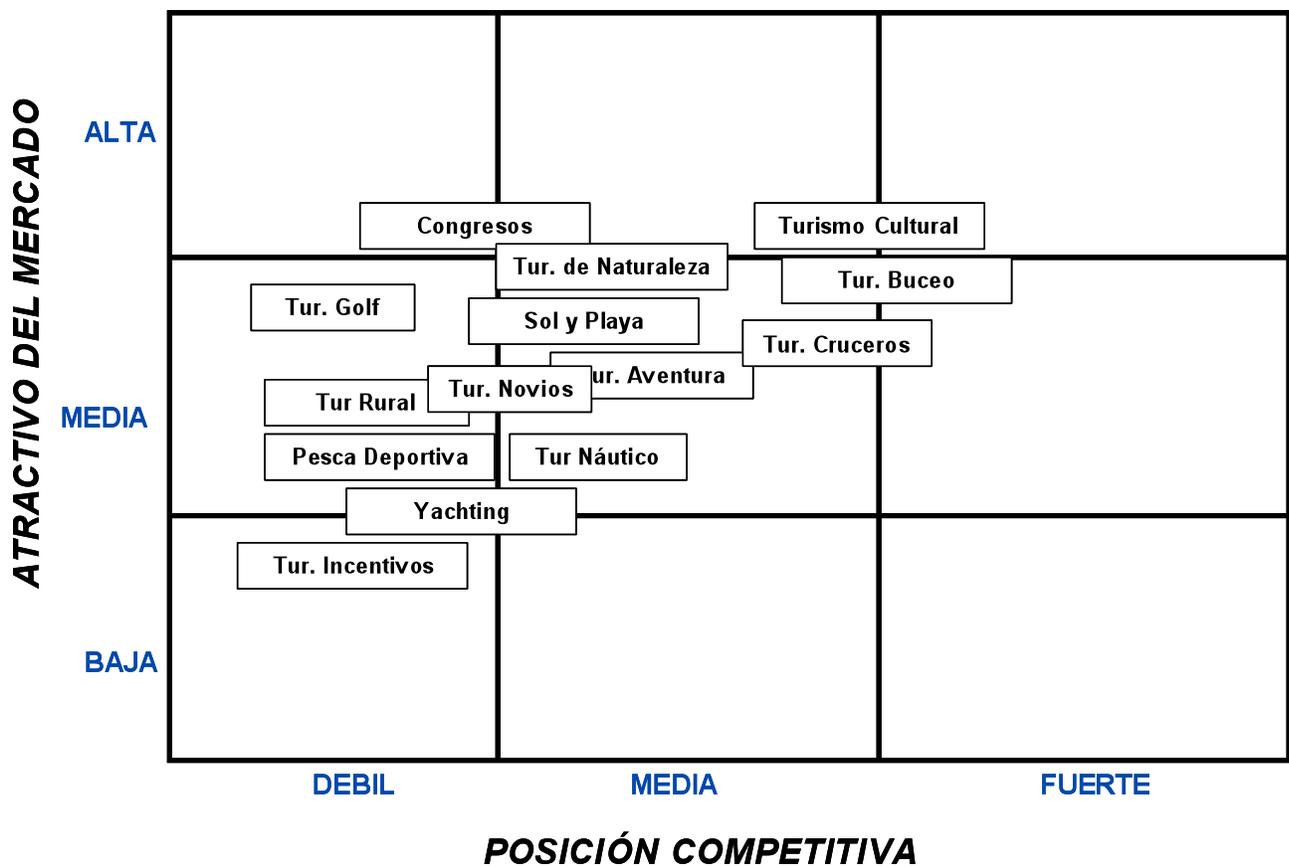
Matriz de desarrollo estratégica de Honduras

Clasificación	Localización	Madurez (estado actual)	Tipo	Mercado	Estrategia propuesta
Productos de buceo	Islas de la Bahía	Producto Maduro	PRIMARIO (Driver de turismo actual)	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
Productos de arqueología-cultural	Zonas arqueológicas, en especial Copán Ruinas	Producto en desarrollo	PRIMARIO (Driver de turismo actual)	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
Producto de sol y playa	Costa Norte (en especial Caribe Esmeralda, desde Tela a Trujillo) e Islas de la Bahía	Producto Incipiente	PRIMARIO (Driver de turismo futuro)	INTERES TRADICIONAL	MUY ALTA PRIORIDAD (DRIVER PRIMORDIAL MUNDIAL)
Productos ligados al turismo de cruceros	Islas de la Bahía, y algunos lugares de la costa norte	Producto Incipiente	Complementario	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
Productos asociados al turismo de negocios	Tegucigalpa y San Pedro Sula	Producto en desarrollo	PRIMARIO	INTERES TRADICIONAL	MEDIA PRIORIDAD
Atractivo de la	Áreas naturales protegidas seleccionadas por la ENE	Atractivo	Complementario	INTERES ESPECIAL	ALTA-MEDIA PRIORIDAD

Clasificación	Localización	Madurez (estado actual)	Tipo	Mercado	Estrategia propuesta
naturaleza (ecoturismo)					
Atractivo patrimonio colonial	Municipios con carácter colonial, principalmente ciudad de Comayagua	Atractivo	Complementario	INTERES ESPECIAL	BAJA PRIORIDAD
Atractivo culturas vivas	Por zonas (principalmente): Garifunas (costa norte) Lencas (Gracias y La Esperanza) Chortís (Copán)	Atractivo	Complementario	INTERES ESPECIAL	MEDIA PRIORIDAD
Atractivo turismo rural	Gracias, La Esperanza, Olancho y Comayagua	Atractivo	Complementario	INTERES ESPECIAL	BAJA PRIORIDAD
Otros complementarios (pesca, golf, náutico etc.)					

Matriz elaborada a partir de la Gerencia de Mercadeo del IHT.

La estrategia de productos se ha realizado según la siguiente gráfica, en la cual, en el eje de ordenadas se ubica la posición competitiva de Honduras en el mercado, y en las abscisas el atractivo del mismo; el extremo más alejado del centro refleja los productos más atractivos y donde Honduras presenta una mejor posición competitiva (arqueológico-cultural, buceo, cruceros, sol y playa y ecoturismo), y el extremo más cercano al centro muestra los productos menos atractivos y con menor posición competitiva (pesca, turismo rural, yatching)



Según lo anterior y la capacidad de los productos en cuanto a la generación de flujos turísticos, se clasifican en:

+ De alta prioridad:

- Turismo de sol y playa
- Turismo arqueológico
- Turismo de buceo
- Turismo de cruceros

+ De media prioridad:

- Ecoturismo (media-alta a compatibilizar con turismo de sol y playa)
- Turismo de negocios
- Turismo de culturas vivas

+ De baja prioridad:

- Turismo colonial
- Turismo rural

+ Otros accesorios (pesca deportiva, golf e incentivos, entre otros)

Una vez definidos y clasificados los productos se define una estrategia los de alta prioridad, sobre los que debe centrarse la ENTS a 2021, en especial en el corto y medio plazo:

III.2.1. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE SOL Y PLAYA; EL CARIBE ESMERALDA: PRODUCTO A DESARROLLAR

En la actualidad, el turismo de sol y playa es de carácter incipiente y ligado a la costa norte e Islas de la Bahía; en la costa caribeña existen dos regiones diferenciadas, la zona porteña de Omoa y Puerto Cortés, destinada al turismo masivo local y regional, y la zona Caribe Esmeralda, dirigida a turismo regional e internacional de alta calidad, asociado a actividades de ecoturismo en áreas protegidas; en las Islas de la Bahía se trata de una actividad complementaria al buceo y turismo de cruceros, entre otras.

III.2.1.1) Estrategia de prioridad alta (sol y playa): Caribe Esmeralda

La estrategia debe fundamentarse en desarrollar el denominado litoral del Caribe Esmeralda, conjunto de municipios costeros que abarca desde Tela a Trujillo, a partir de un centro integrado y planificado en la Bahía de Tela; el desarrollo turístico debe ser secuencial, primero en Tela y La Ceiba, expandiéndose posterior y gradualmente a Trujillo.



De esta manera, el mayor esfuerzo debe estar encaminado en lograr que Tela sea un espacio turístico de calidad, con una oferta turística diversa y atractiva, a partir del proyecto Bahía de Tela, con modelos extensivos, alto grado de equipamientos y buen nivel servicio; esta oferta debe estar en consonancia con la conservación de las áreas protegidas o APs (Parque Nacional Jeannette Kawas, Parque Nacional Punta Izopo y Jardín Botánico Lancetilla) y con las áreas urbanas de Tela, ordenadas, limpias y saneadas. Asimismo las playas de Tela: Parque Nacional de Jeannette Kawas, Miami, Tornabé, San Juan, Tela Nuevo, Tela Viejo, la Ensenada y El Triunfo de la Cruz, deben estar limpias, bien conservadas y con un nivel de equipamientos adecuado para el turismo de calidad (parqueos, aseos, vigilancia, etc.)

Una vez se logre lo anterior, y de una manera secuencial e incremental, se procedería a exportar y copiar el modelo hacia La Ceiba y Trujillo; finalmente, se impulsará el resto de municipios del litoral ubicados en el denominado Caribe Esmeralda.

III.2.1.2) **Estrategia de prioridad media (sol y playa): Islas de la Bahía**

En las Islas de la Bahía, el turismo de sol y playa debe ser complementario a otros productos, principalmente el tradicional buceo, sector ralentizado, y el emergente y próspero de cruceros; las pocas, pequeñas, pintorescas y paradisíacas playas de las islas, deben convertirse en lugares de excelencia para los turistas internacionales: aguas limpias, tranquilidad y buen nivel de equipamientos.

III.2.1.3) **Estrategia de prioridad baja (sol y playa): Caribe Porteño**

Por último en la región porteña, definida por los municipios de Omoa y Puerto Cortés, se deberá realizar una reconversión urbanística y ambiental; en la actualidad es una zona degradada y de carácter portuario, por lo que se deberá compatibilizar el turismo de masas local de sol y playa, principalmente en la semana santa y fines de semana, con el desarrollo portuario, industrial y logístico; hay que considerar otras actividades adicionales como la pesca, actividades náuticas y paseos por el interior; deberá tener una especial relevancia la Fortaleza de San Fernando en Omoa, que debe ser uno de los atractivos turísticos detonantes de la actividad en la región.

III.2.2. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO ARQUEOLÓGICO: GENERACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO ARQUEOLÓGICO-CULTURAL Y CONEXIÓN CON OTRAS ZONAS TURÍSTICAS DE PRIMER NIVEL EN EL PAÍS

El turismo arqueológico en la actualidad está ceñido exclusivamente a Copán Ruinas, que es el punto de salida de la ruta Maya procedente de Guatemala; lo anterior unido a la escasa oferta complementaria hace que la tasa de pernoctaciones sea muy baja, inferior a 2; el objetivo es lograr que los turistas permanezcan más tiempo en la zona, generar un circuito turístico arqueológico-cultural, y conectar con otras zonas turísticas de primer nivel en el país: Islas de la Bahía y Caribe Esmeralda.

III.2.2.1) Estrategia a corto plazo para el turismo arqueológico-cultural

La estrategia consiste en:

1. Construcción de una pista de aterrizaje o aeródromo que mejore el acceso, y que se convierta en un centro de distribución en el Mundo Maya³³: México, Guatemala, El Salvador y Honduras, y conecte el producto arqueológico Copán Ruinas, con otras regiones y productos del país, principalmente: Islas de la Bahía y Caribe Esmeralda, así como los dos principales centros de distribución nacional: Tegucigalpa y San Pedro Sula.
2. Creación de un circuito arqueológico con los distintos asentamientos preclásicos y clásicos precolombinos, con Copán Ruinas como punto central, y que involucre a otros como Las Sepulturas, El Puente, Los Naranjos, y Cerro Palenque.
3. Diversificación de la oferta en Copán Ruinas (ecoturismo principalmente: senderos, aguas termales, paseos a caballo etc.) y los servicios complementarios.



³³ El mercado potencial de la región Mundo Maya es de 8 millones de turistas anuales; el objetivo a 2,021 es captar un 3% aproximadamente, es decir, 240,000 turistas; en la actualidad el número de turistas está entorno a los 130,000 (datos IHT, 2,003) (actualizar a 2004)

III.2.2.2) Estrategia a medio y largo plazo para el turismo arqueológico-cultural

La estrategia consiste:

1. Mejora de la carretera que une Copán Ruinas con Santa Rosa de Copán, Gracias y La Esperanza, para unir el Zona Maya con la Ruta Lenca, de gran atractivo turístico y todavía por explotar; la mejora de la carretera incluye asfaltado, señalización, información e interpretación, entre otras.

Estas acciones a corto, medio y largo plazo, mejora del acceso, creación de un circuito y diversificación de la oferta permitirán los siguientes objetivos:

- ✚ Incrementar el flujo de turistas
- ✚ Incrementar la estadía promedio y por ende el gasto promedio
- ✚ Reducir los impactos sobre el Parque Arqueológico de Copán Ruinas, con una capacidad de carga limitada, reorientando la visitación a otros sitios complementarios
- ✚ Incorporar los circuitos de la Ruta Lenca e integrar nuevos productos no arqueológicos a los recorridos

III.2.3. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE BUCEOS. DESARROLLO COMPATIBLE CON LA CONSERVACIÓN DE LOS ARRECIFES

De todos los productos turísticos constatados para Honduras, seguramente sea el turismo de buceo en las Islas de la Bahía, el más reconocido a nivel regional y mundial. Es por tanto un producto maduro y enfocado a un mercado exigente, competitivo, pero también de alto y medio poder adquisitivo.

Como recomendación general, se considera este segmento como de alta prioridad para esta estrategia; la complementariedad de esta actividad con otras actividades turísticas relacionadas, tales como las que obedecen a motivos deportivos, sol y playa o aventuras; también podrían sumarse en el largo plazo a este segmento, áreas idóneas a esta actividad como lo son las islas y los cayos situados en la plataforma continental del departamento de Gracias a Dios en la región de la Mosquitia.

III.2.3.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de buceo

Para corto y mediano plazo la estrategia debe pasar por una apuesta decidida en dos líneas de intervención:

- ✚ Diversificar las actividades turísticas de buceo** con otras relacionadas como actividades náuticas, turismo deportivo y de pesca y con el ecoturismo, esto es posible sin duda en el marco de la zona insular, por sus múltiples recursos y por estar catalogadas como Parque Marino acogiendo muy bien estas actividades.

- ✚ Conocer y preservar el ecosistema marítimo**, es necesario por este orden conocer exhaustivamente todos los diferentes ecosistemas arrecifales y costeros de las islas y regular las actividades que puedan dañarlos o perturbarlos, controlar en origen las emisiones de contaminantes y sedimentos que hacen proliferar las algas y por último señalar y delimitar las áreas más frágiles que se

someterán a un régimen de uso especial, tal como los arrecifales del sur de Barbareta

- ✚ **Reforzamiento institucional de las instituciones y empresas ligadas al buceo**, es necesario individualizar este sector, así como la elaboración de una estrategia de promoción específica para buceo, que aborde aspectos promocionales, de incentivos, de capacitación y de buenas prácticas. Este fortalecimiento debe ser amplio e incluyente, soportado por instituciones locales, cámaras de comercio y turismo y sector privado.

III.2.3.2) [Estrategia a largo plazo para el turismo de buceo](#)

- ✚ **Identificar otras áreas de interés para el buceo**, es factible pensar en el largo plazo identificar otras áreas potenciales para el turismo de buceo, y combinarlas con un tipo de turismo de naturaleza y de aventura en el continente. Preliminarmente se consideran los cayos siguientes: Cayos Becerro, Caratasca, Cajones o Hobbies, Mayores de Cabo Falso, Cayo Blanco, Coral, Cocorocuma, Media Luna, Gorda y los Bancos Salmedina y Cabo Falso. Estos cayos o bancos se encuentran fundamentalmente frente a las costas del departamento de Gracias a Dios, por lo que resultaría interesante combinarlos con el turismo de aventura y de naturaleza de las áreas protegidas de Río Plátano y Tawahka – Asagni.

III.2.4. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS. DESARROLLO DE LA POLÍTICA DE CRUCEROS DE ROATAN

El turismo de cruceros debe ser uno de los pilares de desarrollo del sector en el corto y medio plazo; el objetivo a corto plazo es consolidar Roatán, destino crucerista, y en el medio y largo plazo, el Caribe Esmeralda: La Ceiba, Tela y Trujillo, fundamentalmente.

III.2.4.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de cruceros

La actividad debe centrarse en la Isla de Roatán; también sería posible la visitación a las islas de Guanaja y Utila, promocionando el transporte por ferry entre islas; el objetivo consiste de un lado incrementar y fijar el número de cruceristas compatible³⁴ con la preservación y conservación de la naturaleza, e incrementar los ingresos (actualmente el gasto promedio es de aprox. 50 \$/día, siendo el más bajo de la región³⁵); para ello se propone:

1. **Mejora de los servicios complementarios para los cruceristas**, ofreciendo una amplia gama de actividades físicas y al aire libre, y la riqueza cultural representada en Roatán; se debe favorecer la inversión en empresas de turismo crucero.



2. **Capacitación de las empresas turísticas tradicionales y las denominadas “crucevistas”**, con el objetivo de orientar los negocios para este tipo de turistas: tiendas mejor diseñadas, servicios de guías turísticos para realizar rutas terrestres y marítimas, orientación de los vendedores para este tipo de turistas.

³⁴ En el año 2004, los turistas de cruceros ascendieron a 250,000 aprox. y la cuota de mercado de Roatán con relación a la Región Caribe fue del 6%.

³⁵ US Virgin Islands (St. Thomas): \$173.24, Mexico (Cozumel) \$131.40 , Antigua \$86.81, Aruba \$82.02, Barbados \$81.12, Cayman Islands \$79.42, Bahamas (Nassau and Grand Bahamas) \$77.90, Jamaica (Ocho Rios) \$74.77, Jamaica (Montego Bay) \$71.53, St. Kitts and Nevis \$56.22 , y Puerto Rico (San Juan) \$53.84. Fuente: Source: UC Davis Economic Study of the Bay Islands, Cruise Industry's Economic Impact on the Caribbean, Business Research & Economic Advisors, Lambert Advisory LLC, 2004

3. **Creación de un nuevo puerto de cruceros en Roatán y privatización de la gestión**, que pretende evitar la congestión del transporte, mejorar los servicios, y mejorar la coordinación en la gestión del producto.
4. **Promoción de los atractivos existentes dirigidos a los turistas de cruceros, como** el Parque Gumba Limba y Coral Cay Marine & Nature Park, ubicado en un cayo privado de 10 acres, y catalogado como una de las instalaciones más modernas y amplias del Caribe, y con capacidad para 3,500 personas.
5. **Conservación y preservación del ambiente**; mediante la política de cruceros
6. **Fortalecimiento del Comité de Cruceros**, que involucra al Gobierno de Honduras a través del Instituto Hondureño de Turismo y en cooperación con la Municipalidad de Roatán y la Cámara de Turismo, entre otros, y que tiene por objetivos:
 - ✚ Formulación de la Política de Cruceros que define los lineamientos estratégicos a seguir para el desarrollo de la industria.
 - ✚ Desarrollo de la flota más moderna de taxis en Honduras.
 - ✚ Acciones en materia de:
 - Capacitación y certificación de guías y personal de contacto.
 - Certificación de atractivos con estándares de calidad para la industria.
 - Acercamientos con compañías de cruceros.

III.2.5. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE NATURALEZA: COMPATIBILIZACIÓN CON EL SOL Y PLAYA EN LA COSTA NORTE Y EL ARQUEOLOGICO EN COPÁN

A pesar de que Honduras cuenta con unos atractivos naturales de primer orden: con más de 671 Kms. de playas caribeñas y 133 en el Pacífico, extensos bosques latifoliados, manglares y de coníferas recogidos en⁶⁶ áreas naturales protegidas, sobresaliendo la Mosquitia como segundo bosque lluvioso del continente, de singular belleza natural y riqueza faunística y paisajística, las cuevas de Taulabé, y Talgua, el Lago de Yojoa y un particular entorno, entre otros, el producto eco turístico se encuentra en un estado embrionario definido por: una baja oferta turística, bajo nivel de equipamientos, difícil acceso a las áreas naturales y playas, e inexistencia de guías cualificados y servicios complementarios; además Honduras cuenta con una fuerte competencia en Centroamérica, encabezada por Costa Rica, que ha desarrollado y mercadeado el producto a nivel internacional.

La estrategia en Honduras debe basarse en la diferenciación para poder competir en la región, a través de la creación de una imagen alrededor del producto “naturaleza y culturas vivas” diferenciada del resto de países Centróamericanos, a través del concepto de “**geoturismo**”, que consiste en una integración del turista con el entorno, para que de alguna manera se sienta inserto y en equilibrio con el mismo; se debe potenciar el programa SAVE que pretende involucrar a científicos, académicos, voluntarios y educadores, con un doble objetivo: uno directo en la conservación activa de la diversidad ecológica, étnica, arqueología y cultural del país y otro indirecto que es la promoción turística a través del conocimiento; el programa SAVE debe permitir:

- ✚ Crear una marca novedosa, impactante y de calidad
- ✚ Certificar la calidad del atractivo mediante la acreditación académica y científica del producto
- ✚ Dar a conocer las oportunidades aprendidas experimentalmente que ofrece el destino generando un “positive buzz”
- ✚ Posicionar Honduras como destino ecoturístico bajo el lema: Honduras, un laboratorio natural y librería cultural

III.2.5.1) [Estrategia a corto plazo para el turismo de naturaleza](#)

Se debe desarrollar ecoturismo, mediante la creación de una oferta turística en áreas protegidas, dotar equipamientos y mejorar el acceso a los espacios naturales, y crear guías cualificados y otros servicios turísticos; el turismo a corto plazo debe desarrollarse como actividad complementaria en dos regiones geográficas:

1. Caribe Esmeralda junto con el sol y playa, driver nacional y regional; en especial existen cuatro áreas protegidas por las que se debería comenzar: Parque Nacional Jeannette Kawas, Parque Nacional Punta Izopo (en Tela), Reserva de Vida Silvestre de Cuero y Salado, y Parque Nacional en Pico Bonito (La Ceiba), además del conocido Jardín Botánico de Lancetilla.
2. La Zona Maya junto con el turismo arqueológico, en el valle de Copán (senderos, balnearios, rutas a caballo, jardines, etc.) y el cluster lenca-chortí definido en la Estrategia Nacional de Ecoturismo (ENE)

III.2.5.2) [Estrategia a medio y largo plazo para el turismo de naturaleza](#)

Desarrollar la Mosquitia, empezando por la Reserva de la Biosfera del Río Plátano y ampliándose según la demanda, aunque para ello es necesario una gran inversión para mejorar la accesibilidad, la seguridad, y la oferta tradicional y complementaria; a en el plazo medido se debe ofrecer servicios complementarios desde La Ceiba, Tegucigalpa y San Pedro Sula (centros de distribución principal) para el segmento específico de “aventureros”.

III.3. REGIONES TURÍSTICAS: ISLAS DE LA BAHÍA, COPÁN Y CARIBE ESMERALDA ÁREAS DE TURISMO INTERNACIONAL VACACIONAL, SAN PEDRO Y TEGUS TURISMO DE NEGOCIOS, Y EL RESTO TURISMO REGIONAL Y LOCAL FUNDAMENTALMENTE

En cuanto a la regionalización prevista en Honduras se proponen una serie de áreas homogéneas en cuanto a los atractivos naturales y culturales, actividades y productos turísticos, y tipo de oferta; las mismas se clasifican en:

Áreas de turismo internacional vacacional (a consolidar y desarrollar)

- ✚ LAS ISLAS DE LA BAHÍA (a consolidar)
- ✚ LA ZONA MAYA (COPÁN) (a consolidar)
- ✚ EL CARIBE ESMERALDA (a desarrollar)

Áreas de turismo de negocios (a potenciar)

- ✚ TEGUCIGALPA Y SU ENTORNO (Ruta de Reales Minas y pueblos autóctonos)
- ✚ SAN PEDRO SULA (SPS)

Áreas de turismo regional y local (a crear y potenciar)

- ✚ EL LAGO YOJOA Y SU ENTORNO
- ✚ LA ZONA LENCA (ESPERANZA-GRACIAS)
- ✚ COMAYAGUA: CIUDAD COLONIAL Y ANTIGUA CAPITAL DE HONDURAS
- ✚ CARIBE PORTEÑO: OMOA Y PUERTO CORTÉS
- ✚ EL GOLFO DE FONSECA

Áreas embrionarias (a crear)

- ✚ LA MOSQUITA: PUERTO LEMPIRA
- ✚ LA MOSQUITIA: DESDE EL RÍO PATUCA HASTA LA BIOSFERA DEL RÍO PLÁTANO

Tabla de regiones: productos y atractivos existentes

PRIMER NIVEL- turismo internacional vacacional

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
Islas de la Bahía	<p>Productos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo (maduro) 2. Sol y playa (incipiente) 3. Cruceros (incipiente) 	<p>Productos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo (maduro) 2. Sol y playa (en desarrollo) 3. Cruceros (en desarrollo) 4. Incentivos (incipiente) 	<p>A CORTO PLAZO- CONSOLIDACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidación del buceo y desarrollo del turismo de cruceros con un nivel alto de servicios complementarios para cruceristas; sol y playa como segmento complementario. 2. Creación de una estrategia de marketing conjunta y diferenciada por islas <p>MERCADO INTERNACIONAL Y REGIONAL (norteamericanos, europeos y salvadoreños)</p>
Zona Maya	<p>Productos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cultural-arqueológico (en desarrollo) <p>Atractivo Ecoturismo-naturaleza</p>	<p>Productos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cultural-arqueológico (maduro) 2. Ecoturismo-naturaleza (incipiente) 	<p>A CORTO PLAZO- DESARROLLO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación del circuito regional maya: Copán Ruinas, Las Sepulturas y El Puente, conexión con el circuito de la Ruta Lenca, a través de la carretera que une Santa Rosa de Copán y la Esperanza. 2. Diversificación de las actividades turísticas en el valle de Copán (senderos, balnearios, paseos a caballo etc.) 3. Construcción del aeródromo en Río Amarillo para mejora de la conectividad de la zona <p>MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL (europeos, americanos y centroamericanos)</p>
Caribe	Productos	Productos	A CORTO-MEDIO PLAZO-

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
Esmeralda (Tela-Trujillo)	1. Sol y playa (incipiente) 2. Ecoturismo (incipiente) Atractivos Pesca Culturas vivas	1. Sol y playa (maduro) 2. Geoturismo: áreas protegidas + culturas vivas (en desarrollo) 3. Actividades acuáticas (incipiente) 4. De incentivos (incipiente) 5. Pesca (incipiente)	DESARROLLO Desarrollo del turismo de sol y playa ligado a las actividades de geoturismo en áreas protegidas (turismo de la naturaleza e involucramiento con las comunidades locales); desarrollo secuencial por etapas: 1°) Tela, 2°) La Ceiba, 3°) Trujillo, 4°) resto de municipios costeros. Aumento de la oferta turística y mejora de la existente. TELA DEBE CONVERTIRSE EN EL DRIVER Y DETONANTE TURÍSTICO EN EL HORIZONTE TEMPORAL DE LA ENTS (2,021), PRIMERO AL RESTO DEL CARIBE, SEGUNDO FORTALECIENDO MEDIANTE LA CREACIÓN DE CIRCUITOS LOS PRODUCTOS-REGIONES EXSTENTES: ARQUEOLOGICO - CULTURAL EN COPAN RUINAS Y BUCEO-CRUCEROS - SOL Y PLAYA DE LAS ISLAS DE LA BAHÍA, Y FINALMENTE AL RESTO DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DEL PAÍS. MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL (europeos, americanos y centroamericanos: salvadoreños, guatemaltecos, y nicarguenses)

Leyenda:

Productos: conjunto de oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales. Se clasifican en:

- ✦ Embrionarios; sobre la base de los atractivos se ha creado una oferta mínima de reciente creación
- ✦ Incipiente; la oferta es escasa y poco orientada a los atractivos existentes
- ✦ En desarrollo; la oferta se encuentra en desarrollo (cantidad y orientación) según los atractivos existentes para un determinado segmento de mercado;
- ✦ Maduros; la oferta alcanza unos niveles adecuados, en función de la cuota de mercado y umbral máximo de crecimiento

Atractivos: conjunto de recursos (naturales, patrimoniales y culturales) que son interesantes y susceptibles de aprovechamiento turístico

Estrategias: conjunto de ideas y acciones que pretenden desarrollar un determinado producto; se clasifican en:

- ✦ A corto plazo (2004-2010)
- ✦ A medio plazo (2010-2014)
- ✦ A largo plazo (2014-2021)
- ✦ A muy largo plazo (por encima de 23 años; excede el horizonte temporal de la ENTS (2021)



SEGUNDO NIVEL-turismo de negocios

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
San Pedro Sula ³⁶	Productos 1. Negocios (en desarrollo)	Productos 1. Negocios (maduro)	A MEDIO PLAZO Mejora de la oferta turística de San Pedro Sula: alojamiento, restauración y servicios complementarios MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL
Tegucigalpa y su entorno ³⁷	Productos 1. Negocios (en desarrollo) Atractivos Patrimoniales (reales minas, edificios e iglesias coloniales) Ecoturismo (La Tigra)	Productos 1. Negocios (maduro) 2. Cultural (incipiente) 3. Ecoturismo (incipiente)	A MEDIO PLAZO 1. Mejora del aeropuerto de Toncontín 2. Mejora de la oferta turística de Tegucigalpa: alojamiento, restauración y servicios complementarios 3. Puesta en valor del circuito Reales Minas y PN La Tigra “San Juancito-Valle de Ángeles-Santa Lucía” entre otros. Creación y mejora de la oferta de restauración y complementaria. MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL

Leyenda:

Productos: conjunto de oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales. Se clasifican en:

- ✚ Embrionarios; sobre la base de los atractivos se ha creado una oferta mínima de reciente creación
- ✚ Incipiente; la oferta es escasa y poco orientada a los atractivos existentes
- ✚ En desarrollo; la oferta se encuentra en desarrollo (cantidad y orientación) según los atractivos existentes para un determinado segmento de mercado;
- ✚ Maduros; la oferta alcanza unos niveles adecuados, en función de la cuota de mercado y umbral máximo de crecimiento

³⁶ los lugares de recreación de San Pedro deben ser la costa norte y Yojoa

³⁷ los lugares de recreación de Tegucigalpa deben ser son los pueblos coloniales, artesanales y/o turísticos y áreas naturales del entorno

Atractivos: conjunto de recursos (naturales, patrimoniales y culturales) que son interesantes y susceptibles de aprovechamiento turístico

Estrategias: conjunto de ideas y acciones que pretenden desarrollar un determinado producto; se clasifican en:

- ✚ A corto plazo (2004-2010)
- ✚ A medio plazo (2010-2014)
- ✚ A largo plazo (2014-2021)
- ✚ A muy largo plazo (por encima de 23 años; excede el horizonte temporal de la ENTS (2021))



TERCER NIVEL- turismo regional y local

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
Lago de Yojoa y su entorno	<p>Productos</p> <p>1. Ecoturismo (embrionario)</p> <p>Atractivos</p> <p>Pesca</p> <p>Actividades náuticas y deportivas</p>	<p>Productos</p> <p>1. Ecoturismo (incipiente)</p> <p>2. Pesca (incipientes)</p> <p>3. Actividades náuticas y deportivas (incipiente)</p>	<p>A LARGO PLAZO</p> <p>1. Puesta en valor de las áreas naturales protegidas circundantes al lago: Parque Nacional Montaña de Santa Bárbara y Parque Nacional Azul Meámbar, así como las cuevas de Taulabé y las cataratas de Pulhapanzak</p> <p>2. Aprovechamiento turístico del lago, algunos recursos como el Parque Eco arqueológico de los Naranjos, bajo un enfoque multifacético: actividades náuticas, arqueológicas-culturales y eco turísticas.</p> <p>3. Promoción y mejora de la oferta turística del lago existente: hoteles y restaurantes.</p> <p>4. Creación de una oferta turística complementaria. Mejora de las condiciones ambientales del lago.</p> <p>MERCADO LOCAL</p>
Caribe Porteño (Omoa-Puerto Cortés)	<p>Productos</p> <p>1. Sol y playa (incipiente)</p> <p>Atractivos</p> <p>Pesca</p> <p>Actividades náuticas</p>	<p>Productos</p> <p>1. Sol y playa (en desarrollo)</p> <p>2. Pesca (incipiente)</p> <p>3. Actividades náuticas (incipiente)</p>	<p>A LARGO PLAZO</p> <p>1. Mejora de la oferta turística de alojamientos y restaurantes existente</p> <p>2. Mejora de las condiciones ambientales de la zona</p> <p>3. Compatibilización de las actividades portuarias, logísticas e industriales con el desarrollo turístico de la zona</p> <p>4. Puesta en valor de la fortaleza de San Fernando de Omoa como atractivo turístico de primer nivel en la región</p> <p>5. Puesta en valor del PN Cusuco lo que requiere diseñar y construir un acceso desde este lado.</p>

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
			MERCADO REGIONAL Y LOCAL
Golfo de Fonseca	Productos 1. Sol y playa (incipiente) Atractivos Pesca Actividades náuticas Ecoturismo	Productos 1. Sol y playa (en desarrollo) 2. Pesca (embrionario) 3. Actividades náuticas (embrionario) 4. Ecoturismo (embrionario)	A LARGO PLAZO 1. Mejora de la oferta turística de alojamientos y restaurantes existente 2. Mejora de las condiciones ambientales de la zona, en especial el estero de San Lorenzo y la playa de Cedeño 3. Desarrollo de la pesca y turismo de la naturaleza asociado a las zonas de mangle MERCADO REGIONAL Y LOCAL
Ruta Lenca	Productos 1. Cultural- culturas vivas (embrionario) Atractivos Ecoturismo Rural	Productos 1. Cultural- culturas vivas (incipiente) 2. Ecoturismo (incipiente o en desarrollo) 3. Rural (embrionario)	A LARGO PLAZO 1. Mejora de la oferta turística de alojamientos y restaurantes existente 2. Creación del circuito de Colosuca 3. Promoción del turismo de culturas vivas 4. Conexión de la ruta Lenca con el circuito Maya 5. Promoción de las actividades ecoturísticas en el Parque Nacional de Celaque compatibles con la conservación de los recursos naturales MERCADO REGIONAL Y LOCAL
Comayagua	Productos 1. Cultural (embrionario) Atractivos Ecoturismo	Productos 1. Cultural (incipiente) 2. Ecoturismo (embrionario)	A LARGO PLAZO 1. Promoción y mejora de la oferta de restauración dirigida al turismo de negocios de Tegucigalpa en fines de semana 2. Conservación del patrimonio colonial 3. Promoción de las fiestas patronales (semana santa) MERCADO REGIONAL Y LOCAL

Leyenda:

Productos: conjunto de oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales. Se clasifican en:

- ✚ Embrionarios; sobre la base de los atractivos se ha creado una oferta mínima de reciente creación
- ✚ Incipiente; la oferta es escasa y poco orientada a los atractivos existentes
- ✚ En desarrollo; la oferta se encuentra en desarrollo (cantidad y orientación) según los atractivos existentes para un determinado segmento de mercado;
- ✚ Maduros; la oferta alcanza unos niveles adecuados, en función de la cuota de mercado y umbral máximo de crecimiento

Atractivos: conjunto de recursos (naturales, patrimoniales y culturales) que son interesantes y susceptibles de aprovechamiento turístico

Estrategias: conjunto de ideas y acciones que pretenden desarrollar un determinado producto; se clasifican en:

- ✚ A corto plazo (2004-2010)
- ✚ A medio plazo (2010-2014)
- ✚ A largo plazo (2014-2021)
- ✚ A muy largo plazo (por encima de 23 años; excede el horizonte temporal de la ENTS (2,021)



CUARTO NIVEL- áreas embrionarias

Región	Productos/atractivos existentes 2,006	Productos propuestos 2,021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
La Mosquitia: Puerto Lempira	Atractivos Ecoturismo Cultural	Productos Ecoturismo (incipiente) Cultural (embrionario)	A MUY LARGO PLAZO <ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de una oferta turística mínima ligado al turismo de aventuras ○ Mejora de las condiciones de sanidad y seguridad ○ Mejora del acceso ○ Fomento de actividades locales (artesanía, pequeños negocios etc.) ligado al turismo de aventuras y ecoturismo ○ Promoción del turismo de aventuras en los centros de distribución: La Ceiba, Tegus y San Pedro MERCADO INTERNACIONAL
La Mosquitia: Patuca-Plátano	Atractivos Ecoturismo Cultural	Productos Ecoturismo (incipiente) Cultural (embrionario)	A MUY LARGO PLAZO <ul style="list-style-type: none"> ○ Creación de una oferta turística mínima ligado al turismo de aventuras ○ Mejora de las condiciones de sanidad y seguridad ○ Mejora del acceso ○ Fomento de actividades locales (artesanía, pequeños negocios etc.) ligado al turismo de aventuras y ecoturismo ○ Promoción del turismo de aventuras en los centros de distribución: La Ceiba, Trujillo, Tegus y San Pedro MERCADO INTERNACIONAL

Leyenda:

Productos: conjunto de oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios orientada sobre una serie de atractivos naturales, patrimoniales y culturales. Se clasifican en:

- ✚ Embrionarios; sobre la base de los atractivos se ha creado una oferta mínima de reciente creación
- ✚ Incipiente; la oferta es escasa y poco orientada a los atractivos existentes
- ✚ En desarrollo; la oferta se encuentra en desarrollo (cantidad y orientación) según los atractivos existentes para un determinado segmento de mercado;
- ✚ Maduros; la oferta alcanza unos niveles adecuados, en función de la cuota de mercado y umbral máximo de crecimiento

Atractivos: conjunto de recursos (naturales, patrimoniales y culturales) que son interesantes y susceptibles de aprovechamiento turístico

Estrategias: conjunto de ideas y acciones que pretenden desarrollar un determinado producto; se clasifican en:

- ✚ A corto plazo (2004-2010)
- ✚ A medio plazo (2010-2014)
- ✚ A largo plazo (2014-2021)
- ✚ A muy largo plazo (por encima de 23 años; excede el horizonte temporal de la ENTS (2021))



Los anteriores niveles jerárquicos (PRIMER, SEGUNDO, TERCERO Y CUARTO NIVEL) muestran un orden de prioridad en función del mercado al que se dirige y el tipo de turismo; por lo tanto los esfuerzos que deben realizar la administración pública para el desarrollo del turismo, en especial a las medidas de intervención positivas (proyectos, incentivos, obras, programas, etc.) que deben establecer las Secretarías de Estado, SETUR/IHT a la cabeza, como acompañamiento, control y mejora de la iniciativa privada, es decir que los esfuerzos estarían encaminados a desarrollar:

1. En una primera fase, desarrollar el Caribe Esmeralda (Tela-Trujillo), consolidar las Islas de la Bahía y diversificar el turismo arqueológico en Copán, como zonas de destino principales del turismo vacacional internacional.
2. Posteriormente, se debería potenciar el resto de las zonas, comenzando por San Pedro Sula y Tegucigalpa, como centros de distribución y polos receptores de turismo de negocios,
3. Luego, el Caribe Porteño (Omoa-Puerto Cortés), Comayagua, la Ruta Lenca, el Lago Yojoa y su entorno, el Golfo de Fonseca, como destinos turísticos locales: Comayagua, Lago de Yojoa, y locales-regionales: Caribe Porteño, Golfo de Fonseca y Ruta Lenca.
4. Y, por último y a muy largo plazo, La Mosquitia y el extremo oriental de Olancho (Patuca y río Plátano)

Asimismo para cada una de las regiones se han valorado los municipios según su aporte al desarrollo del turismo, y sus posibilidades y expectativas de cara a futuro (2,021); se clasifican en:

- ✚ **Polos de desarrollo turístico;** constituidos por los municipios que cuentan con un mayor atractivo turístico para el segmento que se ha enfocado, una mayor oferta y mas posibilidades de desarrollo; estos municipios deben constituirse como motores y detonantes del turismo en Honduras, difundiendo desarrollo al resto del país.

Criterios de selección de los polos turísticos:

- Mayor oferta turística en relación al producto y al segmento de mercado que se pretende desarrollar;
- Mejores atractivos turísticos (ambientales, culturales y patrimoniales) en relación al producto a desarrollar;
- Accesibilidad;
- Ubicación de asentamientos poblacionales (estrategia de reducción de la ERP);
- Mejor nivel de equipamientos y servicios;
- Mejor organización institucional para el desarrollo del turismo; y
- Otros

- ✚ **Área de influencia de primer nivel;** integrada por los municipios que se encuentran en una situación intermedia entre los polos turísticos y los segundos, presentando unas características naturales, construidas y/o culturales de gran atractivo, pero con algunos inconvenientes de cara a su puesta en valor inmediata: inseguridad, falta de equipamientos, oferta turística escasa, etc.; el objetivo es que se beneficien de los anteriores, y se conviertan en polos una vez se consoliden los primeros. Criterios de selección:

- Ubicación colindante con los polos de desarrollo turístico;
- Mejores atractivos turísticos (ambientales, culturales y patrimoniales) en relación al producto a desarrollar;
- Accesibilidad;

- Ubicación de asentamientos poblacionales (estrategia de reducción de la ERP).

- ✚ **Área de influencia de segundo nivel;** conjunto de municipios que no son prioritarios para el desarrollo turístico, pero que juegan un papel coadyuvante para la zona y/o país; se clasifican a su vez en:
 - Municipios pertenecientes a un conector-corredor turístico, es decir, sitios en una carretera principal que conecta zonas turísticas, y por lo tanto juegan un papel importante, de un lado se beneficia de la situación estratégica, y de otro debe acompañar de una manera armónica e integrada (servicios de carretera complementarios, entre otros) a las zonas que conecta;
 - Municipios que tienen un paso fronterizo terrestre, por lo que juegan un rol cardinal, al ser la puerta de entrada vía terrestre del país; y
 - El resto de municipios, que de alguna manera u otra deben contribuir y beneficiarse del desarrollo turístico de la región.

En el mapa y en la tabla a continuación figuran los municipios por zonas:

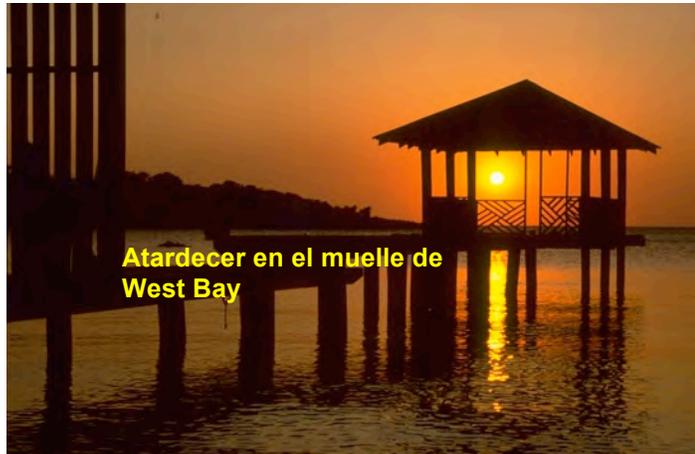
Clasificación de las regiones y municipios turísticos

Municipios/Áreas	Áreas Turísticas de Primer Nivel			Áreas Turísticas de Segundo Nivel		Áreas Turísticas de Tercer Nivel					Municipios y O...
	<u>Islas de la Bahía</u>	<u>Zona Maya</u>	<u>Caribe Esmeralda</u>	<u>Tegucigalpa y su entorno</u>	<u>San Pedro Sula</u>	<u>Caribe Porteño</u>	<u>Golfo Fonseca</u>	<u>Lago Yojoa</u>	<u>Comayagua</u>	<u>Ruta Lenca</u>	
Polos de desarrollo turístico	Roatán, Guanaja, y Utila	Copan Ruinas	La Ceiba, Tela y Trujillo (Santa Fé como playa de Trujillo)	Distrito Central	San Pedro Sula	Omoa y Puerto Cortés	Choluteca, Marcovia, Nacaome, Alianza, Amapala, y San Lorenzo	Lago de Yojoa, Taulabe, Santa Cruz de Yojoa, San Pedro Zacapa y Las Vegas	Comayagua	La Esperanza y Gracias	Ju... Cat... Puert... Brue... Ahu... Fr... Su... Ram... M...
Área de influencia de primer nivel	José Santos Guardiola	Santa Rosa de Copan, Cabañas, El Paraíso, Florida y Santa Rita	Esparta, Arizona, La Masica, San Francisco, El Porvenir, Jutiapa	Ojojona, San Juan de Flores, Santa Ana, Santa Lucia, Valle de Angeles, y Villa de San Francisco				Meambar, San Jose de Comayagua, San Francisco de Yojoa, Santa Barbara y Concepción		San Juan, San Miguelito, Yamaranguila Belen, Las Flores y San Manuel Colohete	Dulo... de C... Fran... Bece... Maria... F...
Área de influencia de segundo nivel	Zona Maya: Concepción, corquen, Cucuyagua, Dolores, Dulce Nombre, La Jigua, La Union, Nueva Arcadia, San		Balfate, Santa Rosa de Aguan, Sonaguera, Bonito Oriental y Limón.								

Municipios/Áreas	Áreas Turísticas de Primer Nivel			Áreas Turísticas de Segundo Nivel		Áreas Turísticas de Tercer Nivel					A Tur de C N
	<u>Islas de la Bahía</u>	<u>Zona Maya</u>	<u>Caribe Esmeralda</u>	<u>Tegucigalpa y su entorno</u>	<u>San Pedro Sula</u>	<u>Caribe Porteño</u>	<u>Golfo Fonseca</u>	<u>Lago Yojoa</u>	<u>Comayagua</u>	<u>Ruta Lenca</u>	
	Agustin, San Antonio, San Jeronimo, San Jose, San Juan de Opoa, San Nicolas, San Pedro, Trinidad de Copan, Veracruz										
Conectores turísticos	Ajuterique, El Rosario, Humuya, Lamani, Lejamani, San Sebastián, Siguatepeque, Villa de San Antonio, Pimienta, Potrerillos, Villanueva, El Corpus, Namasigue, Pespire, Sa de Flores, Santa Ana de Yusguare, Yuscaran, Danli, Jacaleada, Moroceli, Potrerillos, Guaimaca, La Venta, Sabanagrande, San Antonio de Oriente, Talanga, Intibuca, Jesus Otoro, La Paz, Aguanqueterique, Cane, Guajiquiro, Lauterique, San Antonio del Norte, San Juan, La Labor, Lucerna, Sensenti, Sinuapa, Campamento, Macuelizo, Quimistar Aramecina, Caridad, El Progreso y Santa Rita										
Puntos de entrada terrestre	El Triunfo, San Marcos de Colon, El Paraíso, Ocotepeque, Santa Fe y Goascoran										
Otros municipios coadyuvantes³⁸	El resto de municipios del país										

III.3.1. ESTRATEGIA PARA LAS ISLAS DE LA BAHÍA-PRIMER NIVEL: UN LUGAR CON ENCANTO

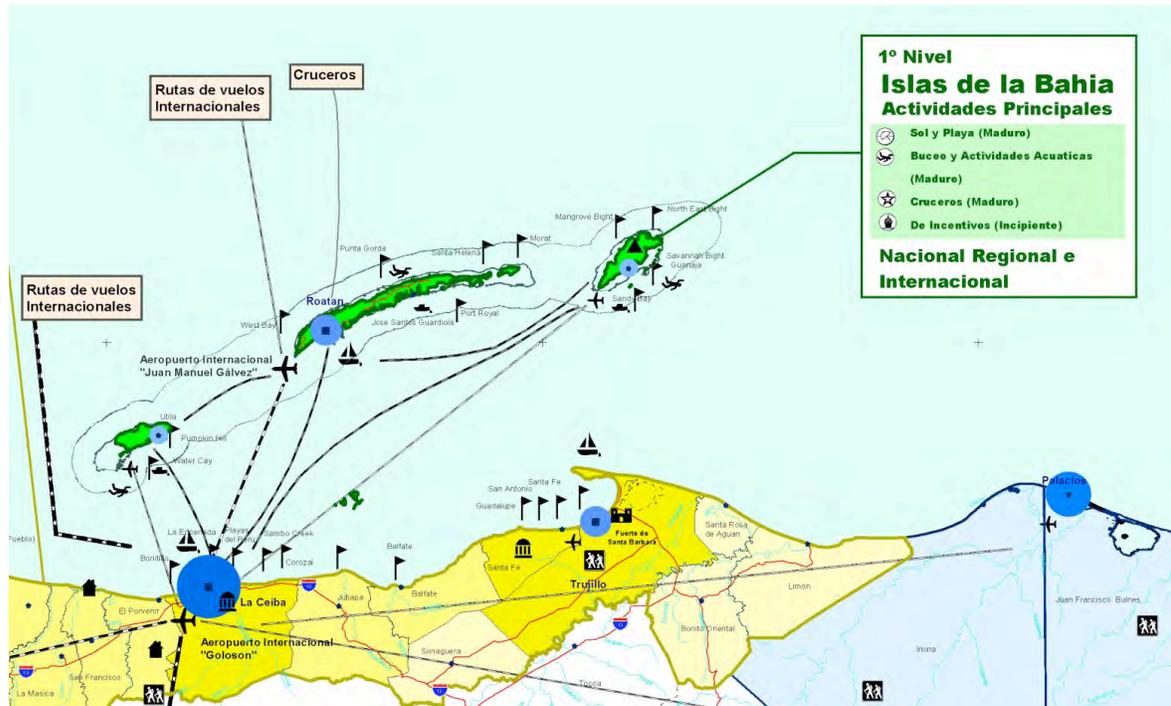
Las Islas de la Bahía, uno de los patrimonios naturales más importantes y bellos del país, encabezado por la barrera coralina, primera de América y segunda del mundo, bosques de mangle, lagunas de interior, bosques latifoliados, dunas, etc.



constituyendo una reserva para la flora y fauna aérea, acuática y terrestre sin precedentes en el Caribe, debe **consolidarse como un destino turístico de primer nivel regional**, sobre la base de:

1. **Consolidación del turismo de buceo**
2. **Promoción y desarrollo planificado del turismo de sol y playa y de cruceros**
3. **Creación de otros productos complementarios a los anteriores**

Todas las islas: La Isla de Roatán, dividida en los municipios del mismo nombre y Santos Guardiola, y las islas mono municipios de Utila y Guanaja, se clasifican como **polos de desarrollo turístico a nivel nacional**.



En Roatán, la apuesta de futuro debe basarse en desarrollos turísticos de alta gama y baja densidad (se puede tolerar algunos tipo “todo incluido” por su efecto ancla y atracción de masa), ligados al **turismo de sol y playa**, y orientados al cliente con alto poder adquisitivo; para ello estos desarrollos deben resultar ambientalmente sostenibles, mediante un adecuado plan de gestión ambiental en los que se controle su ubicación, accesos, procesos de erosión, tratamiento de desechos sólidos y aguas residuales, manejo de vectores (incluido el jején) e idoneidad estética de las edificaciones, primordialmente; para este tipo de desarrollos es fundamental no colmar la primera línea de costa con asentamientos urbanos, dejando parte de ésta para la implementación de los citados hoteles; para ello es necesario aplicar la normativa de ordenamiento costero e implementar una estrategia de expansión costera. El **turismo de cruceros**, debe complementar, **junto con el tradicional buceo y el sol y playa**, el futuro turístico de las islas; para ello es preciso mejorar la oferta turística complementaria³⁹: restaurantes, rutas, venta de productos etc. Enmarcados bajo siempre respetando la política de cruceros con un enfoque ambiental y social.

³⁹ Los atractivos y parte de los servicios complementarios en Roatán han sido calificados por la industria de cruceros como uno de los mejores de la región.

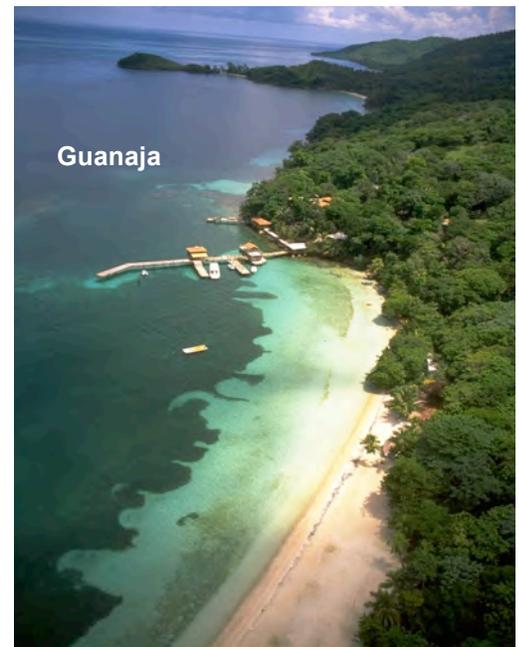
En Guanaja se pretende un turismo de alto consumo, no masificado, y de calidad, orientado en parte al turismo de buceo.

En Utila se pretende el desarrollo múltiple de micro y medianas empresas turísticas muy especializadas, prósperas, asociadas y coordinadas especializadas en el buceo y actividades náuticas y deportivas para turistas jóvenes.

III.3.1.1) Estrategia Territorial

La estrategia territorial consiste en:

1. **Declaración, planificación y gestión de un ABRE, Área Bajo Régimen Especial, figura de la Ley de Ordenamiento Territorial (OT)**, con el objetivo de lograr una planificación y gestión territorial ordenada en las Islas; se debe de elaborar y ejecutar un Plan de Ordenamiento Territorial que determine la capacidad de carga para cada una de las islas, regule el crecimiento urbanístico futuro y establezca los lugares mas apropiados para cada una de las actividades actuales y potenciales estableciendo las normativas de construcción y los usos permitidos; para el caso de Roatán, se debe paliar el desequilibrio territorial, producido por una oferta turística concentrada en West End y West Bay en la zona noroccidental de la isla. Este plan deberá de contemplar las medidas de prevención y mitigación de desastres naturales.
2. **Elaboración de normas municipales de construcción: ambientales y de integración paisajística:** Roatán, José Santos Guardiola, Guanaja, y Utila, que regulen la actividad urbanística, armonice los tamaños, alturas, formas, colores y materiales de las construcciones de las edificaciones y preserve los modelos arquitectónicos tradicionales en las distintas islas.
3. **Declaratoria de las áreas protegidas terrestres identificadas por el PMAIB en su primera fase**



III.3.1.2) [Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios](#)

Fundamentalmente basada en la mejora de las infraestructuras de transporte y del ciclo del agua:

1. **Creación de una línea regular por vía marítima entre las islas** para solucionar los problemas de insularidad y aislamiento, favorecer el turismo y lograr una mayor cohesión insular; se deben establecer dos rutas secuenciales además de las existentes: primero Roatán-Utilla y después Roatán-Guanaja
2. **Mejora del transporte terrestre en Roatán;** señalización vial, informativa e interpretativa de la carretera pavimentada que atraviesa de este a oeste la isla; asfaltado y mantenimiento de las carreteras principales y secundarias.
3. **Mejoramiento de la Terminal de cruceros en Roatán;** la misma debe ser concesionada a algún operador privado
4. **Propuesta de un plan de manejo integral de residuos en las Islas de la Bahía;** que establezca los sistemas de infraestructuras a realizar para cada una de las Islas; debe basarse en la separación selectiva de residuos urbanos: plásticos, orgánicos, y peligrosos, y sobre la concienciación en la reducción de generación de residuos, entre otros
5. **Propuesta de un plan de manejo del agua, abastecimiento y saneamiento,** que establezca los mecanismos e infraestructuras de abastecimiento y saneamiento de agua, tratamiento y reciclado de aguas residuales, y políticas de ahorro de agua, entre otras.

III.3.1.3) [Estrategia de oferta turística](#)

Se debe aumentar, mejorar y diversificar la oferta turística hacia segmentos de mercado de calidad y alto valor adquisitivo, promocionando el modelo de alojamiento y restauración tradicional extensivo, integrado en el entorno y paisaje isleño, basado en palafitos de madera, ajardinados, de una o dos alturas máximo, y con sistemas de infraestructura básicos no agresivos con el entorno, y creando una serie de servicios complementarios (guías turísticos, tiendas de “souvenirs” actividades recreativas, etc.) enfocados a los cruceristas.

Estrategias:

1. **Sistema de incentivos para empresas existentes** hoteles, alojamientos, y empresas ligadas al buceo.
2. **Promoción e incentivos a empresas complementarias no tradicionales:** guías turísticos, empresas deportivas, empresas recreativas, empresas náuticas etc.
3. **Reconversión urbanística, orientada a una mejora de la oferta turística, en el área de West-End en Roatán,** ubicando un área de parqueo en el exterior, cerrando el paso a los vehículos, creando un área peatonal y carril bici, evitando construcciones en primera línea (entre la carretera y el mar) que impactan en el paisaje e impiden la visualización y acceso al mar, y armonizando (colores, materiales y formas) los negocios turísticos ubicados en la calle principal.
4. **Reconversión urbanística en el pueblo de Utila orientado a la mejora de la oferta turística;** con el objetivo de mejorar la calle principal, y calles secundarias, cerrar el tráfico motorizado de particulares (excepciones para negocios turísticos y habitantes), controlar la flota vehicular, y mejorar la estética urbanística de la zona.
5. **Promoción de la política de cruceros de Honduras.**
6. **Fomento del asociacionismo de microempresas, en especial en Utila.**

III.3.1.4) [Estrategia de gestión y organización del destino](#)

Las principales estrategias en cuanto a la planificación y gestión del destino turístico Islas de la Bahía son los siguientes:

1. **Mejora coordinación institucional: público-privada.**
2. **Mejora de la participación ciudadana;** aprovechar las experiencias del PMAIB y del PTCS y el Plan Estratégico de Desarrollo Municipal de Guanaja, realizado con un enfoque democrático y participativo.
3. **Promoción de la Cámara de Turismo de las Islas de la Bahía** a partir de la existente en Roatan
4. **Promoción de las Unidades Turísticas Municipales en Utila y Guanaja**

III.3.1.5) Estrategia de comunicación y promoción

Se debe crear una estrategia de promoción conjunta no sólo en cada isla, de promoción del destino “Islas de la Bahía”. A nivel departamental en general y en cada una de las islas en particular, se debe:

1. **Estrategia de marketing para las Islas de la Bahía; definición y consenso de una imagen conjunta y cohesiva**, (Promoción entre el IHT, Cámara de Comercio, y Unidades Turísticas Municipales)
2. **Estrategia de marketing para Roatán, Utila y Guanaja**, (Promoción entre el IHT, Cámara de Turismo, y Unidades Turísticas Municipales); definición de los criterios clave y la estrategia de diferenciación en cada isla; en Roatán sobre la base del buceo, playa y cruceros; en Utila buceo y aventura.

III.3.1.6) Estrategia de capacitación turística

Creación de un “hotel escuela” que integre a la población local tradicional es en su mayoría bilingüe, particularidad isleña muy atractiva para un tipo de turismo internacional, que forme y capacite en oficios turísticos; recepcionistas, camareros, cocineros y ayudantes de cocina, entre otros.

Concientización de la población, códigos de conducta y buenas practicas para los prestadores de servicios turísticos.

III.3.2. ESTRATEGIA PARA EL CARIBE ESMERALDA (TRUJILLO-TELA) - PRIMER NIVEL: MOTOR TURÍSTICO DEL PAÍS

El Caribe Esmeralda (Tela-Trujillo), zona de alto valor ecológico y paisajístico, debe basar su desarrollo en el **turismo de sol y playa, ecoturismo, y actividades náuticas y deportivas**, de turistas nacionales, regionales e internacionales, de un mayor poder adquisitivo, y constituirse **como el motor y detonante turístico del país**.

El desarrollo turístico del Caribe Esmeralda, debe realizarse de una manera secuencial y paulatina, a partir de Tela, con el proyecto líder, Bahía de Tela (Los Micos Beach & Golf Resort), con el que se pretende crear un centro turístico de calidad, apto para recibir turistas internacionales. Tela debe desarrollar la oferta turística, y actuar como principal polo receptor, y centro distribuidor de corrientes turísticas hacia el resto de la costa caribeña en una primera fase: Tela, y La Ceiba, posteriormente Trujillo, y del resto de la costa norte en la segunda.

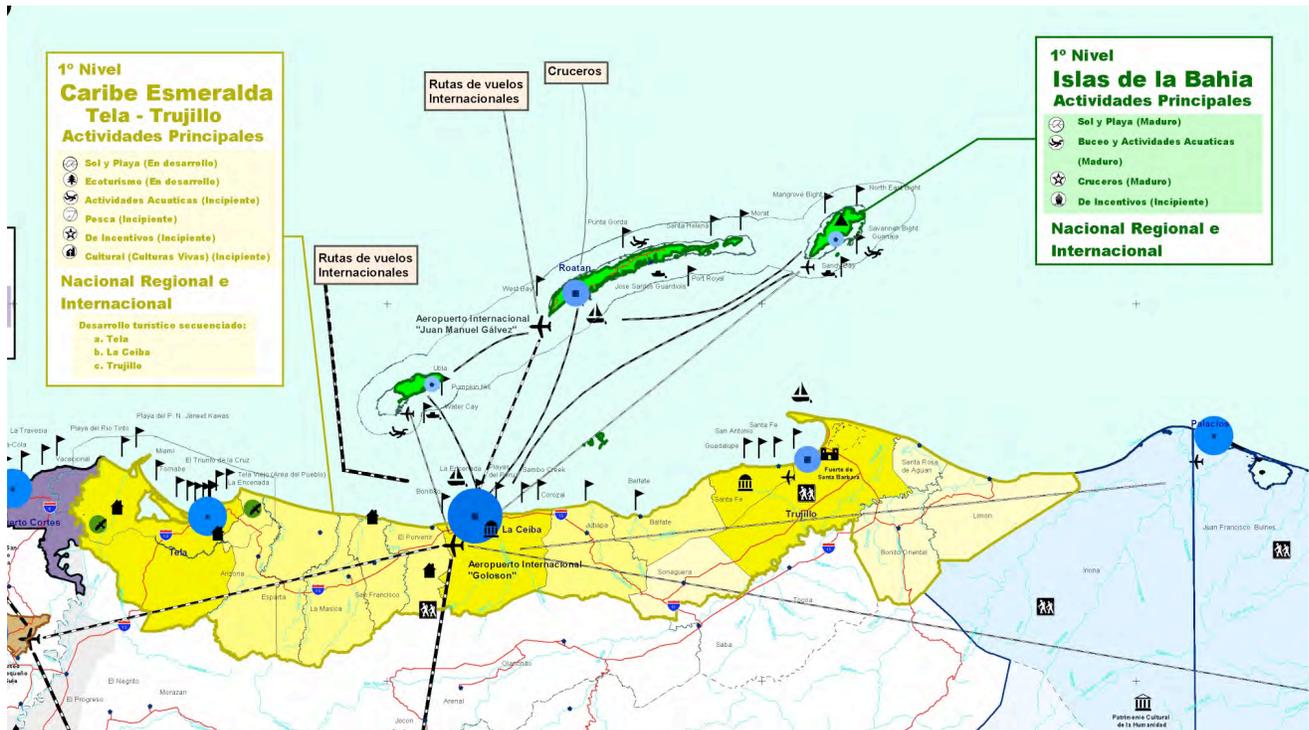


En el Caribe Esmeralda se propone una clasificación en los municipios según su nivel de importancia en el modelo a 2,021:

- ✚ **Polos de desarrollo turístico;** constituidos por los municipios que cuentan con mayor oferta turística en relación al segmento de mercado, mejores atractivos turísticos (ambientales, culturales y patrimoniales) en relación al producto a desarrollar, accesibilidad, ubicación de asentamientos poblacionales (estrategia de reducción de la ERP), mejor nivel de equipamientos y servicios y mejor organización institucional para el desarrollo del turismo: **La Ceiba, Tela, y Trujillo (Santa Fé, como zona de playa de Trujillo).**
- ✚ **Área de influencia de primer nivel;** integrada por los municipios del litoral que presentan características naturales, construidas y/o culturales de gran atractivo,

pero que no cuentan con una oferta turística adecuada para el desarrollo en una primera fase: **Esparta, Arizona, La Masica, San Francisco, El Porvenir, y Jutiapa.**

- ✚ **Área de influencia de segundo nivel;** conjunto de municipios del litoral o de la carretera CA-13 que no son prioritarios para el desarrollo turístico, en una primera fase pero que juegan un papel coadyuvante y de amortiguamiento para la región: **Balfate, Santa Rosa de Aguan, Sonaguera, Bonito Oriental y Limón.**



III.3.2.1) Estrategia territorial

La estrategia territorial consiste en:

1. **Planificación y gestión del ABRE en Bahía de Tela, Área Bajo Régimen Especial, figura de la Ley de Ordenamiento Territorial (OT),** con el objetivo de lograr una planificación y gestión territorial de los municipios de **Arizona, Esparta, Tela y Puerto Cortés;** se debe elaborar y ejecutar un Plan de Ordenamiento Territorial que determinen la zonificación territorial, los usos del suelo adecuados en función de la capacidad de acogida, las normas generales y particulares por zonas y los proyectos de intervención; el objetivo es revertir la espiral de declive en

la zona hacia una espiral de mejora y progreso, reoriente el modelo urbanístico aleatorio existente, y prevea el desarrollo urbanístico futuro. Este plan también deberá de contar con las medidas de mitigación y prevención de desastres naturales.

2. **Elaboración de normas municipales de construcción, ambientales y de integración paisajística para los siguientes municipios: Tela, La Ceiba y Trujillo**, que regulen la actividad urbanística, armonice los tamaños, alturas, formas, colores y materiales de las edificaciones, y preserve los modelos arquitectónicos tradicionales en los distintos municipios.
3. **Elaboración de una normativa de usos para la zona norte o unas directrices a implementar a través de las ordenanzas municipales** que regule con eficacia la franja marítimo-costera, que es una de las zonas con mayor desarrollo y por ende conflictiva del país; esta debe establecer la zona de uso público, el límite mínimo de las construcciones, regular los usos en la zona: urbanísticos, industriales, portuarios y agrícolas, entre otros.

III.3.2.2) [Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios](#)

En cuanto a las infraestructuras y equipamientos se pretende:

1. **Ampliación de la red de alcantarillado y saneamiento en Tela**
2. **Puesta en valor de los áreas naturales protegidos**, en particular, Parque Nacional Jeannette Kawas, Parque Nacional Punta Izopo, RVSCS y PNPB y Jardín Botánico Lancetilla; se pretende la mejora de los accesos, senderos, dotación de los centros de visitantes existentes y creación de nuevos, señalización e interpretación, entre otros.
3. **Mejora de la señalización vial, informativa e interpretativa de la carretera del litoral CA-13 (carretera turística de primer nivel)**; se debe potenciar como una carretera paisajística y escénica: vía paralela al mar y a la montaña, que atraviesa la historia y cultura garífuna, y enseña un mosaico singular: el mar a la izquierda, en medio un conjunto variado de cultivos: piñeras, palma africana, y las bananeras, una leyenda viva, y una montaña de bosque siempre verde de telón de fondo; la

puesta en valor de la misma pretende ubicar los principales sitios turísticos, los atractivos naturales, culturales y patrimoniales etc.

4. **Propuesta de un plan de manejo integral de residuos para los municipios de Tela, La Ceiba y Trujillo (Tela y La Ceiba en primer lugar);** que establezca los sistemas de infraestructuras a realizar para cada uno de los municipios; debe basarse en la separación selectiva de residuos urbanos; plásticos, orgánicos, y peligrosos, campañas de sensibilización de la comunidad, establecimiento y fortalecimiento de microempresas de reciclaje, entre otros.
5. **Propuesta de un plan maestro de del agua, abastecimiento y saneamiento en Tela, La Ceiba y Trujillo (Tela y La Ceiba en primer lugar),** que establezca los mecanismos e infraestructuras de abastecimiento y saneamiento de agua, tratamiento y reciclado de aguas residuales, y políticas de ahorro de agua, propuesta de reforma a la norma nacional de aguas residuales y hacer los estudios necesarios de prefactibilidad, factibilidad y el diseño de emisarios submarinos, entre otras.

III.3.2.3) Estrategia de oferta turística

En cuanto a la oferta turística la estrategia consiste en:

1. **Mejora de la oferta existente⁴⁰ y creación de oferta turística ligada al turismo de sol y playa de media y alta calidad (alojamiento, restauración y servicios complementarios) en Tela, La Ceiba y Trujillo;** en cuanto a la oferta destaca la ejecución de Bahía de Tela (Los Micos Beach & Golf Resort), con el que se pretende crear un centro turístico de alta calidad. De esta manera, Tela debe desarrollar gran parte de la oferta turística futura, actuar polo receptor y centro distribuidor de corrientes turísticas hacia el resto de la costa.
2. **Creación de una oferta turística de alta calidad, bajo impacto ambiental e integración social ligado a las siguientes áreas protegidas:** Parque Nacional

⁴⁰ Considerar como modelo: Eco-Resort The Lodge at de Pico Bonito, Palma Real ubicado en la Playa de Perú Aldea Roma (Jutiapa(La Ceiba), Quinta Real, La Quinta (La Ceiba), y Villas Telamar (Tela)

Punta Izopo, Parque Nacional Jeannette Kawas y Parque Nacional Pico Bonito. Y RVSCS y PNPB?

3. **Promoción de agencias de viaje en Tela, Trujillo y la Ceiba** que impulsen y divulguen el turismo de la región.

III.3.2.4) Estrategia de comunicación y promoción

Los esfuerzos para la comunicación y difusión de los atractivos del Caribe Esmeralda, en particular enfocado a los productos de sol y playa y turismo de la naturaleza; se debe tener un énfasis especial del proyecto Bahía de Tela; la comunicación y promoción deben realizarse por diferentes vías:

1. **Promoción institucional a partir de la gerencia de mercadeo del IHT**, como uno de los pilares futuros del desarrollo turístico del país. Esta promoción debe ser específica para la región y destacada principalmente en el futuro complejo integralmente planificado de Bahía de Tela, las poblaciones principales, y los recursos naturales de la zona. La difusión del material se debe realizar en revistas especializadas, la página web www.letsgehonduras.com, la promoción en ferias y eventos internacionales.
2. **Promoción de las Comisiones de Municipales de Turismo, las Unidades Municipales de Turismo (4) y oficinas de turismo regionales**. Con un alcance local debido a la menor capacidad de difusión que tienen.
3. **Esfuerzos coordinados e individuales de empresarios locales** que ofertan sus servicios, principalmente a través de internet. Esta promoción que normalmente gira en torno a un negocio concreto, debe promocionar los recursos de la zona como atractivo adicional.

III.3.2.5) Estrategia de capacitación turística

Debido a la gran demanda que generarán las empresas turísticas de Bahía de Tela se pretende:

1. **Mejora del hotel escuela del Instituto de Formación Profesional de San Pedro Sula** que tenga como objetivo graduar profesionales en diferentes ramas de la hotelería; se debe potenciar su proyección hacia la costa norte.
2. **Construcción de un hotel escuela de nueva planta radicado en Tela o La Ceiba**, que pueda nutrir de personal cualificado a los establecimientos hoteleros que surgirán al abrigo del proyecto de Bahía de Tela.



Jerónimo, San José, San Juan de Opoa, San Nicolás, San Pedro, Trinidad de Copán, Veracruz

III.3.3.1) Estrategia territorial

La estrategia debe fundamentarse sobre:

1. **Declaración, planificación y gestión de un ABRE en Copán Ruinas y su entorno, Área Bajo Régimen Especial, y figura de la Ley de Ordenamiento Territorial (OT)**, con el objetivo de lograr una planificación y gestión territorial de los municipios del valle de Copán; se debe elaborar y ejecutar un Plan de Ordenamiento Territorial que determinen la zonificación territorial, los usos del suelo adecuados en función de la capacidad de carga, establezca medidas de conservación para sitios arqueológicos, las normas generales y particulares por zonas y los proyectos de intervención; el ABRE debe contemplar una normativa urbanística (construcción, ambiental y paisajística) del Municipio de Copán Ruinas, con el objetivo de armonizar los tamaños, alturas, formas, colores y materiales de las edificaciones, y preservar el modelo colonial. Este plan también deberá contemplar las medidas de mitigación y prevención de desastres naturales.
2. **Promoción en la gestión del ABRE y del territorio de las mancomunidades existentes:** La Mancomunidad de MANCORSARIC) comprendida por los municipios de Copán Ruinas, Santa Rita, Cabañas, y San Jerónimo, la Mancomunidad de Cerro Azul, y la reciente Mancomunidad Chortí que agrupa a la mayor parte de los municipios del Norte del Departamento.
3. **Planificación (Plan de Manejo, Uso Turístico, Negocios, y Contingencias) y gestión de los sitios arqueológicos: Las Sepulturas, Copán Ruinas y El Puente** con el objetivo de la preservación y puesta en valor turística de los sitios arqueológicos, y de la creación de un circuito Maya.



III.3.3.2) Estrategia de infraestructuras,

equipamientos y servicios

La estrategia se basa en:

1. **A corto plazo, construcción de un aeródromo que mejore el acceso, y que se convierta en un centro de distribución en el Mundo Maya⁴¹:** Guatemala, El Salvador y Honduras, y conecte el producto arqueológico Copán Ruinas, con otras regiones y productos del país, principalmente: Islas de la Bahía y Caribe Esmeralda, así como los dos principales centros de distribución nacional: Tegucigalpa y San Pedro Sula.
2. **A corto plazo, mejora de los equipamientos de los principales asentamientos preclásicos y clásicos precolombinos,** con Copán Ruinas como punto central, Las Sepulturas y El Puente.
3. **A corto plazo, propuesta de un plan regional de manejo integral de residuos;** que establezca los sistemas de infraestructuras a realizar para cada uno de los municipios; debe basarse en la separación selectiva de residuos urbanos; plásticos, orgánicos, y peligrosos, fomento de la microempresa, entre otros.
4. **A corto plazo, propuesta de un plan de manejo del agua, abastecimiento y saneamiento en el Valle de Copán,** que establezca los mecanismos e infraestructuras de abastecimiento y saneamiento de agua, tratamiento y reciclado de aguas residuales, y políticas de ahorro de agua, entre otras.
5. **A medio plazo, mejora de las infraestructuras y servicios de la aduana de El Florido,** ya que es por Guatemala por donde entran principalmente los turistas internacionales.
6. **A largo plazo, mejora de la carretera que une Copán Ruinas con Santa Rosa de Copán, Gracias y La Esperanza,** para unir el Mundo Maya con la Ruta Lenca, de gran atractivo turístico y todavía por explotar; la mejora de la carretera incluye asfaltado, señalización, información e interpretación, entre otras.

⁴¹ El mercado potencial de la región Mundo Maya es de 8 millones de turistas anuales; el objetivo a 2,021 es captar un 3% aproximadamente, es decir, 240,000 turistas; en la actualidad el número de turistas está entorno a los 130,000 (datos IHT, 2,003)

III.3.3.3) Estrategia de la oferta turística

En relación a la oferta la estrategia debe asentarse sobre:

1. **En relación con la oferta de alojamiento turístico y restauración, se debe mejorar la oferta turística existente en Copán Ruinas, que** concentra la oferta hotelera del departamento, con 37 hoteles (según datos del IHT para el 2004), 31% de la departamental, y una capacidad de 894 camas; siendo además uno de los municipios con mayor oferta hotelera a nivel nacional. El objetivo de esta mejora es superar la tasa de ocupación media que se encuentra entorno al 35%.
2. **Diversificación de la oferta en Copán Ruinas, mediante la promoción de empresas de servicios complementarios ligados al ecoturismo principalmente:** tiendas de artesanías, guías de la naturaleza, senderos, aguas termales, paseos a caballo etc.

III.3.3.4) Estrategia de comunicación, promoción y comercialización

Los esfuerzos para la comunicación y difusión deben fundamentarse en:

1. **Promoción dentro del Instituto Hondureño de Turismo, dentro de su programa de mercadeo, y como destino ya consolidado.**
2. **Promoción de Honduras dentro de la Organización Mundo Maya.** Esta organización debe promocionar los destinos que componen la Ruta Maya, impulsar iniciativas turísticas, y desarrollar y promover programas y visitas turísticas en la región Mundo Maya. La Organización Mundo Maya debe ejercer como un motor para la promoción y difusión de este destino, aunando en una marca común todos los destinos que integran la Ruta Maya. Esta marca se presenta en folletos turísticos, anuncios publicitarios en revistas especializadas, etc. Se debe promocionar en ferias Europeas, Norteamericanas y Asiáticas.

Círculo Maya



III.3.4. ESTRATEGIA PARA TEGUCIGALPA Y SU ENTORNO- SEGUNDO NIVEL

Las grandes ciudades como Tegucigalpa y San Pedro Sula desempeñan un papel muy importante como centros de distribución, para lo cual se requiere desarrollar actividades en sus áreas de influencia, conformando así corredores y circuitos.

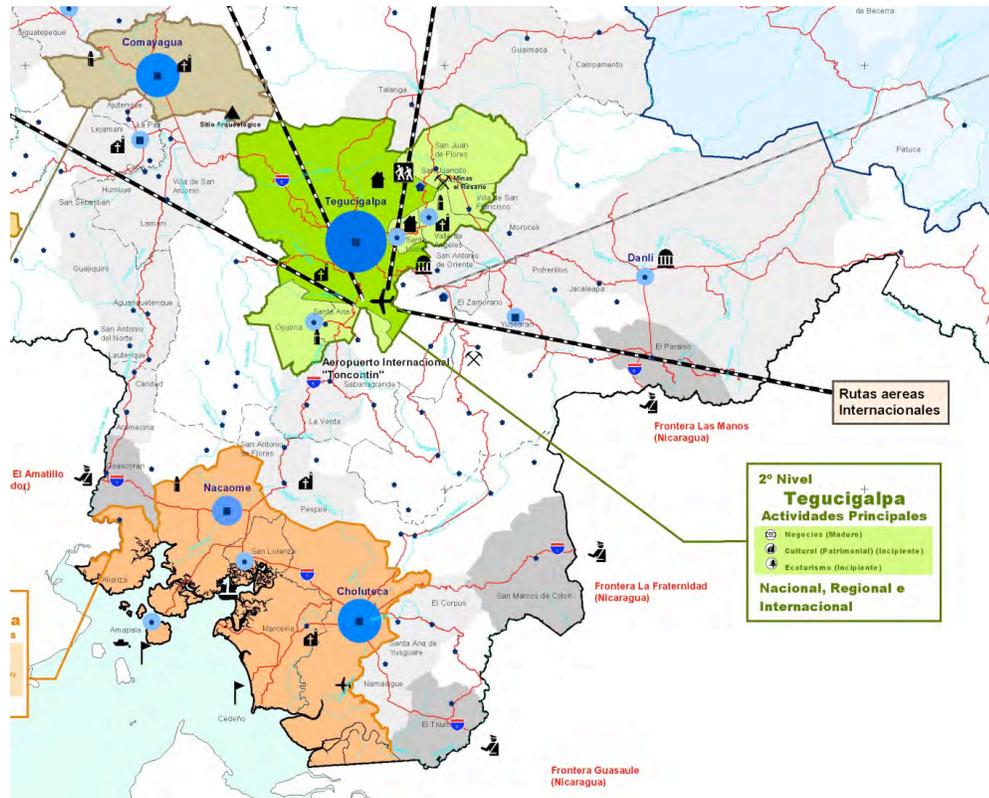
Tegucigalpa como capital del país debe ser la ciudad de negocios más importante del país junto con San Pedro Sula y punto gravitatorio del corredor central. Alrededor de Tegucigalpa se deben potenciar una serie de elementos de aglutinación regional entre los que destaca la actividad minera que ha caracterizado a toda la región en el pasado, y que, debidamente gestionado debe ser un elemento detonador del turismo en la región⁴².

Entre las zonas de atractivo turístico que se deben promocionar:

- a) Ruta de Reales Minas: la singularidad y el atractivo de los pueblos que constituyen este destino son importantes recursos para complementar el turismo internacional de negocios de fines de semana (también el turismo local). El complemento con la presencia de áreas naturales (Parque Nacional La Tigra y RVS Corralitos) en su entorno, así como con las minas abandonadas debe resultar en un producto turístico de alto valor, con múltiples posibilidades para la iniciativa privada. Por otra parte, la cercanía a Tegucigalpa permitiría la proliferación de visitas de un día, como ya está sucediendo en los municipios del **área de influencia de primer nivel: Ojojona, San Juan de Flores, Santa Ana, Santa Lucía, Valle de Ángeles, y Villa de San Francisco.**
- b) Región de El Zamorano: la presencia de la Escuela Agrícola Panamericana, como organismo impulsor de iniciativas de desarrollo turístico en la región, debe generar una oferta muy sugerente para un turismo de grupos, de fin de semana, en el que se pueden desarrollar numerosas actividades ligadas al turismo rural.
- c) Comayagua como ciudad colonial donde ir a pasar el fin de semana; promoción de la oferta de restauración y alojamiento, para turistas internacionales de negocios,

⁴² Ver proyecto de rehabilitación de Ruta de las Grandes Minas y rehabilitación de Mina 11:50

misiones religiosas y/o visitas de parientes o amigos, y turistas locales de poder adquisitivo medio-alto.



III.3.4.1) Estrategia de consolidación

Se deben desarrollar los productos citados en el párrafo anterior: Ruta de Real de Minas, El Zamorano, y Comayagua, desarrollando en ellos una oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios (tiendas de artesanías, guías, bares, etc.) que contribuya a consolidar la región central.

Se debe consolidar la oferta turística en Tegucigalpa, partiendo de las altas tasas de ocupación (la más alta del país con 62 %) y el aumento esperado de turistas en el corto, medio y largo plazo, así como elevar la calidad de los servicios hoteleros y de restauración.

III.3.4.2) Estrategia de promoción

El conocimiento del perfil de clientes reales y potenciales conlleva a identificar segmentos, canalizando recursos hacia aquellos que generan mayores gastos. Uno de estos segmentos a desarrollar es el de ferias, exposiciones y convenciones.

Tegucigalpa cuenta con un importante mercado en los Estados Unidos y en la región Centroamericana principalmente pero requieren aumentar su oferta de actividades para acrecentar estadía y/o gasto.

III.3.4.3) Estrategia de capacitación

Se debe potenciar el Hotel Escuela Madrid. El complejo escuela debe fortalecer la formación de las empresas de Tegucigalpa y su entorno (zona sur, El Zamorano, Comayagua y los municipios del área de influencia de Tegucigalpa: Ojojona, San Juan de Flores, Santa Ana, Santa Lucía, Valle de Ángeles, y Villa de San Francisco) y su personal, desarrollando e impartiendo seminarios de capacitación en una multiplicidad de disciplinas de servicios tanto en hoteles, bares, restaurantes: cocina, meseros, recepción etc.

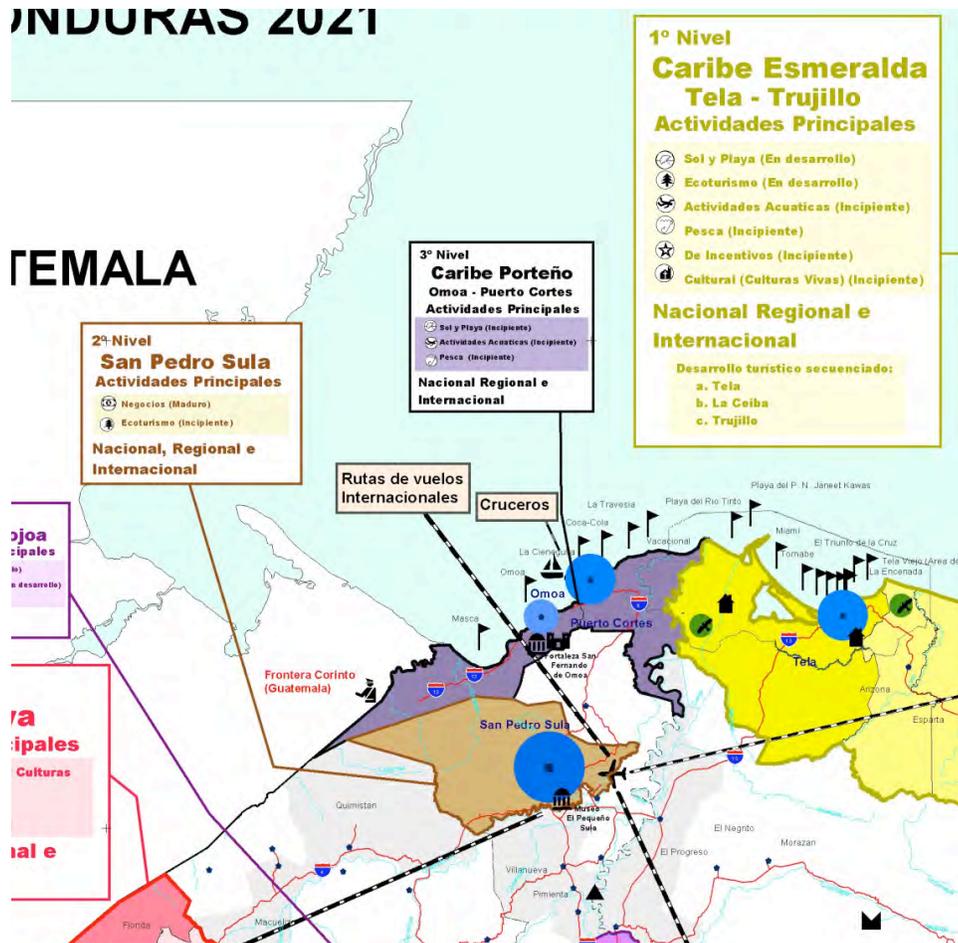
III.3.5. ESTRATEGIA PARA SAN PEDRO SULA- SEGUNDO NIVEL

La ciudad de San Pedro Sula o San Pedro valle de aves según el dialecto local, ciudad industrial más importante de Honduras, debe basar su desarrollo turístico en varias cuestiones:

- Potenciar el turismo de negocios ligado a la fuerte actividad industrial y empresarial que atrae la ciudad
- Promocionar la estancia en la ciudad al ser la principal puerta de entrada del país, y lugar de distribución principal hacia los tres destinos más importantes o los llamados tres mundos: El primer mundo o la naturaleza tropical de las principales áreas naturales protegidas del país, el segundo o renacimiento maya, mediante la carretera que une San Pedro Sula y Copán Ruinas, y el tercero o Creación Caribeña, vía aérea a La Ceiba, y de ahí a las Islas de la Bahía, o terrestre por la CA-13 a Omoa y Puerto Cortés o Tela, La Ceiba y Trujillo.



- Potenciar el aeropuerto Ramón Villena Morales de San Pedro Sula para que se pueda convertir en un hub para las líneas europeas al resto de Centroamérica.



III.3.5.1) Estrategia de consolidación y desarrollo

Se deben identificar espacios de uso turístico complementario para el turismo de negocios de corta duración (1-2 días) y de media y larga duración (1 semana), desarrollando en ellos una oferta de actividades sociales y culturales que contribuya a consolidar la identidad hondureña; para los de media-larga duración se debe potenciar la zona caribeña (Tela y La Ceiba) como lugar turístico de fin de semana.

Se debe crear oferta turística nueva, según las altas tasas de ocupación (58 %) y el aumento esperado de turistas en el corto, medio y largo plazo, así como elevar la calidad de los servicios hoteleros y de restauración al igual que las instalaciones.

III.3.5.2) Estrategia de promoción

Se deben de desarrollar temas para la promoción del turismo de negocios: ferias, exposiciones y convenciones.

Otra orientación de la estrategia consiste en mejorar la señalización turística y la información que se proporciona a los visitantes.

III.3.5.3) Estrategia de capacitación

Se debe potenciar el Hotel Escuela del INFOP, que da cobertura a las regiones de Copán y la ruta Lenca. El complejo escuela debe fortalecer la formación de las empresas y su personal dedicados al rubro turístico, desarrollando e impartiendo seminarios de capacitación en una multiplicidad de disciplinas de servicios tanto en hoteles, bares, restaurantes y el sector turismo general.

Para ello se debe:

- Dotar de mayores medios técnicos, humanos y económicos
- Mejorar la planta donde se imparten las aulas
- Impartir capacitaciones fuera del hotel escuela, ofreciendo su capacidad a las zonas de la Ruta Lenca y Copán, relativamente cercanas.

III.3.6. ESTRATEGIA PARA EL LAGO YOJOA Y SU ENTORNO- TECER NIVEL

En el centro - occidente de Honduras se ubica el único lago del país con cierta entidad, el Lago de Yojoa, un lago natural a 700 msnm, rodeado por impresionantes montañas que alcanzan alturas de más de 2,700 metros, como es el caso de la Montaña de Santa Bárbara, el segundo punto más alto del país.

Estas majestuosas montañas albergan a dos de los más importantes parques nacionales de Honduras: .N. Azul Meambar en la costa sur del lago y Santa Bárbara en la costa Norte. La combinación de vegetación, con la ayuda de la abundancia de agua en la zona han generado una elevada biodiversidad complementada con otros atractivos turísticos como las Cuevas de Taulabé, las cascadas de Pulhapanzak y el Parque Eco Arqueológico de Los Naranjos. Otros recursos importantes del área lo constituyen los aprovechamientos agrarios tradicionales de la zona, tales como las fincas de café en Santa Bárbara o los pintorescos municipios del entorno como Chinda , Las Vegas (en donde se encuentra la famosa mina de El Mochoto) y La Trinidad.

Una ventaja comparativa muy importante del lago y su entorno es su ubicación, en un tramo central de la carretera Tegucigalpa -San Pedro Sula, por lo que se encuentra a poco más de 2 horas de Tegucigalpa y a menos de esa cantidad de San Pedro Sula.

Esta situación ha propiciado el establecimiento de champas y comedores a lo largo del tramo viario frente al lago, tradicionalmente empleados por los usuarios de la carretera, turistas y viajeros para el consumo de pescado frito. Otro tipo de visitante encontrado en menor medida, es el turista que pernocta en los hoteles de la región como el Brisas del Lago, el Hotel Agua Azul y el Hotel Finca Las Glorias. Estos turistas a diferencia de los anteriores que solo llegan a comer pescado frito, llevan a cabo actividades propiamente recreativas o turísticas como pesca, deportes náuticos, o naturaleza y ecoturismo en los esplendidos alrededores de la zona.

De forma global, la estrategia debe fidelizar al viajero que en tránsito, para frente al lago y consume pescado frito. Para ello debe progresivamente mejorar la calidad de la oferta gastronómica y mejorar las condiciones ambientales de los comedores y champas. A largo plazo, y pensando en un turista más exigente e internacional, toda esta área debe proyectar su desarrollo en el geoturismo, avalado por la belleza del lago y su aprovechamiento para actividades náuticas, el entorno natural de extraordinaria diversidad y riqueza y el variado patrimonio cultural y arquitectónico del cercano departamento de Santa Bárbara.

III.3.6.1) Estrategia territorial

La estrategia territorial consiste en:

- a. **Ordenamiento territorial y ambiental de los municipios limítrofes con el lago (ABRE a cargo de la SERNA para producción hidroeléctrica y SAG por lo piscícola, pero donde el IHT debe participar en la parte turística),** en especial de los tramos ribereños. Es importante delimitar los usos del área adyacente y la capacidad de carga de la misma. En este punto es necesario calcular el volumen máximo de extracción de caudales para la hidroeléctrica Río Lindo, con el fin de frenar el desecamiento paulatino del lago.
- b. **Ordenamiento del tramo viario frente al lago,** es imprescindible ordenar la ubicación y contemplar los requisitos ambientales de todos los comedores y restaurantes.

III.3.6.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios

En cuanto a las infraestructuras y equipamientos se pretende:

- a. **Mejora del abastecimiento de agua y saneamiento de las comunidades y aldeas** directamente vertientes al lago, es imprescindible evitar la entrada de aguas contaminadas al lago para frenar el actual deterioro ambiental.
- b. **Marina deportiva en el lago** con objeto de potenciar las actividades náuticas y deportivas del lago.

III.3.6.3) **Estrategia de la oferta turística**

- a. **Ampliación y mejora de la oferta de hoteles de la zona**, destacando y promocionando en el país la identificación del área con la naturaleza y actividades náuticas.
- b. **Mejora de las condiciones ambientales del lago**, especialmente en la orilla oriental del mismo.
- c. **Creación de rutas ecoturísticas** en las áreas protegidas del entorno, a las que habrá que sumarse los atractivos de las Cuevas de Taulabé, la cascada de Pulhapanzak, el Parque Eco sitio Geo-Arqueológico de los Naranjos y la visita de fincas cafetaleras.

III.3.7.COMAYAGUA- TERCER NIVEL: CIUDAD COLONIAL Y ANTIGUA CAPITAL DE HONDURAS

Santa María de La Nueva Valladolid de Comayagua, o simplemente Comayagua, fue fundada por orden del adelantado de Yucatán, Don Francisco de Montejo, quien recomienda a su capitán Don Alonso de Cáceres que funde una villa en un paraje que estuviera equidistante de los dos océanos y entre Guatemala y León, Nicaragua.

Su posición estratégica le permite en pocos años convertirse en la sede del poder eclesiástico, del poder civil, centro económico y centro cultural. Después de la Independencia de España, en 1821, se convierte en capital.

Hoy en día, Comayagua es una ciudad de muy fácil acceso. La principal carretera del país pasa por un costado de la ciudad comunicándola convenientemente con las Ciudades de Tegucigalpa (a unos 80 Km. de distancia hacia el sur) y San Pedro Sula (a unos 140 Km. de distancia hacia el norte). Situada a una altura aproximada de 550 metros sobre el nivel medio del mar y en el centro de un extenso valle, rodeada de majestuosas montañas, la ciudad está construida de acuerdo al antiguo sistema español, basado en una plaza central trazada cuadrículadamente, cuenta con varias construcciones que guardan una rica historia del pasado de Honduras. Destacan la Catedral, las iglesias de La Merced, La Caridad, San Francisco y San Sebastián, así como la sede del Obispado y la sede del Museo de Arqueología de Comayagua, que en su tiempo fue la Casa Presidencial, el Congreso Nacional y el Palacio de Justicia de la Suprema Corte de Justicia. Es muy conocida Comayagua por sus ricas tradiciones religiosas como las de Semana Santa y Domingo de Ramos. La naturaleza esta también presente en torno a la ciudad como la montaña de Comayagua con un excepcional bosque nublado.

El turista que frecuenta Comayagua pertenece básicamente de dos tipos, por una lado el turista familiar capitalino, que visita la ciudad el fin de semana o en las fiestas religiosas y por otro lado, aunque mas minoritario, el turista internacional procedente de Tegucigalpa o la costa norte y que acude atraído por el patrimonio colonial y arquitectónico de la ciudad.

La estrategia ha de consolidar el turismo de fin de semana, aprovechando la cercanía de la capital y apostando por lo tanto por la ampliación y mejora de la oferta gastronómica y hotelera; a medio y largo plazo hay que apostar por insertar a Comayagua en una ruta etnocultural y patrimonial mas amplia, que partiendo de esta ciudad se prolongue vía La Paz y Marcala hasta llegar a enlazar con la Ruta Lenca y Mundo Maya

III.3.7.1) Estrategia territorial

La estrategia territorial consiste en:

- a. **Ordenamiento territorial y ambiental del valle de Comayagua (ABRE a cargo de SAG por el valle de producción agrícola y SOPTRAVI por el canal seco, pero donde el IHT debe participar en la parte turística)** que permita disponer de la aptitud e impacto para las diferentes actividades socioeconómicas contempladas de forma que queden regulados lo usos del suelo y sus normas de gestión.

III.3.7.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios

Se contemplan las siguientes intervenciones y lineamientos:

- a. **Mantenimiento y mejora del centro histórico de Comayagua** y su puesta en valor para el turismo, tanto de monumentos arquitectónicos como de museos y exposiciones.
- b. **Uso civil del aeropuerto de Palmerola**, de forma que sirviese no solo para la ciudad de Comayagua sino que pueda aliviar y mejora también la conectividad de Tegucigalpa
- c. **Conexión de Comayagua con el canal seco**, estableciendo en las inmediaciones de la ciudad una conexión rápida con este eje.

III.3.7.3) Estrategia de la oferta turística

Se proponen las siguientes

- a. **Mejora de la oferta y calidad de los hoteles y restaurantes de la zona**, ofertando un producto complementario p.e. carnes, al ofrecido en el Lago de Yojoa, posible competidor de este destino.
- b. **Oferta de actividades culturales y ocio** como teatro, música, festivales, danzas u otras manifestaciones culturales que completasen la oferta patrimonial de la ciudad.
- c. **Señalización e información de los monumentos y museos de Comayagua**, es importante garantizar la apertura de los establecimientos los fines de semana, pues muchos de ellos permanecen cerrados

III.3.8. ESTRATEGIA PARA EL CARIBE PORTEÑO- TERCER NIVEL (OMOA-PUERTO CORTÉS)

Se define el Caribe Porteño como el tramo costero caribeño situado entre la barra de Motagua en la frontera con Guatemala hasta la barra del Ulúa, cerca ya de Punta Sal y el Municipio de Tela. La ciudad de Puerto Cortes es la que imprime carácter a este tramo y le presta su gentilicio. La otra localidad importante es Omoa, famosa por la fortaleza colonial de San Fernando de Omoa.

Puerto Cortés fue fundada en 1524 como la Villa de Puerto Caballos y actualmente se ha convertido en el puerto más importante de todo Centro América. Es aquí por donde se exportan e importan la mayoría de los bienes que generan el comercio internacional de Honduras. Ubicado a solo 55 Km de San Pedro Sula, forma junto con esta ciudad, el centro industrial y comercial más importante de Honduras. Hoy en día, Puerto Cortés es una ciudad de tamaño intermedio y con el bullicio de cualquier ciudad puerto importante en el mundo.

En conjunto, esta área tiene una vocación eminentemente comercial, debido al peso elevado que cobra la actividad portuaria y sus actividades relacionadas, inclusive las no deseadas como la contaminación que es puntualmente alta en Puerto Cortes. Las playas son escasas, angostas y de poca calidad, lejos de la calidad de otras enclavadas en el Caribe Esmeralda. También se ha datado regresión de la línea de costa y destrucción de ecosistemas marítimos.

A pesar de los atractivos turísticos mas limitados frente a otros destinos como Tela, el área es visitada regularmente por cuatro tipos de turistas y/o comerciantes: la población de San Pedro Sula y sus alrededores (Choloma, Villanueva, La Lima.), los comerciantes e industriales relacionados con el puerto, los turistas ligados al patrimonio colonial de Omoa y los guatemaltecos, estos últimos fundamentalmente son estacionales.

La estrategia consiste en apostar como prioridad el turismo de sol y playa en Omoa y las playas urbanas de Puerto Cortes, combinándolo con el atractivo patrimonial de Omoa, las comunidades pintorescas de Masca y Bajamar, el turismo de naturaleza en la sierra de Omoa y Parque Nacional Cusuco (se debe abrir un acceso desde Omoa) y las actividades náuticas, pesqueras y deportivas. También es necesario promocionar estos atractivos a los usuarios del puerto para su consumo. Sin embargo el visitante objetivo es el sampedrano de fines de semana y el guatemalteco.

III.3.8.1) Estrategia territorial

Se contemplan las siguientes acciones

- a. Elaboración de un **plan de ordenamiento territorial y ambiental de los municipios costeros** de Puerto Cortes y Omoa⁴³, en especial de los tramos costeros y sus elementos: playas, manglares y lagunas, de tal forma que queden regulados los usos del suelo y sus normas de gestión.

III.3.8.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios

En cuanto a las infraestructuras y equipamientos se pretende:

- a. **Mejora de la red de alcantarillado y saneamiento en Puerto Cortes y Omoa** evitando en todo momento la salida directa de efluentes a la bahía
- b. **Evaluación ambiental regional** del área y medidas de mitigación para las instalaciones petrolíferas.
- c. **Mejora de la carretera litoral** de Puerto Cortes a Corinto y su conexión con la autopista a San Pedro.
- d. **Mejora del paso fronterizo de Corinto** y su apertura 24 horas en al menos fines de semana y verano.
- e. **Marina deportiva en Omoa**, con objeto de potenciar las actividades náuticas y deportivas en el golfo de Honduras aprovechando la existencia de cayos e islas como Zapotillos

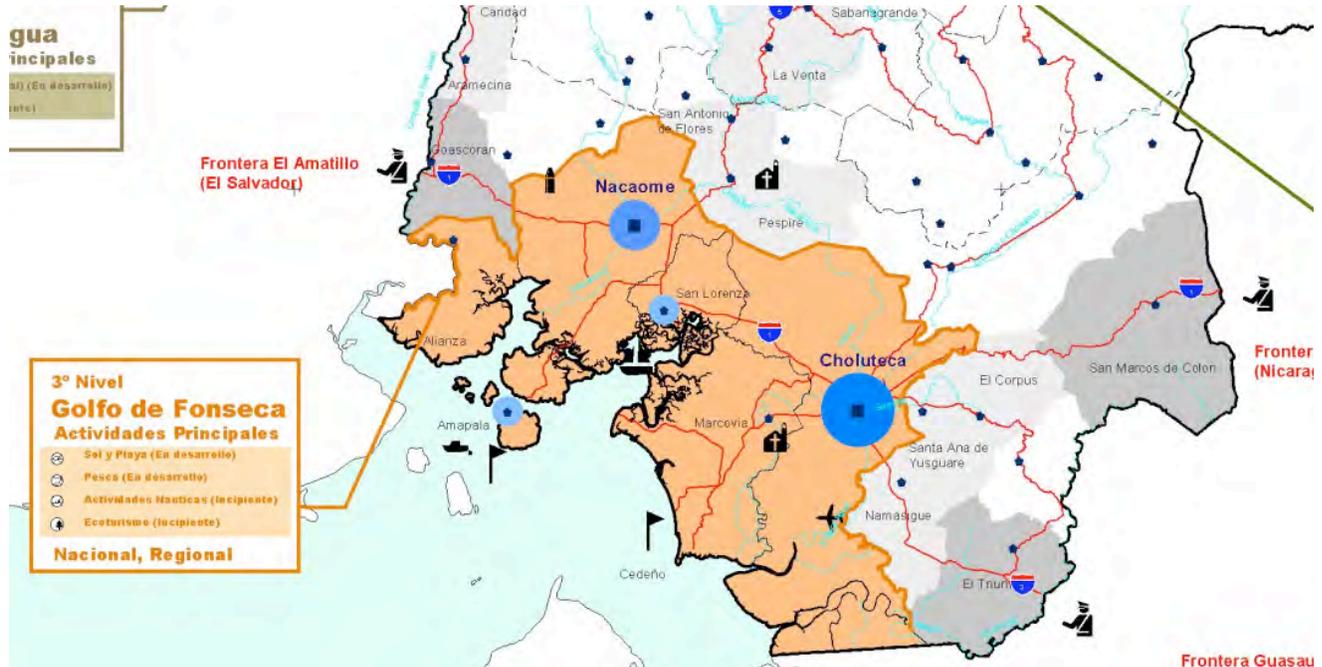
⁴³ Omoa ocupa un estudio de la dinámica de playas que diga cuales de las infraestructuras deben ser demolidas y que acciones se deben de implementar para recuperar las playas

III.3.8.3) **Estrategia de la oferta turística**

- f. **Mejora de la calidad de los hoteles y restaurantes de la zona**, destacando y promocionando en el país la especialización astronómica de la zona en pescado, carnes y curiles
- g. **Mejora de las condiciones ambientales de las playas urbanas de Puerto Cortes y las de Omoa, Bajamar y Masca**, así como su promoción, señalización e información. Estas condiciones ambientales incluyen accesos, disponibilidad de agua potable y saneamiento básico
- h. **Creación de rutas combinadas**, como la combinación de oferta de sol y playa de Omoa, de turismo cultural en Omoa y Masca y de ecoturismo en Sierra de Omoa y PN Cusuco, Tegucigalpa y Río Tinto
- i. **Circuito marino con ferrys, entre Punta Gorda en Belice, Puerto Barrios en Guatemala y Omoa en Honduras** dentro del Programa de Turismo Sostenible del Mundo Maya.

III.3.9. ESTRATEGIA PARA EL GOLFO DE FONSECA-TERCER NIVEL

Honduras se asoma al océano pacífico en torno al Golfo de Fonseca, caracterizado por la presencia de numerosas islas, esteros y manglares. Este territorio calido y acogedor, está ubicado al mediodía del país, entre El Salvador al Oeste y Nicaragua al este y sur; presenta una alta densidad poblacional debido a sus favorables condiciones topográficas, básicamente planas y por la feracidad de sus tierras. Las actividades económicas han girado en torno a los aprovechamientos agrarios, pesqueros y ganaderos. Destacan no obstante los cultivos camaroneros y las actividades comerciales debido al elevado tránsito existente, sobre todo a lo largo de la carretera panamericana que vértebra este territorio de norte a sur.



A pesar de su vocación agroindustrial y comercial, el territorio presenta variados atractivos turísticos, la región oferta numerosos productos como los recursos naturales en los manglares de la Bahía de Chismuyo o en los bosques tropicales secos de jícaros, carbonos y aromos, otros atractivos turísticos los constituyen los pintorescos paisajes sureños de playas, islas y montañas, también contamos con un rico patrimonio arquitectónico y colonial en Choluteca, Pespire o San Marcos de Colón o variadas manifestaciones culturales, como la gastronomía, la música y tradiciones religiosas

La demanda del territorio es protagonizada por dos tipos diferentes de turistas o visitantes, el primero es el turista local, de escasos o medianos ingresos, preferentemente capitalino y de fin de semana y estacional. El otro tipo, en realidad el mayoritario, es el comerciante u hombre de negocios, generalmente local y centroamericano que en tránsito a otros destinos, ocupa el territorio y hace uso de su oferta de alojamiento y manutención.

La estrategia consiste en primera instancia en potenciar el turismo familiar y doméstico, básicamente ligado a actividades de sol y playa, en combinación de la rica oferta gastronómica de pescados y mariscos y de las manifestaciones culturales, ferias y fiestas. Debe mejorar la calidad de los servicios prestados, sobre todo en los comedores y restaurantes. A medio plazo puede pensarse en atraer a un turista más internacional y exigente, abriendo el golfo a las actividades náuticas, deportivas y de naturaleza, a las que se presta extraordinariamente bien la región. Es prioritario además mejorar la señalización de la red vial, precaria en la actualidad.

III.3.9.1) [Estrategia territorial](#)

La estrategia territorial consiste en:

- a. **Ordenamiento territorial y ambiental de los municipios costeros** del golfo de Fonseca, en especial de los tramos costeros y sus elementos: playas, manglares y lagunas, de tal forma que queden regulados los usos del suelo y sus normas de gestión.
- b. **Análisis de la regresión costera del litoral**, especialmente de la franja de la media luna, Cedeño- Punta Ratón; se debe atacar el problema de privatización de playas

III.3.9.2) [Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios](#)

En cuanto a las infraestructuras y equipamientos se pretende:

- a. **Mejora y rehabilitación de los cascos urbanos de Choluteca, San Lorenzo y Amapala** y su puesta en valor para el turismo,

- b. **Mejora de los pasos fronterizos de Guasaule, Amatillo y El Espino**, aparte de agilizar el tránsito, debido al elevado flujo de pasajeros y turistas por estos puestos, estas aduanas deben constituir puntos focal de información turística.
- c. **Mejora del sistema de abastecimiento de agua potable y saneamiento de las localidades de Choluteca, San Lorenzo, -Amapala y Cedeño**, en este sentido es urgente acometer el tratamiento de efluentes que están contaminando y deteriorando el territorio, particularmente en Cedeño.

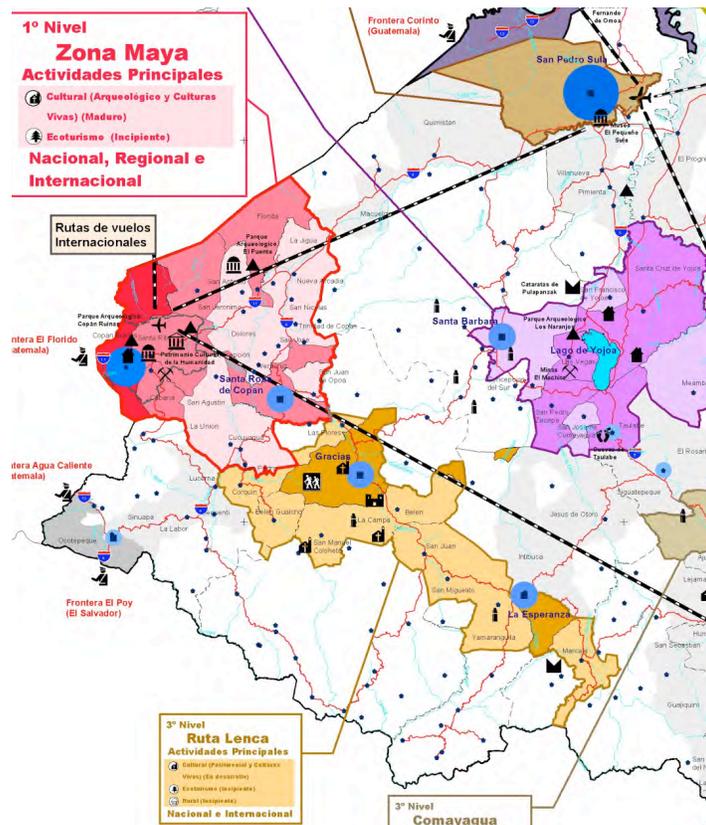
III.3.9.3) [Estrategia de la oferta turística](#)

- a. **Mejora de la calidad de los hoteles y restaurantes de la zona**, destacando y promocionando en el país la especialización astronómica de la zona en pescado, carnes y curiles
- b. **Mejora de las condiciones ambientales de las playas del golfo**, especialmente de las playas de Amapala, Punta Ratón y Cedeño
- c. **Creación de rutas ecoturísticas**: en la Bahía de Chismuyo y Amapala (manglares y delfines), Punta Ratón- Condega (tortugas) y San Marcos de Colón (bosques y paisajes)
- d. **Puesta en valor turístico de las granjas San Bernardo**, destacando su valor paisajístico y natural

III.3.10. ESTRATEGIA PARA LA ZONA LENCA (ESPERANZA-GRACIAS)- TERCER NIVEL

La región suroccidental de Honduras es una de las áreas más peculiares del país, el poblamiento antiguo y el aislamiento que le confiere sus numerosas montañas han propiciado la preservación de una cultura y una población como la Lenca, muy rica en tradiciones culturales y dentro de un marco espectacular, con numerosos recursos naturales entre los que sobresale el Parque Nacional Montaña de Celaque. Además cuenta con un espléndido patrimonio cultural y arquitectónico entre el que destaca la arquitectura religiosa colonial del siglo XVI y XVII.

Esta riqueza ambiental y cultural no ha impedido que el territorio sea uno de los más empobrecidos del país, como consecuencia de variados motivos sociales y económicos. El turismo puede constituirse en la región como un excelente factor de desarrollo económico y social.



La estrategia pasa por la apuesta de un turismo que aglutine todas las potencialidades descritas a través la puesta en marcha de una experiencia piloto de geoturismo, que integre de forma sostenible el aprovechamiento turístico de los numerosos atractivos naturales, especialmente paisaje y bosques como en la Montaña de Celaque, que promueva y valore las culturas vivas de la étnia Lenca de las mas vitalistas y coloridas del país, que considere los atractivos culturales y patrimoniales y en última instancia que desborde la región hasta enlazar con la cercana región de Copan y con la ciudad colonial de Comayagua. Se conformaría así un circuito de grandes dimensiones que posiblemente se constituiría como uno de los grandes motores económicos de la región mas pobre de Honduras.

Los centros mas importantes de esta ruta siguen básicamente la carretera Marcala – Santa Rosa de Copan y son junta a estas dos ciudades las de Gracias, quizá la localidad mas conocida de la Ruta Lenca y La Esperanza.

La demanda estaría conformada por un turismo local y familiar en la subregión de Marcala y La Esperanza y algo mas internacional y de mayor poder adquisitivo en la subregión de Gracias y Santa Rosa, recogiendo en parte el desborde turístico procedente de Copan y en parte atraído por la ruta colonial de Colosuca y Celaque.

III.3.10.1) [Estrategia territorial](#)

La estrategia territorial consiste en:

- a. **Ordenamiento urbanístico** mediante la implementación de un plan maestro en las ciudades de Gracias y Santa Rosa de Copan
- b. **Ordenamiento territorial y ambiental de la ruta lenca**, a corto plazo proponemos la mancomunidad Colosuca
- c. **Puesta en valor turístico de las APs de la región**, especialmente de la Montaña de Celaque; también la RVS Puca, RVC Erapuca y en el largo plazo la RVS Montaña Verde.

III.3.10.2) Estrategia en infraestructuras, equipamientos y servicios

En cuanto a las infraestructuras y equipamientos se pretende:

- a. **Mejora y rehabilitación del patrimonio tangible e intangible de la Ruta Lenca**, destacamos por originales y coloridas las manifestaciones culturales lenecas como los guancascos y las danzas así como las iglesias coloniales de Colosuca
- b. **Pavimentación y señalización del todo el tramo carretero Marcala- La Esperanza- Gracias- Santa Rosa de Copan**, con la posibilidad de individualizar y ampliar esta ruta en los puntos extremos: Copan ruinas – Comayagua (Ruta cultural y natural)
- c. **Mejora de la red vial de los municipios de área influencia primaria**, especialmente los vinculados al circuito Colosuca

III.3.10.3) Estrategia de la oferta turística

- a. **Ampliación y Mejora de la calidad de los hoteles y restaurantes de la zona**, especialmente de Gracias y Santa Rosa
- b. **Consolidación y promoción del circuito Lenca y especialmente el Colosuca por ser el mejor posicionado**, complementando los atractivos culturales con los ambientales
- c. **Implementación de paquetes combinados Ruta Maya- Ruta Lenca**, destacamos la consolidación de Santa Rosa como puerto de entrada a Copan, zona Maya y a la Ruta Lenca

III.3.11. ESTRATEGIA PARA LA MOSQUITIA: PUERTO LEMPIRA- CUARTO NIVEL

La Mosquitia como región étnica y fisiográfica ocupa el oriente de Honduras y el noreste de Nicaragua, se caracteriza por sus vastas planicies, inundadas gran parte del año y recubiertas de selva o de sabanas de pino que están habitadas por diferentes étnias, entre las que destaca la misquita.

En Honduras esta región coincide con el departamento de Gracias a Dios un territorio aislado del resto del país y con graves carencias de institucionalidad y de cobertura de servicios sociales básicas y donde el desarrollo económico y empresarial es muy incipiente, ligado a las localidades costeras mediante el aprovechamiento pesquero y en menor medida a la comercialización de productos como la batana y el ecoturismo en la Reserva de la Biosfera y del Hombre del Río Plátano.

Se destacan dos unidades geomorfológicas y ambientales claramente diferenciadas en la mosquitia, por un lado la mosquitia interior y occidental, mejor drenada y cubierta de bosques húmedos, comprende los municipios de Juan Francisco Bulnes, Wampusirpe y Brus Laguna y por otro la mosquitia litoral y oriental, más pantanosa y recubierta por sabanas de yolilla y pino, comprende parte de los municipios de Ahuás, Puerto Lempira y Villeda Morales.

Esta mosquitia oriental agrupa los mejores humedales del país, ya que presenta numerosos humedales, pantanos, criques, caños esteros, lagunas saladas, salobres y dulces, entre la que destaca la laguna Caratasca, de más de 1000 Km² de superficie. En esta geografía se ubican pintorescos poblados misquitos dispuestos sobre polines o pilotes. La población atesora también un patrimonio cultural de los mejores conservados del país.

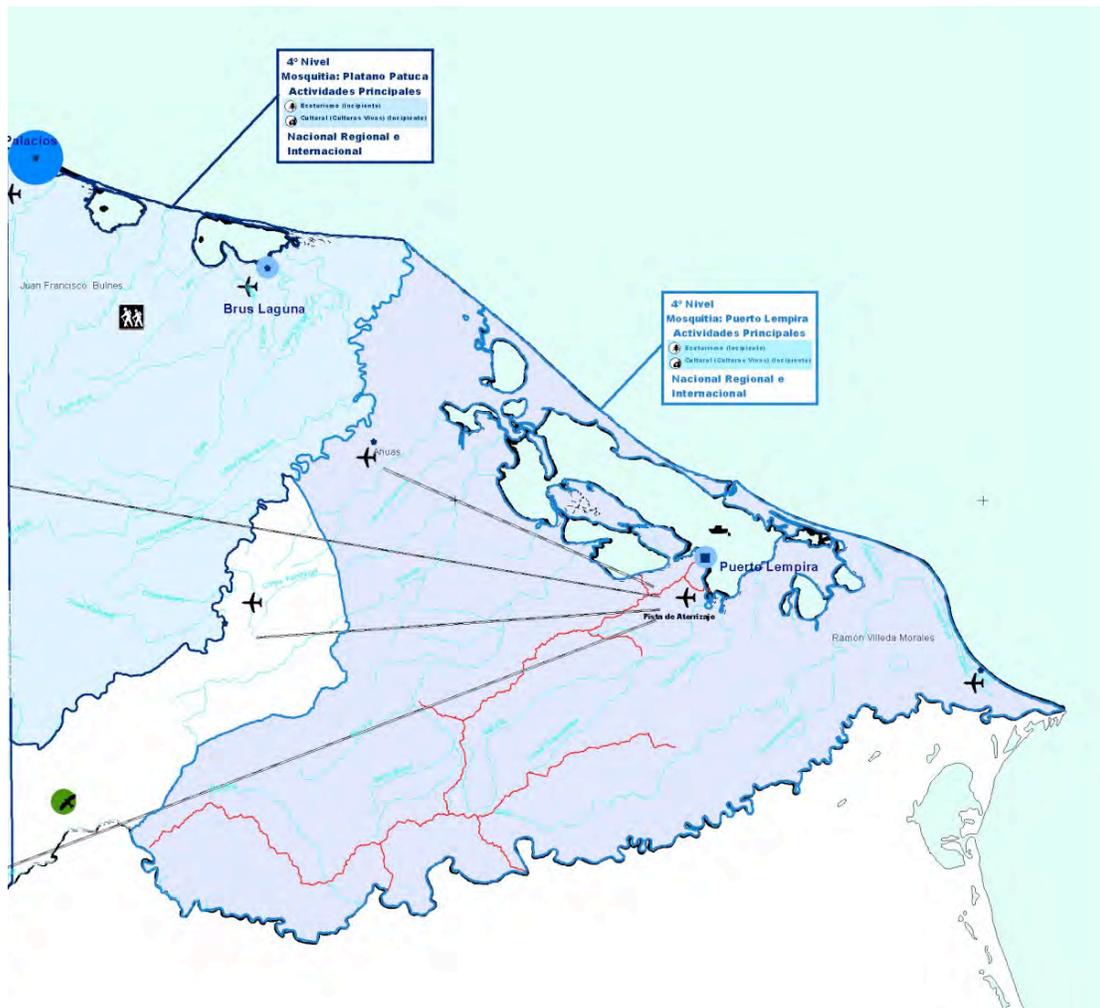
Lamentablemente este rico patrimonio cultural y ambiental no es accesible fácilmente ni por el turista nacional ni por el internacional, (no existen carreteras que comuniquen con el resto del país y los vuelos son escasos) aunque de forma progresiva.

La estrategia de turismo pasa en un primer momento por dar a conocer los muchos atractivos de la naturaleza y cultura del área e incluir algunas rutas ligadas a la naturaleza y la aventura como la navegación por ríos como el Kruta o Coco, la travesía por los caños del Villeda Morales, la visita de comunidades tan pintorescas como Cauquira, Kruta o

Raya o la exploración y buceo de los cayos muy ricos en corales que están frente a la costa.

El centro de distribución para todas estas actividades es Puerto Lempira, que ya presenta el mejor aeródromo de toda la mosquitia y tiene algunos hoteles de buena calidad. No obstante es necesario ahondar en la cobertura y calidad de los servicios básicos: energización, abastecimiento de agua, saneamiento, transporte, salud y telefonía.

Pensamos que esta estrategia multidestino puede ser completada con la ofrecida en Nicaragua ya que presenta además mayor oferta y desarrollo socioeconómico.



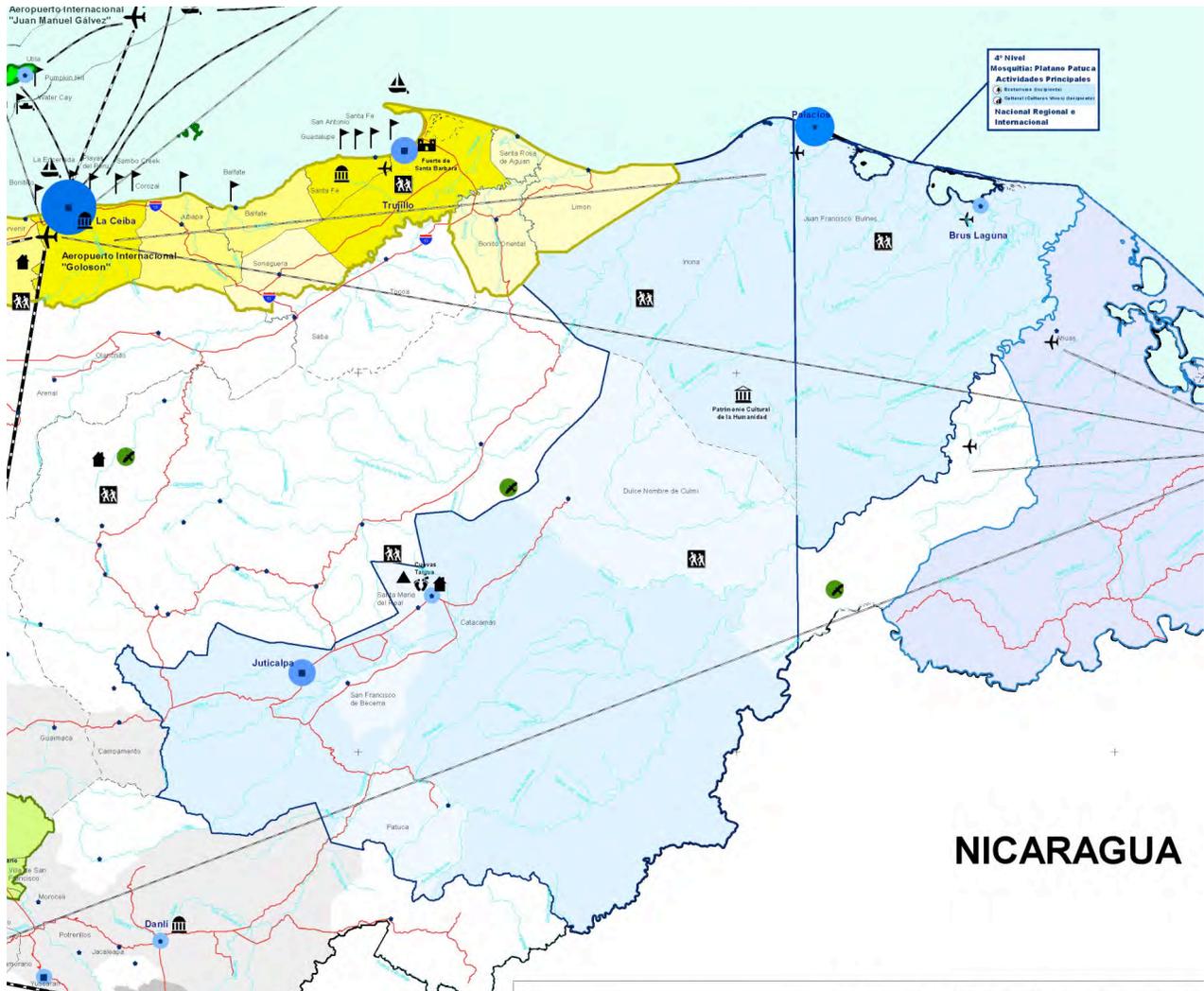
III.3.12. ESTRATEGIA PARA LA MOSQUITIA: DESDE EL RÍO PATUCA HASTA EL PLÁTANO- CUARTO NIVEL

La mosquitia interior y occidental es quizá la mejor conocida al comprender la Reserva del Hombre y la Biosfera del Río Plátano (Patrimonio Mundial), la Reserva de la Biosfera Tawahka- Asagni, el Parque Nacional Patuca y ya en Nicaragua la Reserva Bosawas. En conjunto puede decirse que con ésta última reserva nicaragüense se albergan más de 20,000 Km² de bosque tropical húmedo, prácticamente virgen, lo que la hace de las mayores extensiones de este tipo de bosques en mesoamerica. Este es el corazón del Corredor Biológico Mesoamericano

La estrategia de turismo pasa por potenciar y desarrollar un turismo ecológico, ligado a estas áreas protegidas, a pesar del patrón cultural misquito, mayoritario en la región, es se destaca también un patrimonio cultural y arqueológico muy interesante como las comunidades pech de Las Marías, las comunidades garífunas de Batalla y Plaplaya, los petroglifos del bajo Patuca o la siempre enigmática Ciudad Blanca. En Palacios

La accesibilidad aunque limitada se hace fundamentalmente desde Palacios y menormente desde Brus Laguna y Dulce Nombre de Culmí en Olancho.

La estrategia pasa por dotar a la zona una cobertura de servicios básicos en las localidades prioritarias: Palacios donde ya existe una incipiente oferta turística de hoteles y restaurantes y Brus Laguna (convenio RAMSAR). Básicamente se han de priorizar la energización, alumbrado público, telefonía, transporte, abastecimiento de agua potable y saneamiento. Por supuesto, la señalización e información deben ser evidentes tanto en los aeródromos como en las áreas protegidas, esto incluye señalización, centros de visitantes, rutas, etc. Por último el acondicionamiento de los aeródromos y su conexión directa con Tegucigalpa en al menos desde el aeródromo de Palacios es asimismo importante



IV. PUESTA EN MARCHA E IMPLEMENTACIÓN DE LA ENTS. REQUERIMIENTOS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA ENTS

IV.1. MARCO DE REFERENCIA

Dos de los pilares de la política turística hondureña son la competitividad y la sustentabilidad.

La competitividad, se apoya en la posibilidad de incrementar la presencia a nivel global de los destinos turísticos de Honduras, con mejores productos y programas regionales así como en la viabilidad de aumentar el valor integral y agregado de una oferta, segmentada y diferenciada, bajo procesos de innovación y mejora permanente.

La otra política consiste en la conservación de los recursos indispensables para aprovechar la actividad (agua, tierra, aire, flora, fauna). Esta idea de conservación de los recursos que son el motivo de interés de los movimientos turísticos está asociada a la noción y filosofía del desarrollo sustentable teniendo en mente que para el ámbito turístico, el desarrollo sustentable es aquel que satisface las **necesidades actuales** de los turistas, regiones anfitrionas y prestadores de servicios turísticos, **protegiendo y fortaleciendo** oportunidades para el futuro.

Para lo anterior, es fundamental **la puesta en marcha y ejecución de la ENTS**, donde la Secretaría de Turismo y el IHT, tienen un rol principal y buscan en el corto, medio y largo plazo **reconvertir a la industria turística nacional** hacia esquemas de sustentabilidad, orientando sus esfuerzos hacia un triángulo óptimo de relaciones:

- La **equidad social**, aquella que supone que el turismo ha de generar un reparto, tanto de costos como de beneficios. No existe un proceso de desarrollo turístico equilibrado si aumentan las diferencias sociales y económicas al interior de la

sociedad o si se produce el beneficio excesivo de determinados grupos sociales o territorios frente a la marginación o empobrecimiento de otros.

- La **sostenibilidad ambiental** implica el respeto de los valores naturales y la contribución a la conservación de los mismos, que son la base de la propia actividad turística, y cuya existencia ha de ser garantizada en el futuro.
- **La eficacia económica** implica que el turismo ha de ser ante todo una actividad generadora de ingresos para la sociedad y generadora de empleos dignos y, de ser posible, calificados. No sólo supone la rentabilidad privada, sino el aumento de los beneficios a la comunidad en general.

Se trata, en suma, a través de la ENTS de impulsar el turismo enmarcado en el entorno, **evitando el deterioro del patrimonio natural y cultural**, pero buscando al mismo tiempo, incorporar a las comunidades locales al desarrollo y fomentar entre los empresarios la idea de que la sustentabilidad es un negocio rentable.

IV.2. IMPLEMENTACION DE LA ENTS: UNA GESTIÓN CONCERTADA

Para que se alcancen los objetivos nacionales previstos en la ENTS es preciso el cumplimiento de una serie de requerimientos en los que se hace necesario el aporte de diversos sectores de la sociedad hondureña.

Las autoridades públicas y privadas del sector turístico, con IHT/SETUR (dentro la Gerencia de Planeamiento debe jugar un papel prioritario en la puesta en marcha e implementación de la ENTS, lo que requiere, una coordinación entre las distintas unidades y áreas de la SETUR/ IHT, FIDE y CANATURH a la cabeza, tienen que desempeñar un rol de liderazgo responsable, y el resto de actores debe coadyuvar de una manera acompañada el desarrollo de los productos y destinos turísticos: infraestructuras, sanidad, seguridad, ambiente, entre otros. Considerando el carácter limitado de los recursos y la importancia de aprovechar la experiencia y el conocimiento desarrollados en otros contextos internacionales, la cooperación y entidades multilaterales de financiamiento deberán integrarse en una agenda nacional que apoye en forma coherente, las prioridades, los esfuerzos y aspiraciones de orden nacional.

El avance hacia los objetivos planteados es viable si se atienden como requerimientos esenciales:

1. Inversión creciente y efectiva en turismo; esto requiere que el desarrollo del sector turístico se corresponda con una política de estado.
2. Una visión de largo plazo y el compromiso político de los distintos actores que implica trazarse metas y acciones que van más allá de una gestión gubernamental. El propósito de la gestión pública es, ante todo lograr un estado efectivo que atienda las necesidades más apremiantes, promueva el desarrollo a través de un crecimiento económico sostenido. Tener una visión de largo plazo no impide trazar metas y observar resultados en el corto plazo, lo importante es que los pasos inmediatos se acerquen a las aspiraciones de largo plazo.
3. El Sector Privado debe comprometerse con la competitividad en el campo turístico y con el establecimiento de relaciones relevantes entre el turismo y la productividad.

Para ello es conveniente mantener y potenciar el sistema de incentivos, fomentando la participación privada en proyectos de índole turística que abarquen distintas dimensiones.

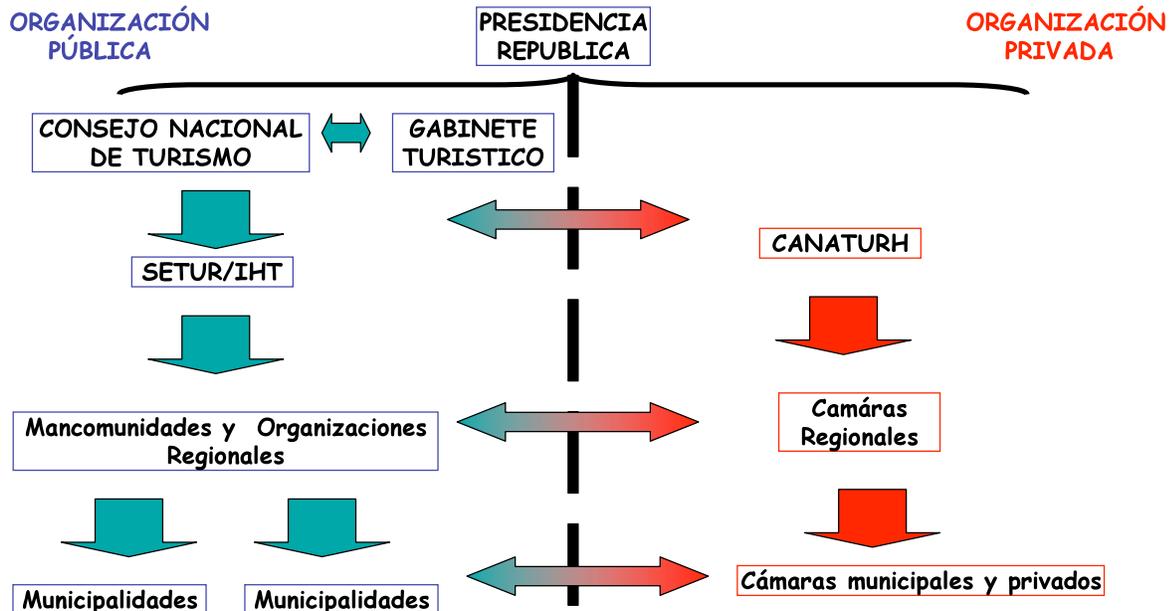
4. Los políticos de los distintos partidos también deben asumir una postura concertada sobre las prioridades del turismo en función del desarrollo y los retos planteados. A ellos corresponde tomar decisiones sobre temas estratégicos como lo son el presupuesto, el endeudamiento y el marco legal que regula las distintas actividades del sector. Lograr detonar la economía a través del turismo no es tarea exclusiva de la Secretaría de Turismo. Sin embargo la armonización de intereses, perspectivas y apoyos requiere de su liderazgo.

IV.2.1. Roles en la puesta en marcha e implementación de la ENTS

Para el futuro desarrollo turístico, la estrategia representa un sólido punto de partida, y se reconoce que su puesta en marcha no es fácil y requiere las condiciones favorables para ejecutar las acciones recomendadas.

La amplia dimensión y alcance de la ENTS, implica visualizar con mucha claridad el esquema de relaciones e interrelaciones bajo las cuales se desarrollará el proceso de gestión de la estrategia, y en el cual intervienen toda una serie de actores.

IMPLEMENTACION DE LA ENTS



EMPRESAS TURISTICAS: MOTOR TURISTICO DEL PAÍS

Si se parte de un esquema organizacional es importante definir el papel y la representatividad de las diferentes instancias:

Presidencia de la República: Su papel es fundamental para priorizar como política de estado la ENTS, y materializar la voluntad política en la creación de un clima de negocios que permita al sector turístico desarrollarse plena y competitivamente, lo que incluye entre otros los siguientes aspectos: facilitación de ingreso al país del turista y seguridad mientras dure su estadía, construcción y mejora de accesos, introducción de servicios básicos y facilidades turísticas en los sitios de interés, protección y manejo adecuado de los atractivos turísticos; y apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa turística entre otros, así como asumir las decisiones políticas que demande la implementación de la misma.

SETUR/ IHT: Será responsabilidad de SETUR/ IHT articular de manera objetiva y práctica el manejo y puesta en operación de la ENTS de tal manera que las propuestas sean una respuesta viable y dentro del contexto de las capacidades de las instituciones locales. A través del **Consejo Nacional de Turismo** como órgano de decisión deberán asumirse responsabilidades y decisiones innovadoras, concertadas entre el sector público y privado, fortalecerse la capacidad de coordinación de proyectos a nivel interinstitucional para poder de esta manera maximizar el aprovechamiento de los recursos disponibles.

Satisfactoriamente puede afirmarse que ya existe una plataforma aprovechable, dada la existencia en el país de organizaciones, legislación, instituciones y recursos que pueden ser canalizados para que de manera conjunta y armonizada faciliten la orientación y administración de la ENTS. Dentro de la SETUR/IHT la **Gerencia de Planeamiento**, tiene un rol esencial, debe difundir y coordinar a las distintas gerencias y unidades del SETUR/IHT para la puesta en marcha de la estrategia, de tal manera que todas las unidades deben trabajar de una manera conjunta y coordinada para alcanzar las metas propuestas y ejecutar las actuaciones previstas en el corto, medio y largo plazo.

Gabinete Turístico: Para lograr una sinergia de esfuerzos y una optimización de la inversión pública, se requiere que las autoridades de turismo, en el marco de la ENTS, coordinen a través del Gabinete Turístico, una agenda de trabajo con todas aquellas instancias gubernamentales que directa o indirectamente se relacionan con el sector turístico, y se evite así la duplicidad de acciones.

Su papel fundamental deberá enfocarse a la conformación de una política global de fomento al turismo, y sus acciones al logro de los siguientes objetivos:

1. Impulsar una Política Nacional de Turismo con el compromiso de todas las dependencias del Gobierno de la República.
2. Incorporar los criterios de la ENTS en las diferentes acciones e instrumentos de gobierno.
3. Coordinar los esfuerzos para fortalecer la competitividad nacional e internacional del sector.

4. Facilitar el desarrollo del turismo mediante medidas de desregulación y de simplificación.

Dentro de este orden de ideas el Gabinete Turístico promoverá la coordinación de acciones de apoyo al sector, en las siguientes vertientes:

- Infraestructura, financiamiento y seguridad jurídica (tenencia de la tierra y uso del suelo) que son fundamentales para promover y consolidar la inversión nacional y extranjera en la oferta turística hondureña.
- Desarrollo de las diversas modalidades de transporte, facilitación de trámites y capacitación que son indispensables para fortalecer el desarrollo de la demanda.

CANATURH: El sector privado representado a través de la CANATURH debe adoptar la estrategia como un proyecto común. A través de su institucionalidad central y de sus Capítulos Regionales, en coordinación con el sector público debe garantizar que el turismo genere procesos y productos sustentables, en armonía y respeto al entorno social, cultural y ambiental; así mismo, concienciar para que el turismo sea aceptado como una opción de negocio que contribuya a establecer usos alternativos del patrimonio natural y cultural del país en forma compatible con su conservación y valorización.

Municipalidades, Mancomunidades y Organizaciones Regionales:

Compete a los gobiernos locales y organizaciones regionales en coordinación con SETUR/IHT, implementar los instrumentos para que las comunidades anfitrionas se incorporen como protagonistas de la estrategia, mediante el fortalecimiento y fomento de la micro, pequeña y mediana empresa turística tal como lo considera la ENTS.

IV.2.2. Difusión y Explicación de la ENTS

La SETUR/IHT comprometida con un conjunto de directrices, iniciativas e instrumentos estratégicos de cobertura nacional a través de la regionalización planteada en el MTF de

la ENTS, difundirá entre los diferentes actores y entidades el contenido de la estrategia, con el propósito de que cada una de las instancias se sume y tenga absoluta claridad del rol que le corresponde dentro de la misma. Sólo de esta forma será posible promover e impulsar la oferta y demanda de un turismo consciente, responsable y respetuoso del ambiente, que incorpore a las comunidades locales al desarrollo y fomente entre los empresarios el trabajo enfocado hacia prioridades y objetivos comunes.

Los mensajes deberán ser claros y directos, partiendo de un propósito general de país, para después particularizar en las diferentes regiones. La estrategia una vez dada a conocer oficialmente deberá ser objeto de una divulgación masiva en los meses posteriores partiendo de una estrategia de difusión, deberá contemplar de forma inmediata el desarrollo de materiales que, de forma amigable, transmitan a toda la población la lógica de la Estrategia.

IV.2.3.Coordinación Transversal

Anteriormente, en el diseño de la estrategia se explicó ampliamente la transversalidad del sector, y dentro de la fase de implementación ésta se vuelve aún más importante, considerando que la puesta en marcha está ligada a las actuaciones de una amplia gama de participantes.

Deberá partirse de los planes maestros que sugiere la estrategia a través de las actuaciones identificadas y priorizadas, lo anterior será necesario para la participación activa del sector público, privado y social del turismo, y asegurar que exista un marco contextual que considere los problemas y necesidades así como las oportunidades identificadas en el proceso de desarrollo.

Lo anterior implica considerar el desarrollo turístico como una actividad interrelacionada con los demás sectores de la economía y de la sociedad, en los que se genera impacto y por tanto la estrategia deberá ser insertada en los planes integrales de desarrollo a escala nacional, regional y local, para vincularse de manera armónica, complementaria y congruente con los demás sectores. Toda la planificación y puesta en marcha de la ENTS

deberá ser hecha con un enfoque de promoción de la inversión en turismo, ambientalmente compatible, en observancia del ordenamiento ecológico, que se adapte a las condiciones del paisaje y respete los patrones tradicionales de la cultura.

Finalmente no debe perderse de vista que la coordinación transversal debe establecer mecanismos que propicien y fomenten la inversión pública, privada y social, que hagan económicamente viable la ejecución de la ENTS.

IV.2.4. Papel del Sector Público y Privado

La interacción de ambos sectores es determinante para poder verdaderamente poner en marcha la estrategia, este proceso se inicia desde el momento de la consulta de la estrategia misma y deberá continuar operándose a lo largo de su implementación bajo mecanismos de diferente índole: por parte del sector público asegurando y demostrando operativamente la continuidad de las políticas y acciones definidas como estratégicas para las diferentes regiones, por su parte el sector privado deberá asumir como propia la estrategia y ser a través de su participación en el Consejo Nacional de Turismo el garante de la continuidad de los procesos; de esta manera las empresas turísticas existentes y las de nueva creación deben desarrollarse en consonancia a los lineamientos que establece este documento, con el objetivo que la inversión privada y la pública, genere productos diversos y de calidad, y detone la actividad para generar riqueza en el país. El liderazgo de ambos sectores, concentrado el del sector público en la SETUR/IHT y en la CANATURH por parte del sector privado deberán ser convergentes si se quiere potenciar un desarrollo de largo plazo.

IV.2.5. Descentralización

La SETUR/ IHT deberá por los medios más apropiados, respaldar las políticas y objetivos de descentralización, que buscan promover mayor eficacia a la participación de las regiones y municipios en la implementación de la política turística. Como parte de proceso y en coordinación con las organizaciones que actualmente ya están operando podría

evaluarse para cada una de las regiones la conformación de Consejos Consultivos Regionales, los cuales se conciben como órganos interinstitucionales de consulta asesoría y apoyo técnico.

Sus objetivos generales pueden resumirse en:

1. Elaborar un plan de acción turística regional en consonancia con la ENTS
2. Promover y coordinar las obras y servicios públicos necesarios para el desarrollo urbano y turístico de sus comunidades.
3. Crear los medios de apoyo y fomento a la inversión en materia turística en los municipios de que se trate.

Sus objetivos particulares podrán orientarse a:

1. Apoyar la promoción de la imagen turística de su región y de sus destinos turísticos en particular, mediante la participación de los diferentes niveles de gobierno, de la iniciativa privada y de otros agentes sociales que son parte involucrada.
2. Estimular la calidad de los servicios turísticos, incluyendo la calidad ambiental mediante el impulso de buenas practicas
3. Promover la cultura turística y educación ambiental entre las comunidades locales y los prestadores de servicios.

En el marco del proceso de descentralización la SETUR/IHT podrá participar en reuniones con los municipios turísticos considerados dentro del modelo turístico futuro MTF, en las cuales lo procedente será establecer acuerdos y compromisos para el fortalecimiento de las regiones.

IV.2.6.Financiación de la ENTS (Bancos de desarrollo y cooperación internacional)

En la ejecución de la ENTS es fundamental que los principales organismos financiadores (BID, BM, BCIE, principalmente) y cooperantes-donantes (UE, USAID, AECI, JICA, PNUD, entre otros) asuman la misma, y financien proyectos según lo que establece la estrategia:

1. Atendiendo a la regionalización propuesta, es decir, primero en Islas de la Bahía, Caribe Esmeralda y departamento de Copán, y en segundo lugar el resto de áreas: Tegucigalpa y su entorno, San Pedro Sula, Caribe Porteño, Ruta Lenca, Golfo de Fonseca, Lago de Yojoa, y Comayagua; se debe evitar ejecutar proyectos en áreas no prioritarias
2. Asumiendo los proyectos y actuaciones que establece la ENTS, y no diseñando nuevos
3. En el caso del diseño de nuevos proyectos atendiendo a los principios orientadores, regionalización propuesta y objetivos que plantea la estrategia

De esta manera se plantea el siguiente mecanismo de financiación:

 Proyectos turísticos:

- i. Públicos: obras para poner en valor áreas turísticas, generar productos o mercadearlos: IHT/ SETUR/IHT con la ayuda de Bancos de desarrollo, y Organismos Cooperantes
- ii. Privados: La SETUR/IHT a través del Fondo de Fomento al Turismo y los privados

 Proyectos transversales de apoyo al desarrollo de la actividad (carreteras, saneamiento, abastecimiento etc.): Gobierno, municipalidades, ERP, Bancos de desarrollo, y Organismos Cooperantes.

IV.3. MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LA ENTS

Para promover la mayor consistencia posible y la verificación de avances se deberá evaluar, periódica y sistemáticamente, los resultados y logros, e incidir en las prioridades de corto y mediano plazo que deben plantearse para alcanzar los objetivos trazados de aquí al año 2021.

Para ello se han diseñado una serie de metas o indicadores de seguimiento en el corto, medio y largo plazo, los cuales figuran a continuación:

Tabla resumen de objetivos y metas de la ENTS Honduras

GRUPOS	DESCRIPCION	UNIDAD	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO
OBJETIVOS TURÍSTICOS-ECONOMICOS	1. Aumentar el número de visitantes totales	Miles	1,057	1,677	2,117	2,894
	2. Aumentar el número de turistas y el porcentaje de turistas vacacionales en relación a los visitantes	Miles	672	1,174	1,566	2,315
	3. Aumento de la estadía promedio por turista	Noches	12.5	13.0	14.0	15.0
	4. Mejora de la oferta hotelera existente y creación de nueva oferta hotelera	Camas	27,703	38,927	46,865	61,671
	5. Incremento de la tasa de ocupación hotelera	%	aprox 50 %	60%	67%	70%
	6. Aumentar los ingresos por el desarrollo de la actividad turística	Gasto promedio diario US \$	51.6	65.3	73.5	84.4
Ingresos por divisas Millón de US \$		401.5	888.7	1414.4	2522.8	

GRUPOS	DESCRIPCION	UNIDAD	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO
	7. Fomentar la creación, diversificación y difusión de nuevos productos turísticos	Productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo 2. Arqueología-cultural 3. Negocios 4. Cruceros 5. Sol y playa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo 2. Arqueología-cultural 3. Negocios 4. Cruceros 5. Sol y playa 6. Ecoturismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo 2. Arqueología-cultural 3. Negocios 4. Cruceros 5. Sol y playa 6. Ecoturismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buceo 2. Arqueología-cultural 3. Negocios 4. Cruceros 5. Sol y playa 6. Ecoturismo 7. Patrimonio colonial 8. Turismo rural 9. Golf
		Estado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maduro 2. En desarrollo 3. En desarrollo 4. Incipiente 5. Embrionario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maduro 2. Maduro 3. En desarrollo 4. En desarrollo 5. Incipiente 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maduro 2. Maduro 3. Maduro 4. Maduro 5. En desarrollo 6. Embrionario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maduro 2. Maduro 3. Maduro 4. Maduro 5. Maduro 6. Incipiente 7. Embrionario 8. Embrionario 9. Embrionario
AL		Directos C/U	43,172	68,509	86,490	118,257

GRUPOS	DESCRIPCION	UNIDAD	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO
	8. Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local	Indirectos C/U	50,301	79,821	100,773	137,784
		Totales C/U	93,473	148,330	187,263	256,041
	9. Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades	Cantidad de Asociaciones de Guías con participación de etnias y comunidades locales	2 ⁴⁴	5	7	10
		Número de proyectos comunitarios (participación de etnias)	6	12	18	24
	10. Preservar y puesta en valor del patrimonio cultural, como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras	Parques arqueológicos-Monumentos Culturales con Plan de Manejo	145	3	5 ⁴⁶	7
		Parques arqueológicos-Monumentos Culturales con Plan de Uso Turístico	0	3	55	7
OMOU	11. Participación en ferias y eventos internacionales	Participación en ferias y eventos internacionales	8 ⁴⁷	12	16	20

⁴⁴ En la actualidad en Copán y Ruta Lenca.

⁴⁵ Copán Ruinas

⁴⁶ Cerro Palenque, Fortaleza de San Fernando, El Puente y Los Naranjos

⁴⁷ Se considera de septiembre de 2004 a junio de 2005; según datos del IHT DEMA Show 2004 en Houston, 20 th Annual Travel & Leisure Show en Toronto, World Travel Market en Londres, FITUR 2005 en Madrid, Adventures in Travel Expo en WDC, BIT 2005, Milan, ITB 2005 Berlin, Sea Trade Miami Beach, FL

GRUPOS	DESCRIPCION	UNIDAD	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO
	mercados: nacional, regional e internacional	congresos internacionales				
	12. Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos	Turistas norteamericanos	204.1 (30%)	410.8	548.2	810.4
		Turistas centroamericanos	388.7 (56%)	528.2	704.9	1041.9
		Turistas europeos	48.5 (7%)	176.1	235.0	347.3
		Resto del mundo	30.7 (5%)	58.7	78.3	115.8
		TOTAL (miles)	672.1 (100%)	1,173.6 1 (100%)	1,566.4 1 (100%)	2,315.3 1 (100%)
OBJETIVOS AMBIENTALES	13. Compatibilizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales	Áreas protegidas de la ENE con Plan de Manejo aprobado	12 ⁴⁸	20	25	30
		Áreas protegidas de la ENE con Plan de de Uso Público aprobado	0	12	20	25
	14. Incorporación de la dimensión ambiental en proyectos, planes y programas	Cantidad de áreas protegidas que estén participando en el Programa SAVE.	0	2	4	6
		Cantidad de Hoteles implementando buenas practicas	0	20	30	40
		Cantidad de Hoteles participando en	11 hoteles en Ceiba.	20	30	40

⁴⁸ Según datos de SERNA cuentan con plan de manejo (algunos están finalizados y pendientes de aprobación): Bahía de Chismuyo, Capiro Calentura, Cerro Azul Meambar, Cuero y Salado, Cusuco, La Muralla, la Tigra, Laguna de Guaymoreto, Jjeannette Kawas, Río Plátano, Sierra de AgaltaAsalta y Turtle Harbour.

GRUPOS	DESCRIPCION	UNIDAD	ACTUAL 2004	Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO	
		programas de reciclaje 2004					
		Realización y ejecución de Planes de Ordenamiento Territorial con su respectiva Evaluación Ambiental Regional	0	1	2	3	
OBJETIVOS DE GESTIÓN (INSTITUCIONALES)	15. Mejora de la gestión del IHT/SETUR	Número de proyectos realizados por el IHT (periodo cuatrienal) de carácter regional	15	25	35	45	
		Declaración y planificación de ABRES	0 (2 a 2005)	3	5	12	
	16. Mejora de la coordinación entre el sector público y privado	Número de proyectos realizados conjuntamente	10	25	35	45	
		17. Descentralización de la gestión turística	Cámaras de Turismo (regionales/municipales)	8	10	12	14
			Unidades Turísticas Municipales	41	45	50	55

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT (datos en miles)

V. BIBLIOGRAFÍA

Parte de la información que se ha utilizado en el presente documento (Modelo Turístico Futuro) fue elaborada por la empresa IDOM dentro de la Fase I de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible.

El resto ha surgido del análisis de las siguientes fuentes de información:

- Fundamentos de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible (Gerencia de Mercadeo del IHT/SETUR)
- El Paquete II de la ENTS-Honduras, 2005. Elaborado por INYPSA para el Instituto Hondureño de Turismo
- Proyecto de Manejo de Áreas Protegidas en un contexto de turismo regional en la costa norte de Honduras, ,2004. Elaborado por MAZARS para el Instituto Hondureño de Turismo
- La Estrategia Nacional de Ecoturismo, 2003. Elaborado por PLANTA para el Instituto Hondureño de Turismo
- El Proyecto de Turismo Costero Sostenible (PTCS), 2003. Elaborado por Louis Berger el Instituto Hondureño de Turismo
- Secretaría de Turismo, 2003. Estadísticas sobre turismo y fiestas populares. Tegucigalpa.
- Sistema de las Naciones Unidas en Honduras, 2003. Informe sobre las Metas del Milenio, Honduras 2003. Tegucigalpa: Sistema de las Naciones Unidas
- El Programa de Manejo Ambiental de Islas de la Bahía (PMAIB) financiado por el BID para apoyar inversiones en el archipiélago en su fase I y fase II.
- Página web- Letsgohonduras.com
- AFE-COHDEFOR, 2000a. Ecoturismo: “Principales sitios de interés para ecoturismo”. [www.cohdefor.hn/ ecoturismo](http://www.cohdefor.hn/ecoturismo).

- AFE-COHDEFOR, 2000b. Plan de manejo, reserva del hombre y la Biosfera del Río Plátano. Proyecto manejo y protección de la Biosfera del Río Plátano. Tegucigalpa: Editorial Guaymuras.
- Banco Central de Honduras (BCH), 1998. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Tegucigalpa: DGEC.
- Banco Central de Honduras (BCH), 2003a. Estadísticas y cuentas nacionales. www.bch.hn.
- Banco Central de Honduras (BCH), 2003b. Indicadores económicos. En <http://www.bch.hn>
- Banco Central de Honduras/Comisión Nacional de Telecomunicaciones (BCH/CNT), 2003. Estadísticas sobre turismo y fiestas populares. [Entrevista]. Tegucigalpa.
- Banco Mundial, 2002. Informe de Desarrollo Mundial 2002: Construyendo Instituciones para los Mercados. Washington DC: Banco Mundial.
- Estudio de Oferta y Demanda de Mundo Maya
- Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Ruta Lenca
- Comisionado Nacional de los Derechos Humanos, 2003. Diagnóstico de la criminalidad en Honduras. Tegucigalpa: CONADEH.
- Dirección General de Estadísticas y Censos (DGEC), 1988. Censo de Población y Vivienda. Tegucigalpa: DGEC.
- Dirección General de Estadísticas y Censos (DGEC), 1990-1999. Encuestas de Hogares. Tegucigalpa: DGEC.
- Gobierno de la República de Honduras, 1997. Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación. Decreto 220-97. Tegucigalpa: IHAH.
- Gobierno de la República de Honduras, 2001. Estrategia para la Reducción de la Pobreza. Tegucigalpa.
- Gobierno de la República de Honduras, 2003a. Informe de Avances y Actualización de la Estrategia para la Reducción de la Pobreza. Tegucigalpa.
- Instituto Hondureño de Antropología e Historia (IHAH), 2001. Censo cultural de Honduras. Tegucigalpa: IHAH.

- Instituto Nacional de Estadística (INE), 2001a. Censo de Población y Viviendas. Tegucigalpa: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE), 2001b. Encuesta permanente de hogares de propósitos múltiples (EPHPM). Tegucigalpa: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE), 2002a. Encuesta permanente de hogares de propósitos múltiples (EPHPM). Tegucigalpa: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE), 2003a. Encuesta permanente de hogares de propósitos múltiples (EPHPM). Tegucigalpa: INE.
- Instituto Nacional de Estadística (INE), 2003c. “Situación de la Pobreza en Honduras” (trifolio). Tegucigalpa: INE..
- McKinley, T. 1998. “Medida de la contribución de la cultura al bienestar humano: los indicadores culturales del desarrollo”. En UNESCO, Informe mundial de la cultura. París: UNESCO.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 1991. Informe Mundial Sobre Desarrollo Humano 1991. New York: Ediciones Mundi- Prensa.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 1998a. Informe sobre Desarrollo Humano. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 1998b. Informe sobre Desarrollo Humano, Honduras 1998. Tegucigalpa: PNUD.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 1999a. Informe sobre Desarrollo Humano, Honduras 1999. Tegucigalpa PNUD.
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 1999b. El Gasto Público y el Gasto Social.<http://www.pnud.org.ve/IDH99/capitulo-V.html>.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2000a. Informe sobre Desarrollo Humano. Madrid: Mundi-Prensa.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2000b. Informe sobre Desarrollo Humano, Honduras 2000. Tegucigalpa: PNUD.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2002c. Informe sobre Desarrollo Humano. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

- (PNUD), 2003a. Segundo informe sobre desarrollo humano en Centroamérica y Panamá. San José: EDITORAMA.
- Secretaría de Finanzas (SEFIN), 2003b. Ejecución Presupuestaria Educación, Salud, FHIS y PRAF 1992-2002.

Las fotografías pertenecen a Letsgohonduras, IHT, Vicente Murphy, Guillermo Cobos, Oteen Johanssen, y Juan Bendeck; gracias a ellos por retratar a Honduras; **su testimonio gráfico va más allá que un diagnóstico y nos orienta hacia una propuesta de productos y atractivos turísticos de Honduras.**



Fotografía tomada por Vicente Murphy