

## **SECRETARIA DE TURISMO/ INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO**

Actualmente, el turismo se ha convertido en una de las mayores industrias del mundo y los ingresos generados por el mismo suponen un región importante de la economía mundial.

Honduras ha sido privilegiado por un extraordinario patrimonio natural y cultural: cuenta con las Islas de la Bahía, -rodeadas por el segundo arrecife de coral más grande del mundo-, Copán -considerada como la Atenas del Nuevo Mundo, playas caribeñas de inigualable belleza, naturaleza exuberante, ciudades coloniales y milenarias culturas vivas. En definitiva, un enorme potencial turístico que en el corto plazo, debe ser desarrollado en forma responsable, sostenible y equilibrada.

Bajo este contexto, el gobierno presidido por el Licenciado Ricardo Maduro Joest, consideró la industria turística como una política de Estado de orden prioritario, reconociendo los grandes beneficios que puede aportar a la economía en términos de generación de empleo e ingresos de divisas, en el fortalecimiento de la identidad nacional y en el logro de mayores niveles de desarrollo sostenible, competitividad, pero sobre

todo en una mejor calidad de vida para los hondureños.

A continuación tengo el honor de presentar la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible, resultado de una amplia participación en la que mujeres y hombres, conocidos y anónimos, provenientes de las regiones con vocación turística del país, pusieron su talento, su esfuerzo y compromiso en un proceso que visualizamos como imprescindible.

En definitiva, el turismo se presenta hoy como una oportunidad de cambio y transformación para el desarrollo de nuestro país, como una poderosa herramienta que nos permita alcanzar una mejor y más justa distribución del ingreso y un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales de la nación.

Este es el reto y compromiso, lo que convierte al turismo en una prioridad nacional y en la EMPRESA DE TODOS.

**THIERRY DE PIERREFEU MIDENCE  
SECRETARIO DE ESTADO EN DESPACHO DE  
TURISMO**

## **CAMARA NACIONAL DE TURISMO DE HONDURAS**

Estimados Amigos de la Industria Turística:

En representación del sector privado de turismo de Honduras me complace presentarles la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2006/2021 que servirá como una herramienta estratégica para el desarrollo del sector en forma ordenada. Esta estrategia parte de una visión que asegura la puesta en valor y protección de los recursos naturales y culturales con la participación de todos los actores donde el sector privado, los municipios y las ONG'S tendrán una participación preponderante, bajo la dirección y tutela del estado.

Se ha trabajado en detalle con los especialistas y técnicos por cada región, para definir las prioridades de atractivos, productos, infraestructura, políticas y en general de todos los factores que inciden en una estrategia de desarrollo; pero muy particularmente se ha dirigido a la reducción de la pobreza, tomando en cuenta toda la bibliografía existente por tema.

Desde ya los invitamos a formar parte de este proyecto nacional y apropiarse de la estrategia para hacer del turismo hondureño la actividad económica y social más importante de nuestra sociedad.

Saludos,

**RICARDO MARTÍNEZ  
PRESIDENTE  
CÁMARA NACIONAL DE TURISMO DE  
HONDURAS**

## **INDICE**

### **I. VISIÓN DE LA ENTS: HONDURAS PAÍS LIDER DE LA REGIÓN..... 6**

### **II. MODELO TURÍSTICO FUTURO DE HONDURAS (2,006-2,021): HACIA UN DESARROLLO SOSTENIBLE 8**

#### **II.1. INTRODUCCIÓN: EL DISEÑO DE UN MODELO A LARGO PLAZO QUE ALCANZAR .....8**

#### **II.2. PRINCIPIOS ORIENTADORES: COMPATIBILIZACIÓN DE LOS ENFOQUES: DESARROLLO DE ARRIBA ABAJO Y DESARROLLO LOCAL; FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL, CALIDAD Y CAPACITACIÓN ENTRE OTROS.....12**

- II.2.1. Enfoque nacional de arriba abajo .....13
- II.2.2. Enfoque local .....13
- II.2.3. Armonización de los dos enfoques .....13
- II.2.4. Transversalidad del turismo .....13
- II.2.5. Fortalecimiento institucional efectivo, .....14
- II.2.6. Calidad como marca distintiva del producto turístico hondureño. 14
- II.2.7. Desarrollo de la cultura turística .....15
- II.2.8. Capacitación de recursos humanos para el sector turismo y producción de empleos de calidad como forma de combatir la pobreza (ERP).....16
- II.2.9. Regionalización del desarrollo turístico (ver apartado III.3) 19
- II.2.10. Sostenibilidad del sector .....19

#### **II.3. ESTILO DE DESARROLLO PREVISTO EN LA ENTS: ENDÓGENO, PLANIFICADO, PARTICIPATIVO, Y PROSPECTIVO, ENTRE OTROS.....20**

#### **II.4. OBJETIVOS GENERICOS Y ESPECIFICOS QUE APUESTAN AL TURISMO SOSTENIBLE..... 21**

##### **II.4.1. OBJETIVOS DE CARACTER ECONOMICO-TURISTICO ..... 22**

- II.4.1.1) Aumentar el número de visitantes totales.....22
- II.4.1.2) Aumentar el número de turistas y el porcentaje de turistas vacacionales .....23
- II.4.1.3) Aumentar la estadía promedio por turista.....24
- II.4.1.4) Mejorar la oferta hotelera existente y crear oferta hotelera nueva24
- II.4.1.5) Incrementar la tasa de ocupación hotelera.....25
- II.4.1.6) Aumentar los ingresos por el desarrollo de la actividad turística 26
- II.4.1.7) Fomentar la creación, diversificación y difusión de productos turísticos .....26

##### **II.4.2. OBJETIVOS DE INDOLE SOCIAL Y CULTURAL (VINCULACIÓN DEL TURISMO CON LA ESTRATEGIA DE REDUCCIÓN DE LA POBREZA-ERP) ..... 29**

- II.4.2.1) Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local 29
- II.4.2.2) Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades .....30
- II.4.2.3) Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural , como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras ....31

##### **II.4.3. OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO ..... 33**

- II.4.3.1) Promoción efectiva en los mercados: nacional, regional e internacional .....33
- II.4.3.2) Consolidación de los mercados existentes y acceso a nuevos 34

##### **II.4.4. OBJETIVOS AMBIENTALES..... 35**

- II.4.4.1) Armonizar el desarrollo turístico con la conservación de los recursos naturales .....35
- II.4.4.2) Incorporar la dimensión ambiental en programas, planes y proyectos.....36

##### **II.4.5. OBJETIVOS DE FORTALECIMIENTO LEGAL E INSTITUCIONAL..... 37**

- 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 .....37
- 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.....	38
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.....	39

**II.5. LINEAMIENTOS TRANSVERSALES QUE ACOMPAÑAN AL DESARROLLO DEL SECTOR. TRANSVERSALIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO .....41**

II.5.1. LINEAMIENTOS PARA LOS SECTORES VINCULADOS DIRECTAMENTE.....	42
II.5.1.1) AGRICULTURA Y GANADERÍA.....	42
II.5.1.2) MANUFACTURA.....	43
II.5.1.3) CONSTRUCCIÓN.....	43
II.5.1.4) ARTESANÍA.....	44
II.5.1.5) FINANCIAMIENTO.....	44
II.5.2. LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA POLITICAS ASOCIADAS.....	45
II.5.2.1) AMBIENTE.....	45
II.5.2.2) SOCIALES.....	45
II.5.2.3) INFRAESTRUCTURAS.....	46
II.5.2.4) ORDENAMIENTO TERRITORIAL.....	46
II.5.2.5) FORMACION DE RECURSOS HUMANOS.....	47
II.5.3. LINEAMIENTOS DE COMPETITIVIDAD Y FACILITACION.....	48
II.5.3.1) INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS.....	48
II.5.3.2) MAYOR CALIDAD DE LOS SERVICIOS.....	50
II.5.3.3) ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y AMBIENTE.....	50
II.5.3.4) PRIVATIZACIÓN.....	51
II.5.3.5) TENENCIA DE LA TIERRA Y SEGURIDAD JURIDICA.....	51
II.5.3.6) REFORMA JUDICIAL.....	52
II.5.3.7) SEGURIDAD y SALUD.....	52

**III. ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES: ÁREAS HOMÓGENAS TURÍSTICAS ..... 54**

III.1. INTRODUCCIÓN: ESTRATEGIA POR PRODUCTOS Y REGIONES.....	54
---	----

**III.2. PRODUCTOS TURÍSTICOS: SOL Y PLAYA, BUCEO Y TURISMO ARQUEOLOGICO A LA CABEZA ..... 55**

III.2.1. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE SOL Y PLAYA; EL CARIBE ESMERALDA: PRODUCTO A DESARROLLAR.....	60
III.2.1.1) Estrategia de prioridad alta (sol y playa): Caribe Esmeralda.....	60
III.2.1.2) Estrategia de prioridad media (sol y playa): Islas de la Bahía.....	61
III.2.1.3) Estrategia de prioridad baja (sol y playa): Caribe Porteño.....	61
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.....	62
III.2.2.1) Estrategia a corto plazo para el turismo arqueológico-cultural.....	62
III.2.2.2) Estrategia a medio y largo plazo para el turismo arqueológico-cultural.....	63
III.2.3. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE BUCEOS. DESARROLLO COMPATIBLE CON LA CONSERVACIÓN DE LOS ARRECIFES.....	63
III.2.3.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de buceo.....	64
III.2.3.2) Estrategia a largo plazo para el turismo de buceo.....	64
III.2.4. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS. DESARROLLO DE LA POLÍTICA DE CRUCEROS DE ROATAN.....	65
III.2.4.1) Estrategia a corto y medio plazo para el turismo de cruceros.....	65
III.2.5. ESTRATEGIA PARA EL TURISMO DE NATURALEZA: COMPATIBILIZACIÓN CON EL SOL Y PLAYA EN LA COSTA NORTE Y EL ARQUEOLOGICO EN COPÁN.....	67
III.2.5.1) Estrategia a corto plazo para el turismo de naturaleza.....	68
III.2.5.2) Estrategia a medio y largo plazo para el turismo de naturaleza.....	68

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.....	69
---	----

**IV. PROGRAMA DE ACTUACIONES ..... 87**

**V. PUESTA EN MARCHA E IMPLEMENTACIÓN DE LA ENTS. REQUERIMIENTOS PARA AVANZAR EN EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA ENTS ..... 97**

**V.1. MARCO DE REFERENCIA.....97**

**V.2. IMPLEMENTACION DE LA ENTS: UNA GESTIÓN CONCERTADA .....98**

- V.2.1. Roles en la puesta en marcha e implementación de la ENTS 99
- V.2.2. Difusión y Explicación de la ENTS ..... 102
- V.2.3. Coordinación Transversal ..... 103
- V.2.4. Papel del Sector Público y Privado..... 104
- V.2.5. Descentralización..... 104
- V.2.6. Financiación de la ENTS (Bancos de desarrollo y cooperación internacional) ..... 105

**V.3. MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LA ENTS.....106**

**VI. BIBLIOGRAFÍA..... 112**

*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 LIDER 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

Sin embargo, Honduras agrupa todos ellos en un solo país, contando con más de 671 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 Ruinas<sup>1</sup>, la más artística de todas, sino en todo un sistema de asentamientos que

<sup>1</sup> 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.

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 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.

## 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.**

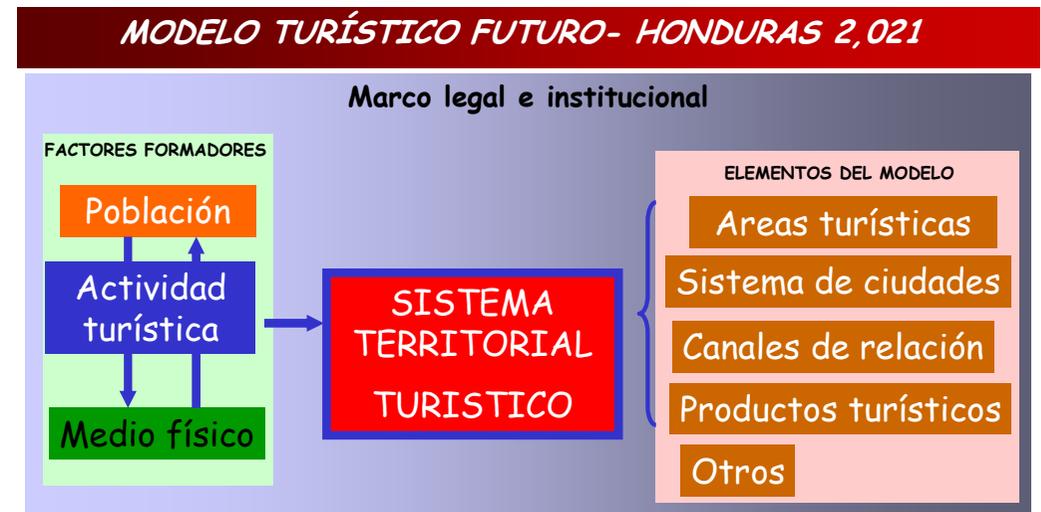
El Modelo Turístico Futuro es una imagen del sistema turístico territorial para el horizonte temporal de 2,021, representado sobre un plano en el que se muestra de forma sintética y simplificada la estructura y el funcionamiento del turismo a largo plazo (MTF-2,021): las áreas homogéneas turísticas por 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.







## **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

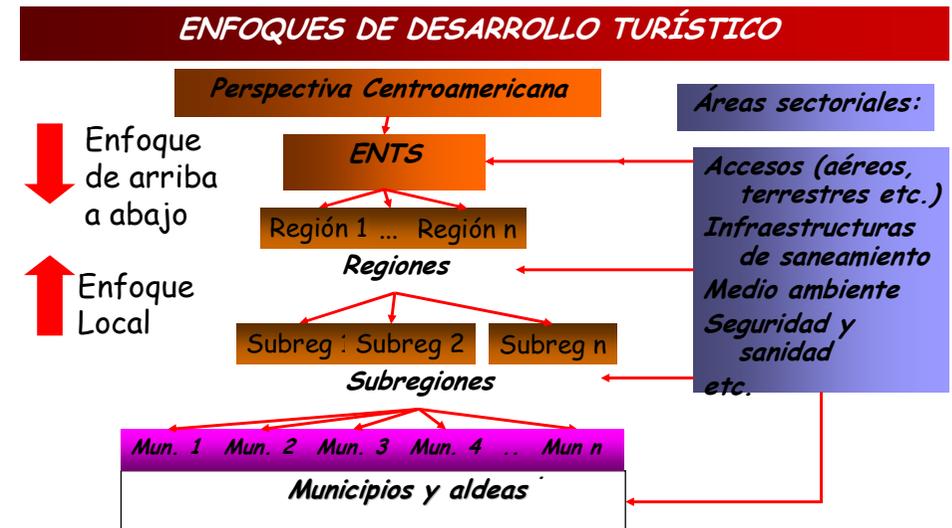
La ENTS pretende el desarrollo de políticas macro y lineamientos estratégicos a nivel nacional, que orienten al desarrollo de las distintas regiones y estas a su vez a los municipios, unidad básica de desarrollo turístico.

### 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. Calidad<sup>2</sup> como marca distintiva del producto turístico hondureño.**

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.

---

<sup>2</sup> 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.

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 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.

## **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 turísticos<sup>3</sup>.

### 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.

<sup>3</sup> 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.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)



### 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**

## 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 años<sup>4</sup>; 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 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

<sup>4</sup> 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

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
<b>Nº. TOTAL DE VISITANTES (incluyendo Cruceristas)</b>	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 672,100<sup>5</sup>, ocupando el 64 % de los visitantes totales; el objetivo es incrementar el porcentaje de turistas en relación

<sup>5</sup> 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.

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
<b>Nº. DE TURISTAS (QUE PERNOCTAN)</b>	672.1	1,173.6	1,566.4	2,315.3
<b>% DE TURISTAS EN RELACIÓN A LOS VISITANTES</b>	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.

#### 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 \$) <sup>6</sup>	401.5	888.7	1414.4	2522.8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

#### 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,

<sup>6</sup> 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**

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 acompañada 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 ENTS OBJETIVO 2010	Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014	Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021
<b>Productos</b>	Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa	Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo	Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo	Buceo Arqueología-cultural Negocios Cruceros Sol y playa Ecoturismo Patrimonio colonial Turismo rural Golf
<b>Estado</b>	Maduro En desarrollo En desarrollo Incipiente Embrionario	Maduro Maduro En desarrollo En desarrollo Incipiente Embrionario	Maduro Maduro Maduro Maduro En desarrollo Incipiente	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 años<sup>7</sup>.



<sup>7</sup> 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 ligado s al sector turismo**

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

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**

<b>META n°9</b>	<b>ACTUAL 2004</b>	<b>Corto plazo ENTS OBJETIVO 2010</b>	<b>Medio plazo ENTS OBJETIVO 2014</b>	<b>Largo plazo ENTS OBJETIVO 2,021</b>
Número de proyectos comunitarios (participación de etnias)	6 <sup>8</sup>	12	18	24
Cantidad de Asociaciones de Guías con participación de etnias y comunidades locales	2 <sup>9</sup>	5	7	10

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

<sup>8</sup> 1 Biosfera, 2 Pico Bonito, 1 Cayos Cochino, 1 JB La Lancentilla, y 1 en Amapala

<sup>9</sup> 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 <sup>10</sup>	3	5 <sup>11</sup>	7
Parques arqueológicos-Monumentos Culturales con Plan de Uso Público	0	3	5 <sup>17</sup>	7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

<sup>10</sup> Copán Ruinas

<sup>11</sup> Cerro Palenque, Fortaleza de San Fernando, El Puente 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 multidesino 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 <sup>12</sup>	12	16	20

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

<sup>12</sup> 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

### 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 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<sup>13</sup>**

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

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

<sup>13</sup> ; 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 <sup>14</sup>	20	25	30
Áreas protegidas de la ENE que cuentan con Plan de Uso Público aprobado	5 <sup>15</sup>	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

<sup>14</sup> 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.

<sup>15</sup> en la actualidad solo las 3 de tela y las 2 de Ceiba RVSCS y PNPB

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 esta 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.

**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 <sup>16</sup>
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

<sup>16</sup> 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 de carácter nacional y regional	15	25	35	45
Planificación y gestión de ABRES, o planes turísticos en zonas turísticas de la ENTS	0 (2 a 2005)	3 <sup>17</sup>	5 <sup>18</sup>	12 <sup>19</sup>

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 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.

<sup>17</sup> Bahía de Tela, Copán e Islas de la Bahía

<sup>18</sup> Areas turísticas de primer y segundo nivel

<sup>19</sup> Todas las áreas turísticas (primer nivel, segundo, tercero y cuarto)

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
<b>Número de proyectos realizados conjuntamente</b>	<b>10</b>	<b>25</b>	<b>35</b>	<b>45</b>

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 <sup>20</sup>	10	12	14
Unidades Turísticas Municipales	41	45	50	55

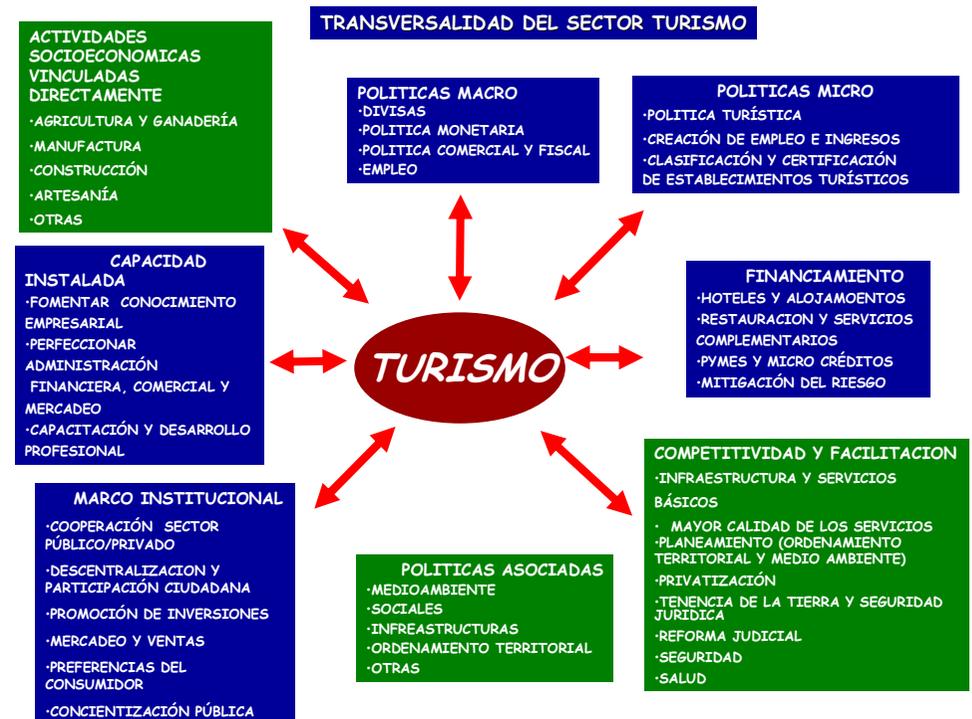
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del IHT

<sup>20</sup> 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, formar 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 asociado 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 hortalizas 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 Cortes (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.

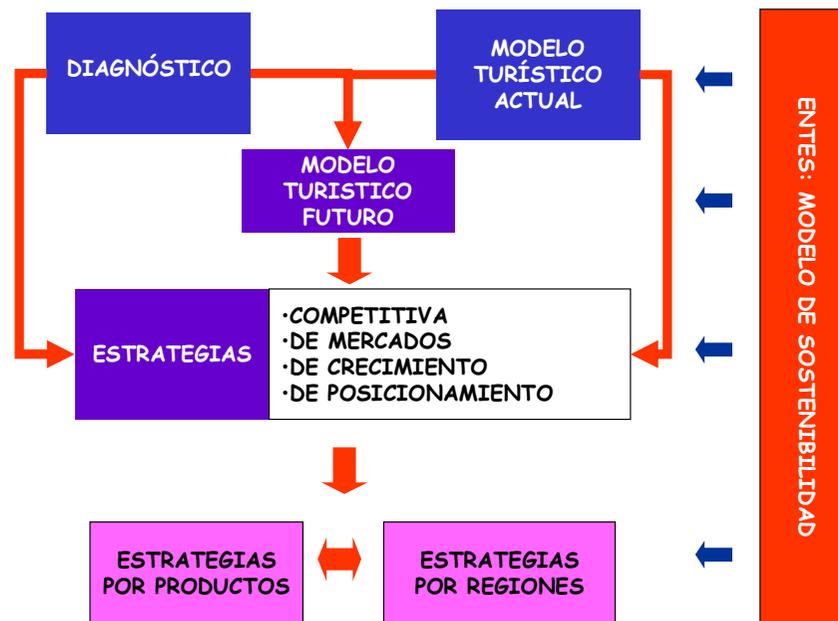
A efecto de planificar un ambiente de viaje seguro las autoridades nacionales y municipales considerarán la prevención de diversos tipos de riesgos: ausencia o inapropiados estándares de seguridad, sanidad, servicios públicos y respeto por la sustentabilidad del ambiente, en los destinos o establecimientos 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 acompasada 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:



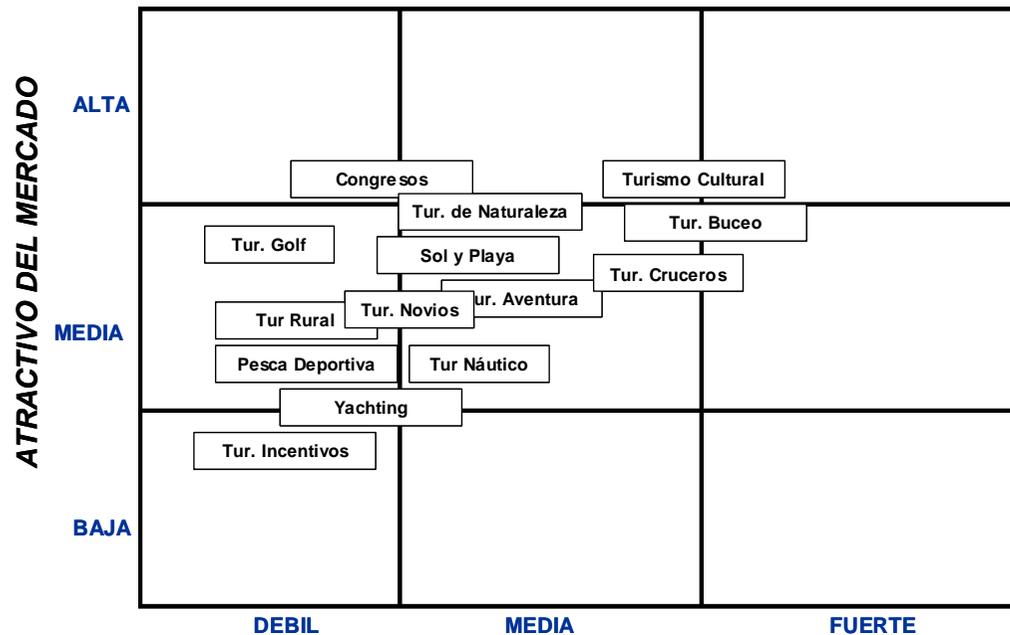
**Matriz de desarrollo estratégica de Honduras**

<b>Clasificación</b>	<b>Localización</b>	<b>Madurez (estado actual)</b>	<b>Tipo</b>	<b>Mercado</b>	<b>Estrategia propuesta</b>
<b>Productos de buceo</b>	Islas de la Bahía	Producto Maduro	PRIMARIO (Driver de turismo actual)	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
<b>Productos de arqueología-cultural</b>	Zonas arqueológicas, en especial Copán Ruinas	Producto en desarrollo	PRIMARIO (Driver de turismo actual)	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
<b>Producto de sol y playa</b>	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)
<b>Productos ligados al turismo de cruceros</b>	Islas de la Bahía, y algunos lugares de la costa norte	Producto Incipiente	Complementario	INTERES ESPECIAL	ALTA PRIORIDAD
<b>Productos asociados al turismo de negocios</b>	Tegucigalpa y San Pedro Sula	Producto en desarrollo	PRIMARIO	INTERES TRADICIONAL	MEDIA PRIORIDAD
<b>Atractivo de la</b>	Áreas naturales protegidas seleccionadas por la ENE	Atractivo	Complementario	INTERES ESPECIAL	ALTA-MEDIA PRIORIDAD

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

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 ARQUEOLOGICO: 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 esta 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 mas 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

Maya<sup>21</sup>: Mexico, 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



<sup>21</sup> 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)

termales, paseos a caballo etc.) y los servicios complementarios.

### 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 mas 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 compatible<sup>22</sup> 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 región<sup>23</sup>); para ello se propone:



<sup>22</sup> 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%.

<sup>23</sup> 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

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.
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 mas

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 ARQUEOLÓGICO 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 en<sup>66</sup> 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 Centroamericanos, 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



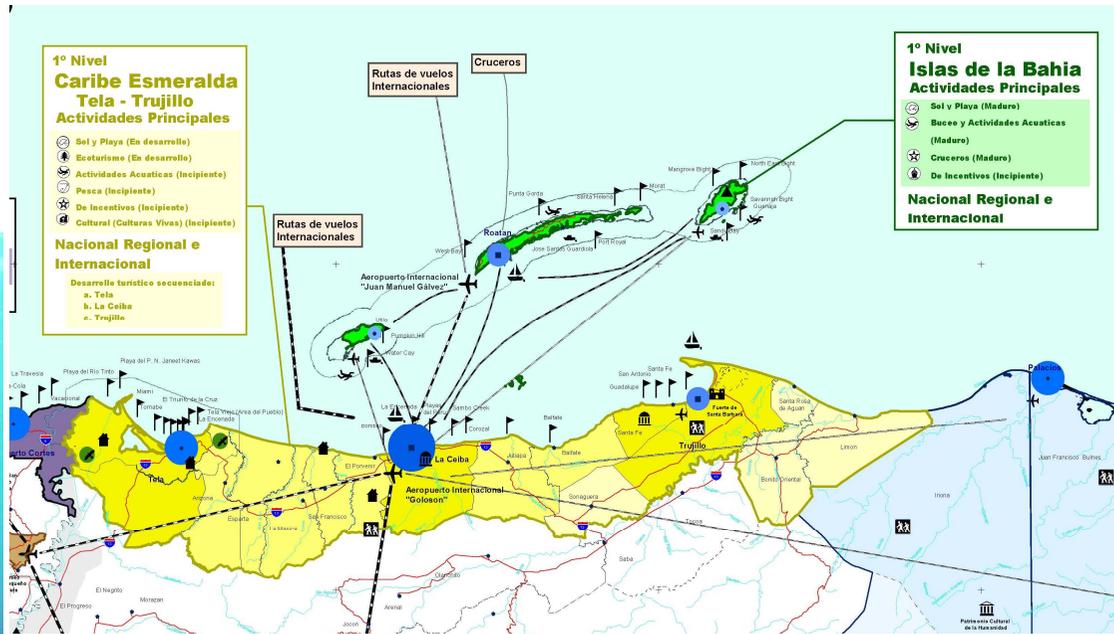
**PRIMER NIVEL- turismo internacional vacacional**

Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
Islas de la Bahía	<b>Productos</b> 1. Buceo (maduro) 2. Sol y playa (incipiente) 3. Cruceros (incipiente)	<b>Productos</b> 1. Buceo (maduro) 2. Sol y playa (en desarrollo) 3. Cruceros (en desarrollo) 4. Incentivos (incipiente)	<b>A CORTO PLAZO- CONSOLIDACIÓN</b> 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 <b>MERCADO INTERNACIONAL Y REGIONAL (norteamericanos, europeos y salvadoreños)</b>
Zona Maya	<b>Productos</b> 1. Cultural-arqueológico (en desarrollo) <b>Atractivo</b> <b>Ecoturismo-naturaleza</b>	<b>Productos</b> 1. Cultural-arqueológico (maduro) 2. Ecoturismo-naturaleza (incipiente)	<b>A CORTO PLAZO- DESARROLLO</b> 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 <b>MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL (europeos, americanos y centroamericanos)</b>
Caribe	<b>Productos</b>	<b>Productos</b>	<b>A CORTO-MEDIO PLAZO- DESARROLLO</b>

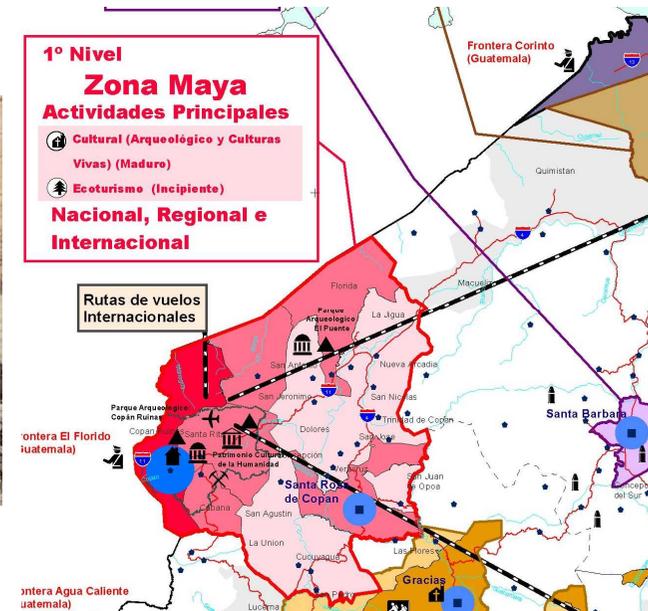
Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
<b>Esmeralda (Tela-Trujillo)</b>	1. Sol y playa (incipiente) 2. Ecoturismo (incipiente) <b>Atractivos</b> <b>Pesca</b> <b>Culturas vivas</b>	1. Sol y playa (maduro) 2. Geoturismo: áreas protegidas + culturas vivas (en desarrollo) 3. Actividades acuáticas (incipiente) 4. De incentivos (incipiente) 5. Pesca (incipiente)	<p>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: 1º Tela, 2º La Ceiba, 3º Trujillo, 4º resto de municipios costeros. Aumento de la oferta turística y mejora de la existente. <b>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.</b></p> <p><b>MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL (europeos, americanos y centroamericanos: salvadoreños, guatemaltecos, y nicarguenses)</b></p>



Corales de Islas de la Bahía



Dios del viento maya



## SEGUNDO NIVEL-turismo de negocios

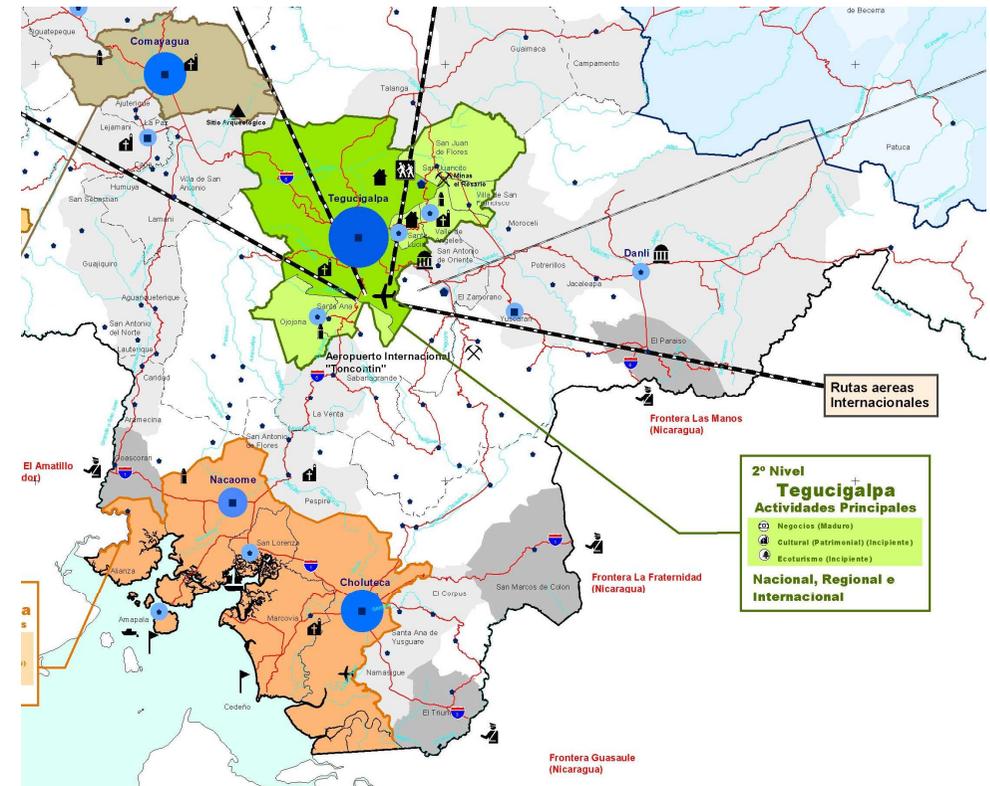
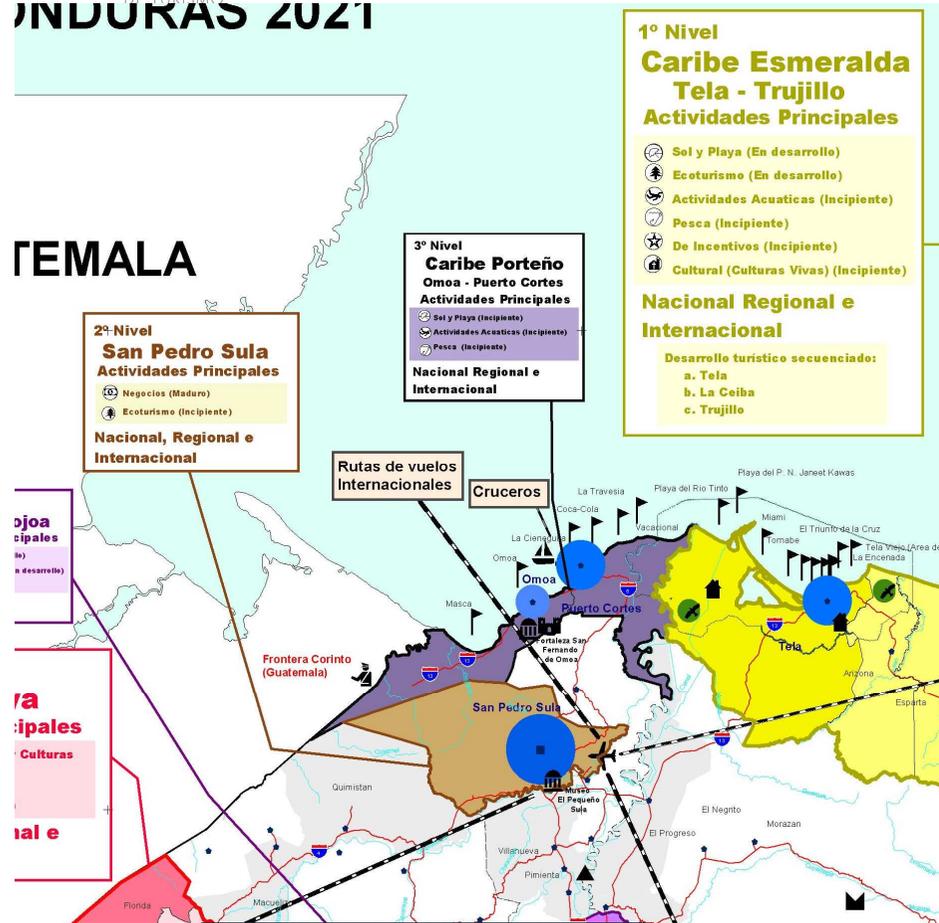
Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
San Pedro Sula <sup>24</sup>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Negocios (en desarrollo)</p>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Negocios (maduro)</p>	<p><b>A MEDIO PLAZO</b></p> <p>Mejora de la oferta turística de San Pedro Sula: alojamiento, restauración y servicios complementarios</p> <p><b>MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL</b></p>
Tegucigalpa y su entorno <sup>25</sup>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Negocios (en desarrollo)</p> <p><b>Atractivos</b></p> <p>Patrimoniales (reales minas, edificios e iglesias coloniales)</p> <p>Ecoturismo (La Tigra)</p>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Negocios (maduro)</p> <p>2. Cultural (incipiente)</p> <p>3. Ecoturismo (incipiente)</p>	<p><b>A MEDIO PLAZO</b></p> <p>1. Mejora del aeropuerto de Toncontín</p> <p>2. Mejora de la oferta turística de Tegucigalpa: alojamiento, restauración y servicios complementarios</p> <p>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.</p> <p><b>MERCADO INTERNACIONAL, REGIONAL Y LOCAL</b></p>

<sup>24</sup> los lugares de recreación de San Pedro deben ser la costa norte y Yojoa

<sup>25</sup> los lugares de recreación de Tegucigalpa deben ser son los pueblos coloniales, artesanales y/o turísticos y áreas naturales del entorno

**HONDURAS 2021**

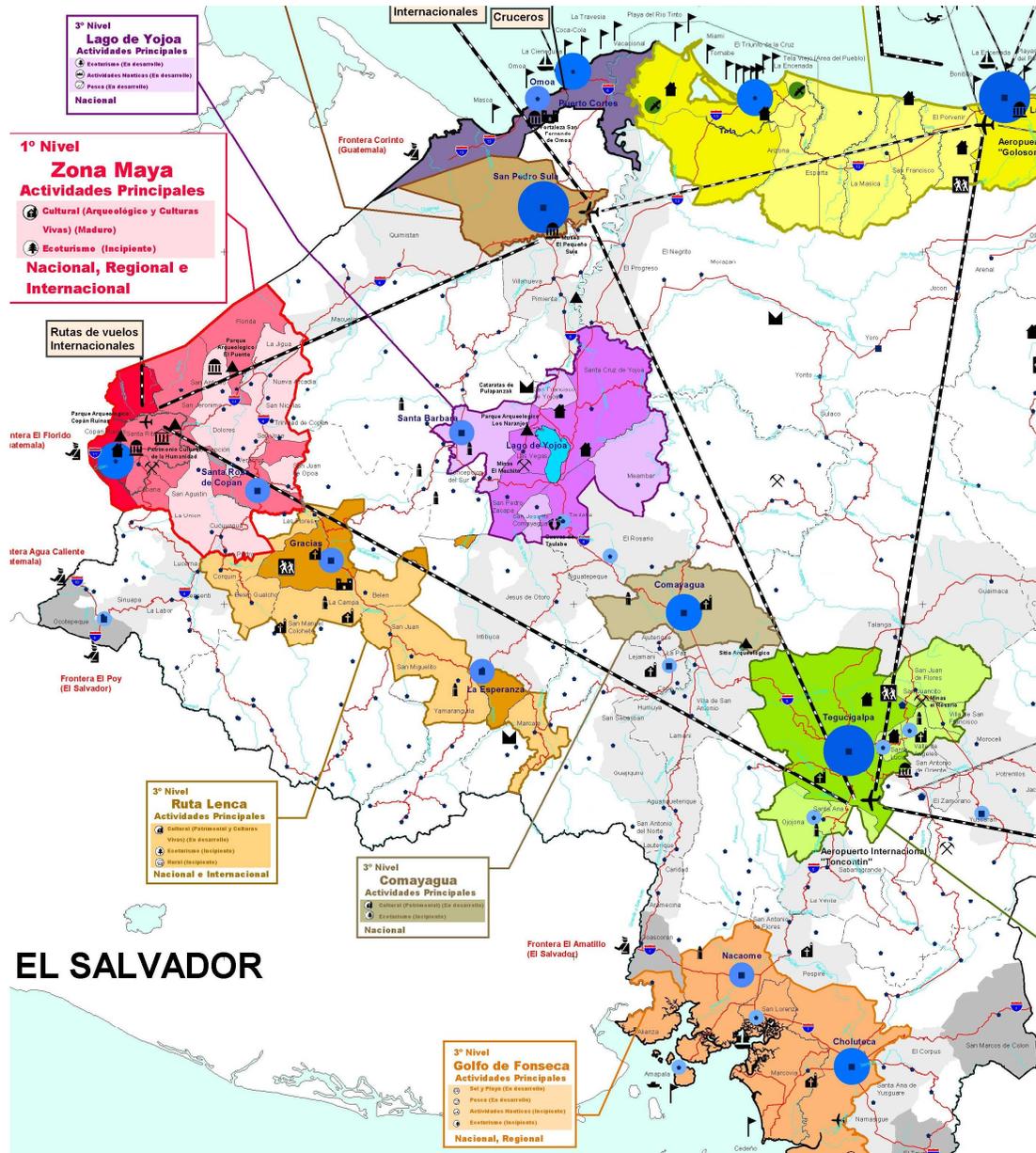
**TEMALA**



### 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><b>Productos</b></p> <p>1. Ecoturismo (embrionario)</p> <p><b>Atractivos</b></p> <p>Pesca</p> <p>Actividades náuticas y deportivas</p>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Ecoturismo (incipiente)</p> <p>2. Pesca (incipientes)</p> <p>3. Actividades náuticas y deportivas (incipiente)</p>	<p><b>A LARGO PLAZO</b></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><b>MERCADO LOCAL</b></p>
Caribe Porteño (Omoa-Puerto Cortés)	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Sol y playa (incipiente)</p> <p><b>Atractivos</b></p> <p>Pesca</p> <p>Actividades náuticas</p>	<p><b>Productos</b></p> <p>1. Sol y playa (en desarrollo)</p> <p>2. Pesca (incipiente)</p> <p>3. Actividades náuticas (incipiente)</p>	<p><b>A LARGO PLAZO</b></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> <p><b>MERCADO REGIONAL Y LOCAL</b></p>
Golfo de	<b>Productos</b>	<b>Productos</b>	<b>A LARGO PLAZO</b>

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



EL SALVADOR



Parque Nacional Cerro Azul



Atardecer en el río Choluteca

**CUARTO NIVEL- áreas embrionarias**

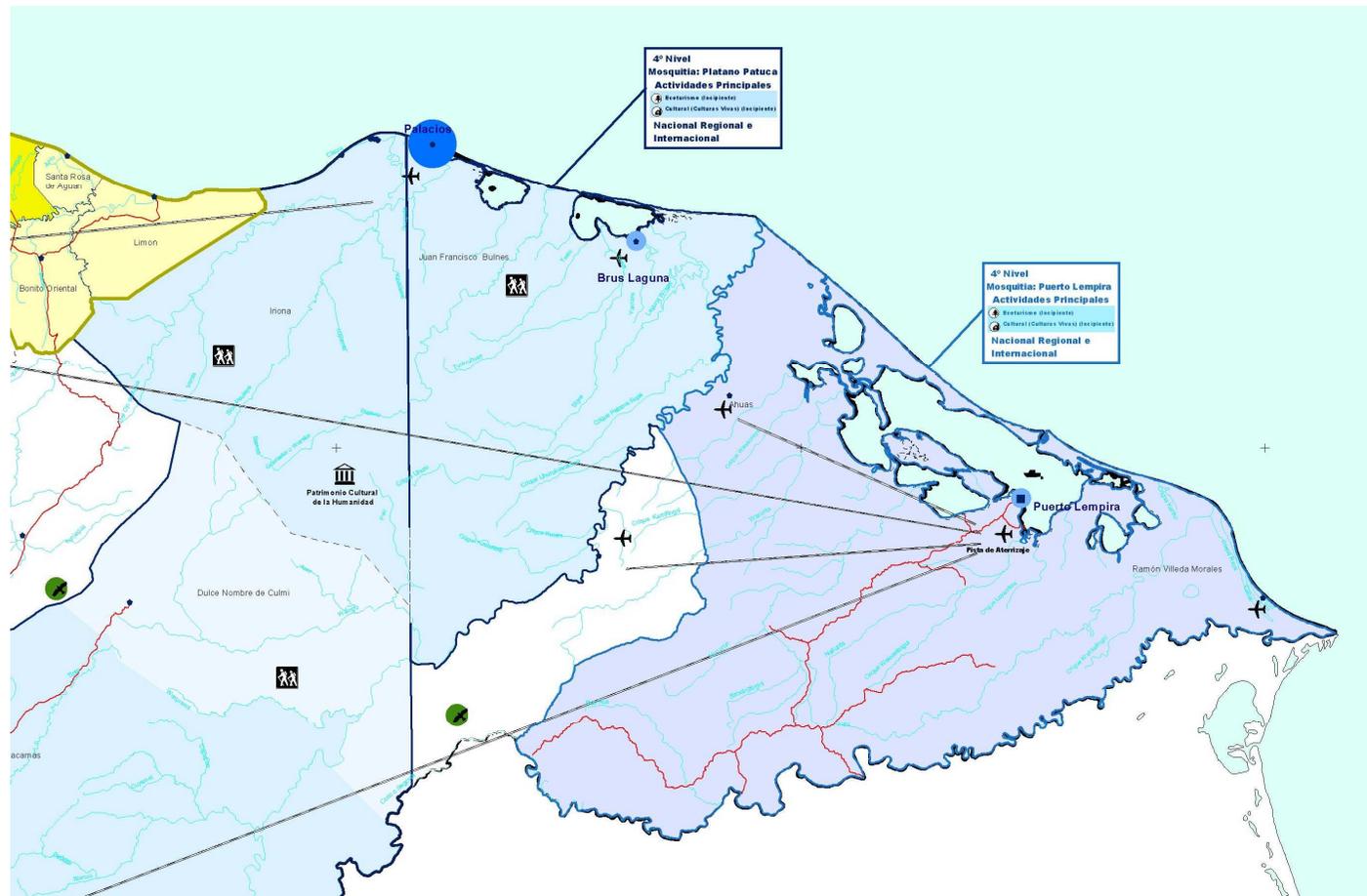
Región	Productos/atractivos existentes 2004	Productos propuestos 2021	Estrategia regional (ver estrategias por regiones)
La Mosquitia: Puerto Lempira	<b>Atractivos</b> Ecoturismo Cultural	<b>Productos</b> Ecoturismo (incipiente) Cultural (embrionario)	<b>A MUY LARGO PLAZO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Creación de una oferta turística mínima ligado al turismo de aventuras</li> <li>○ Mejora de las condiciones de sanidad y seguridad</li> <li>○ Mejora del acceso</li> <li>○ Fomento de actividades locales (artesanía, pequeños negocios etc.) ligado al turismo de aventuras y ecoturismo</li> <li>○ Promoción del turismo de aventuras en los centros de distribución: La Ceiba, Tegus y San Pedro</li> </ul> <b>MERCADO INTERNACIONAL</b>
La Mosquitia: Patuca- Plátano	<b>Atractivos</b> Ecoturismo Cultural	<b>Productos</b> Ecoturismo (incipiente) Cultural (embrionario)	<b>A MUY LARGO PLAZO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Creación de una oferta turística mínima ligado al turismo de aventuras</li> <li>○ Mejora de las condiciones de sanidad y seguridad</li> <li>○ Mejora del acceso</li> <li>○ Fomento de actividades locales (artesanía, pequeños negocios etc.) ligado al turismo de aventuras y ecoturismo</li> <li>○ Promoción del turismo de aventuras en los centros de distribución: La Ceiba, Trujillo, Tegus y San Pedro</li> </ul> <b>MERCADO INTERNACIONAL</b>

## 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 cuanto al turismo vacacional, 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. En relación al turismo de negocios, 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. Para el desarrollo del turismo regional y local se debe potenciar 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 largo plazo, se debe desarrollar 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 se 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					Áreas Turísticas de Cuarto Nivel
	<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>	<u>La Mosquitia y Olancho</u>
<b>Polos de desarrollo turístico</b>	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	Juticalpa, Catacamas, Puerto Lempira, Brus Laguna, Ahuas, Juan Francisco Bulnes, y Ramon Villeda Morales
<b>Área de influencia de primer nivel</b>	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 Lucía, 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	Dulce Nombre de Culmí, San Francisco de Becerra, Santa María del Real y Patuca

Municipios/Áreas	Áreas Turísticas de Primer Nivel			Áreas Turísticas de Segundo Nivel		Áreas Turísticas de Tercer Nivel					Áreas Turísticas de Cuarto Nivel
	<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>	<u>La Mosquitia y Olancho</u>
<b>Área de influencia de segundo nivel</b>	Zona Maya: Concepción, corquen, Cucuyagua, Dolores, Dulce Nombre, La Jigua, La Union, Nueva Arcadia, San Agustín, San Antonio, San Jerónimo, San José, San Juan de Opoa, San Nicolás, San Pedro, Trinidad de Copan, Veracruz		Balfate, Santa Rosa de Aguan, Sonaguera, Bonito Oriental y Limón.								
<b>Conectores turísticos</b>	Ajuterique, El Rosario, Humuya, Lamani, Lejamani, San Sebastián, Siguatepeque, Villa de San Antonio, Pimienta, Potrerillos, Villanueva, El Corpus, Namasigue, Pespire, San Antonio de Flores, Santa Ana de Yusguare, Yuscaran, Danli, Jacaleada, Moroceli, Potrerillos, Guaimaca, La Venta, Sabanagrande, San Antonio de Oriente, Talanga, Intibuca, Jesús de Otoro, La Paz, Aguanqueterique, Cane, Guajiquiro, Lauterique, San Antonio del Norte, San Juan, La Labor, Lucerna, Sensenti, Sinuapa, Campamento, Macuelizo, Quimistan, Aramecina, Caridad, El Progreso y Santa Rita										
<b>Puntos de entrada terrestre</b>	El Triunfo, San Marcos de Colón, El Paraíso, Ocotepeque, Santa Fe y Goascorán										
<b>Otros municipios coadyuvantes<sup>26</sup></b>	El resto de municipios del país										

26