



"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III)"  
Fondos SITCA - Taiwán



**SICA**  
Sistema de la Integración  
Centroamericana



# INFORME DE LOGROS

Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional - Fase III  
Fondos de la República de China (Taiwán)



"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y  
la Integración Turística Regional (fase III)"  
**Fondos SITCA - Taiwán**

© Informe SITCA-Taiwán 2023

Elaborado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

Gerencia: Ligia Miranda Ponce y Katherine Vado Rivera

Contenido: Katherine Vado y Karina Cantó.

Revisión: Katherine Vado, Karina Cantó, Elba Rocha y Henry Delgado.

Managua, Nicaragua

Diseño y diagramación: Katherine Vado Rivera

SITCA Web: <https://sitca.info/> <https://calidadcentroamerica.com>

Redes: [sitca\\_turismo](#)

De la esquina norte de canal 2, 2c arriba Casa #1004. Bolonia. Managua, Nicaragua.

Tel.:(505) 2268 3849 | Contacto: [sitcatourism@gmail.com](mailto:sitcatourism@gmail.com) | Redes: [sitca\\_turismo](#)

# INTRODUCCIÓN

I. Presentación	
II. Introducción .....	01
III. Resultados del proyecto.....	02
• Promoción y Mercadeo Turístico.....	03
• Fortalecimiento de la Calidad Turística.....	23
• Competitividad Turística y desarrollo de Instrumentos Regionales.....	41
IV. Ejecución financiera resumida .....	51
V. Conclusiones y lecciones aprendidas.....	53
Anexos	

# I. PRESENTACIÓN



Es un honor presentar el informe de entrega final del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana". Este proyecto, que se ha desarrollado a lo largo de varias fases y ha sido un esfuerzo conjunto que ha culminado en importantes logros y avances para la región de Centroamérica.

En la tercera fase de este proyecto, continuamos avanzando hacia una mayor integración turística y una promoción más efectiva. Nuestro trabajo se alinea estrechamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, que buscan el crecimiento económico, la generación de empleos y la reducción de la pobreza. Este proyecto refleja nuestro compromiso con la cooperación regional y la promoción de Centroamérica como un destino turístico prioritario. Nuestra visión compartida es mejorar la calidad de vida de nuestros ciudadanos y preservar nuestro valioso patrimonio natural y cultural.

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todos los involucrados en este proyecto. Cada uno ha desempeñado un papel vital en el logro de nuestros objetivos. Además, quiero agradecer a la República de China (Taiwán) por su apoyo continuo y a la SG-SICA por su colaboración y coordinación efectiva.

Mirando hacia el futuro, estamos seguros de que la región de Centroamérica continuará avanzando en su desarrollo turístico y económico. El turismo es una de las industrias más relevantes y dinámicas en todo el mundo, y su impacto en la región de Centroamérica no es la excepción. A medida que culminamos esta fase del proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana", es imperativo subrayar la importancia crítica de esta industria en nuestra región y destacar los beneficios que conlleva. Este proyecto ha desempeñado un papel fundamental al fomentar la promoción y la integración turística en Centroamérica, y esperamos que continúe siendo un impulsor del crecimiento y el bienestar de nuestros ciudadanos en los años venideros.

**Ing. Ligia Miranda Ponce**

Secretaria Ejecutiva – Secretaría de Integración Turística Centroamericana

# I. PRESENTACIÓN



En representación de la República de China (Taiwán), me gustaría expresar que me llena de gran satisfacción celebrar la finalización del “Proyecto de Fortalecimiento a la Integración y Promoción Turística Regional, (Fase III)”, ejecutado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), con quienes hemos establecido una estrecha relación de cooperación en los últimos años. La culminación de este proyecto marca un hito significativo en la mitigación de las consecuencias generadas por la pandemia del COVID-19, al sector turístico centroamericano.

La cooperación entre Centroamérica y Taiwán en el ámbito del turismo ha sido de mutuo beneficio y producto del fomento de la comprensión entre ambas partes. Esta colaboración ha permitido el intercambio cultural y ha fortalecido los lazos entre nuestros pueblos, contribuyendo significativamente al desarrollo turístico en la región.

Quiero destacar la dedicación y el profesionalismo de todos los involucrados en SITCA, cuyo incansable esfuerzo ha sido fundamental para el éxito de nuestros proyectos conjuntos. La República de China (Taiwán) seguirá apoyando el Turismo Sostenible en la región. Estamos seguros de que juntos podemos lograr aún más resultados tangibles.

Aprovecho esta ocasión para reiterar que como Socios para el Desarrollo del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), nuestro compromiso continuo para seguir potenciando el crecimiento y prosperidad del turismo de Centroamérica.

Atentamente,

**Antonio Y.J. Chen**

Asesor de Proyectos SICA – República de China (Taiwán)



"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III)"  
Fondos SITCA - Taiwán

Nombre del Proyecto: "Proyecto de Fortalecimiento a la Integración y Promoción Turística Regional, (Fase III)

Cooperante: República de China Taiwán

Aporte del Cooperante: US\$ 1.5 millones

Periodo de Ejecución: 2020-2023

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

**-Organización Mundial del Turismo (OMT)-**

El turismo desempeña un papel crucial en la economía de nuestros países y en la promoción de la riqueza cultural y natural de Centroamérica. Más allá de ser una fuente de ingresos y empleo, el turismo se convierte en un medio para compartir nuestra cultura, historia y belleza con el mundo. Además, es un sector en crecimiento constante que ha demostrado su capacidad para transformar nuestras economías y mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades.

Desde el inicio de nuestra colaboración en 2003, Taiwán ha demostrado un firme compromiso con el desarrollo del turismo en Centroamérica. Su apoyo ha sido esencial en la implementación de estrategias de promoción y mercadeo turístico que han aumentado la visibilidad de Centroamérica en los mercados internacionales. Este esfuerzo ha atraído un número creciente de visitantes a nuestra región, generando un impacto económico y social significativo. El respaldo de Taiwán no se ha limitado a la promoción turística, sino que también se ha centrado en fortalecer la calidad y competitividad del sector turístico. Esto ha beneficiado especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.

La tercera fase, que abarcó desde 2020 hasta 2023, ha sido una continuación lógica de los esfuerzos y logros obtenidos en las dos fases anteriores. Hemos consolidado y ampliado nuestras acciones, fortaleciendo la integración turística regional y optimizando las campañas de promoción y mercadeo del multidesestino. El proyecto ha mantenido una estrecha alineación con las políticas regionales del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica (PEDTS) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Nuestros esfuerzos han estado encaminados hacia la generación de ingresos, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de las MIPYMES turísticas y las comunidades en la región.

A lo largo de esta tercera fase, hemos alcanzado una serie de logros significativos. Hemos implementado la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico como multidesestino, incrementando la visibilidad de Centroamérica en mercados globales. Hemos fortalecido la calidad y sostenibilidad del sector, con un enfoque en las MIPYMES turísticas de Belice y Guatemala, hemos reforzado la institucionalidad de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), permitiéndole apoyar el proceso de integración turística de la región de manera más efectiva. Hemos desarrollado herramientas políticas y estratégicas que fomentan la competitividad y el progreso turístico en nuestros países.

Si bien celebramos los logros de esta tercera fase, sabemos que nuestro trabajo en la promoción y fortalecimiento del turismo en Centroamérica está lejos de concluir. Este proyecto representa un paso importante en nuestro camino, pero estamos comprometidos a continuar avanzando. La región posee un potencial turístico valioso, y estamos decididos a aprovecharlo al máximo en beneficio de nuestras comunidades y economías.

Este informe detallará los resultados y logros de esta fase, así como los desafíos que hemos enfrentado en el camino. Esperamos que esta información brinde una visión completa de nuestro trabajo y nuestro compromiso con el futuro del turismo en Centroamérica. En resumen, celebramos con la entrega de este informe, no solo el cierre exitoso de la tercera fase de este proyecto, sino también el comienzo de un futuro prometedor en la integración y promoción turística en nuestra región. Esperamos que este informe brinde una visión clara de los logros alcanzados y el camino que aún queda por recorrer en los próximos años.



# III. RESULTADOS

## Objetivo del Proyecto:

- ✓ “Fortalecer la integración turística regional y la promoción a través de la optimización de las campañas de promoción y mercadeo del multidestino, el fortalecimiento de la calidad, competitividad y la institucionalidad de la Secretaría de Integración Turística (SITCA)”

## Resultados

- R1: Implementada la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico de Centroamérica como multidestino.
- R2: Fortalecida la Calidad a través de la implementación del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística (SICCS), para las MIPYMEs turísticas de los países socios.
- R3: Fortalecida institucionalmente a la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), CATA y los países socios.
- R4: Potenciada la competitividad y el progreso turístico de los países a través del desarrollo de instrumentos de orden regional que favorecen los escenarios para la armonización política y facilitación estratégica del turismo.



  
*Belize*

  
*Guatemala*

### **3.1 PROMOCIÓN Y MERCADERO TURÍSTICO**

Las acciones implementadas en el Rubro 1: Promoción y Mercadeo, bajo la co-ejecución de CATA, gracias al apoyo de la cooperación de la República de China (Taiwán), han tenido un impacto significativo en el desarrollo del turismo en Centroamérica. La promoción, comercialización y desarrollo de productos turísticos han contribuido al aumento de la llegada de turistas, la generación de ingresos y empleo, y la promoción de la integración turística regional.

**Estrategia de Marketing Digital Innovadora**



**Comercialización**



**Mercadeo con Mayoristas y Prensa**



**Desarrollo de Producto Multidestino e Intrarregional**



- Fortalecida la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico de Centroamérica como multidestino.



“Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III)”  
Fondos SITCA - Taiwán

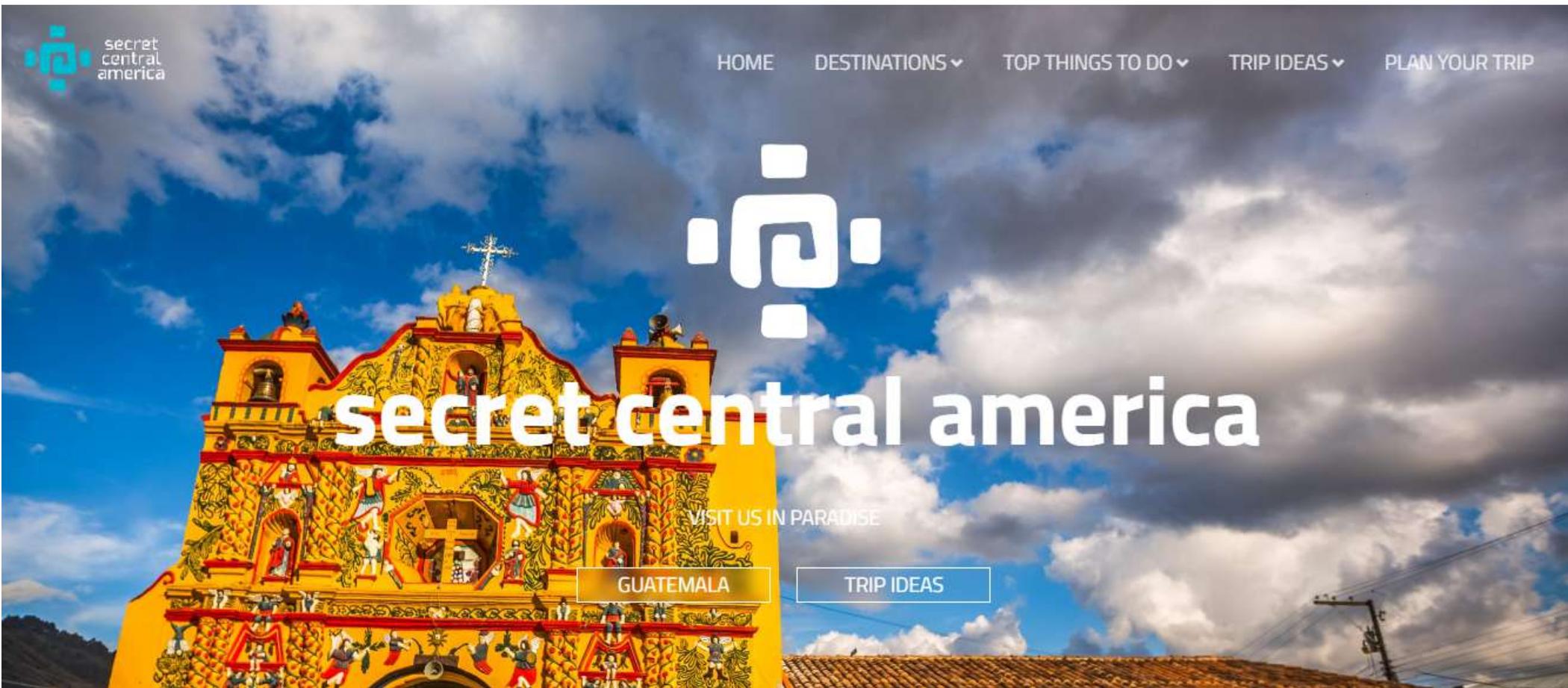


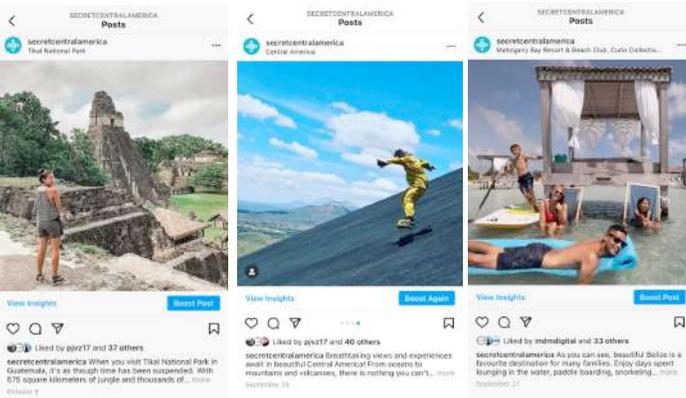
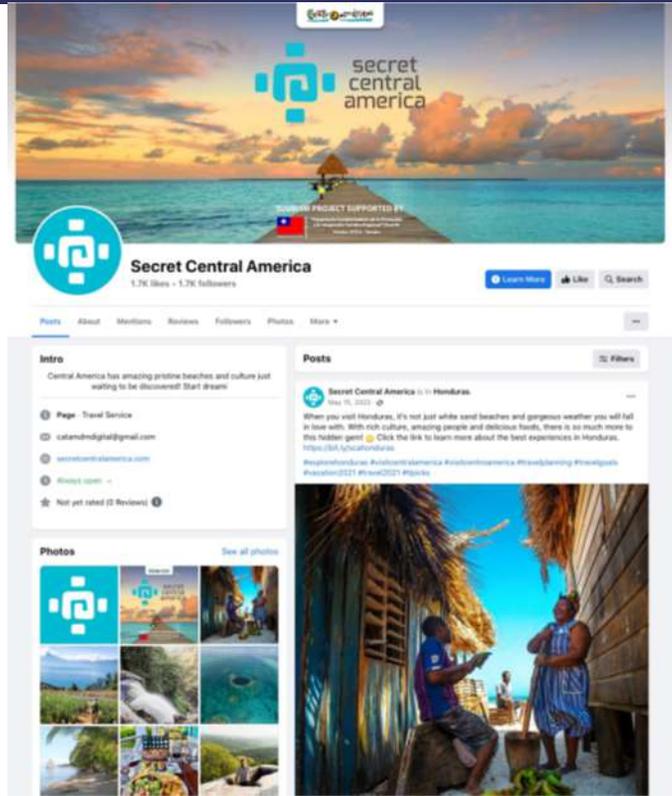
## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

### → Estrategia de Marketing Digital Innovadora: Estrategia de posicionamiento del Producto Turístico de Belize, Guatemala, Honduras y Nicaragua en el Mercado Estadounidense

Se aprobó un total de 200 mil dólares, ejecutando técnicamente el presupuesto al 100% en el tercer desembolso y financieramente al 100% en el cuarto y último desembolso del proyecto, en línea con el cronograma establecido.

En este contexto, se llevó a cabo la campaña digital "Secret Central America", desarrollada con el respaldo crucial de la República de China (Taiwán). Esta iniciativa marcó un hito al dirigirse por primera vez al competitivo mercado estadounidense. La colaboración permitió la creación de elementos digitales clave para Centroamérica, como la marca "Secret Central America", un micrositio innovador [www.secretcentralamerica.com](http://www.secretcentralamerica.com), nuevas cuentas de redes sociales, la identificación de perfiles de consumidores, una estrategia y plan de medios digitales, dashboards digitales en tiempo real y la planificación de viajes de prensa a múltiples destinos en Estados Unidos y Canadá.





2,750 FOLLOWERS RRSS Objetivo	3,516 FOLLOWERS RRSS Actual	3,652,042 IMPRESIONES RRSS Impresiones	2,634,592 ALCANCE RRSS Alcance
Cronograma Jul '20 - May '22 Completado 100%	Actual Completado RRSS 28.0%	Cronograma Jul '20 - May '22 Completado 100%	Actual Este Mes Facebook 4.5%

Aspectos destacados de la campaña incluyen:

- Desarrollo de campañas publicitarias y orgánicas desde julio de 2020 hasta el 6 de mayo de 2022.
- Las campañas publicitarias generaron 5.2 millones de impresiones y más de 136,000 clics.
- Crecimiento significativo en las cuentas de redes sociales, superando el objetivo inicial en un 36%.
- Estadísticas del micrositio: más de 48,000 sesiones, 58,000 vistas de página y tiempos de permanencia satisfactorios.



A pesar de ser un sitio web nuevo, SecretCentralAmerica.com tuvo un rendimiento excepcional, con un crecimiento constante del tráfico orgánico, especialmente en los últimos 4-6 meses de la campaña.



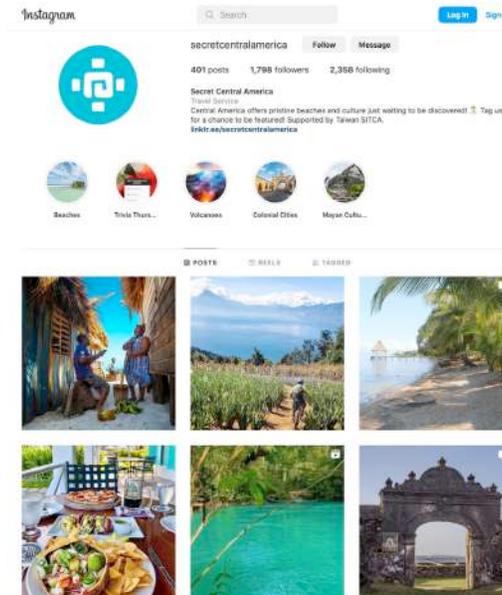
Resultados en redes sociales:

- Publicaciones en redes sociales alcanzaron a más de 2.6 millones de usuarios y generaron más de 3.6 millones de impresiones desde julio de 2020.
- Un total de 1,197 piezas de contenido fueron publicadas hasta finales de abril de 2022.
- El esfuerzo total del community management llevó a la publicación de 1,200 piezas de contenido.

# 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

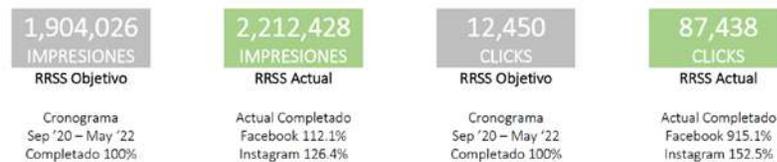
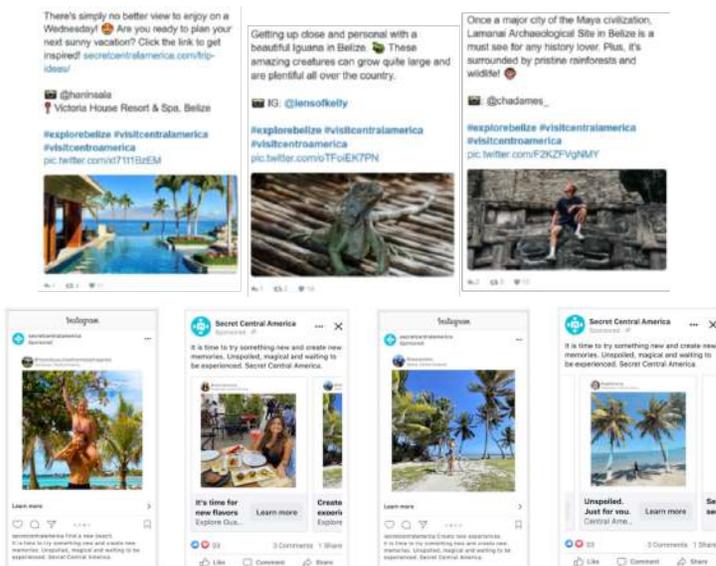
Resultados de la implementación de la campaña en redes sociales (Instagram y Facebook)

- Desde julio 2020, las publicaciones en redes sociales llegaron a más de 2,6 millones de usuarios y generaron más de 3,6 millones de impresiones.
- Hasta finales de abril 2022, se publicaron un total de 1,197 piezas de contenido en las redes sociales, entre publicaciones, historias, reels y tweets.
- 1,032 piezas publicadas, 24 reels creados y 144 stories.



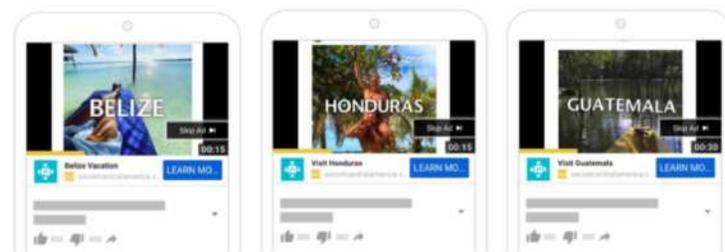
Resultados de la campaña en Facebook e Instagram a través de Google y YouTube:

- La inversión total en Google y YouTube fue cercana a los \$10,425 USD.
- Se ejecutaron un total de 3 campañas principales, muchas de las cuales se impulsaron a lo largo de los 20 meses de duración.
- Todos los objetivos de las campañas no se sólo se lograron, sino que también se superaron



### Resultados de la campaña en Google y YouTube:

- Durante este proyecto, se realizaron 3 Fases generales de campaña, la última finalizó el 6 de mayo de 2022.
- En total, las campañas generaron más de 3 millones de impresiones y más de 48,000 clics, superando nuestro objetivo en un 32 %.
- En YouTube, los consumidores vieron 210.526 minutos de nuestro contenido.
- La inversión total en Google y YouTube fue cercana a los \$8,350 USD.
- El costo promedio por clic para Display fue excelente con solo \$0.12 y un CPM de solo \$1.76, lo que generó un alcance de casi 3 millones de impresiones
- La campaña de mercadeo digital en Estados Unidos denominada "Secret Central America" finalizó en el año 2022



3,131,818  
IMPRESIONES  
Google Objetivo

Cronograma  
Sep '20 - May '22  
Completado 100%

3,033,351  
IMPRESIONES  
Google Actual

Actual Completado  
Display 119.0%  
Search 12.5%

36,613  
CLICKS  
Google Objetivo

Cronograma  
Sep '20 - May '22  
Completado 100%

48,429  
CLICKS  
Google Actual

Actual Completado  
Display 135.0%  
Search 102.7%

La campaña de mercadeo digital en Estados Unidos denominada "Secret Central America" finalizó en el año 2022.

# PLAN YOUR TRIP



## START YOUR TRAVEL TODAY

### Travel to Central America

Central America offers regular flights with excellent prices and itineraries that connect the whole region.

More →

### Getting around

Central America presents us with different ways of traveling within the region: international flights between the main airports in Central America, intraregional bus services, short distance taxis, and rental vehicles.

More →

### Currency

As a general rule, in all countries of Central America, with the exception of Costa Rica, the US dollar is widely accepted.

More →

### Packages

Dreaming of a sun and fun vacation? Discover great travel packages to Central America.

More →

## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

### → Comercialización: Caravanas, Road Shows, Webinars, Acuerdos colaborativos

Para este rubro, gracias al financiamiento de China (Taiwán) realizamos una serie de acciones que permitieron el fortalecimiento del sector turístico de la región, a continuación enlistamos cada una de ellas: En octubre de 2020 realizamos el evento denominado: “The Central America Virtual Road Show Europe 2020”. Con los 4 países beneficiarios (Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua) se logró establecer la fecha de celebración de cinco eventos virtuales por las principales ciudades de Europa, siendo estos:

- España: 21 de octubre
- Francia: 23 de octubre
- Italia: 26 de octubre
- Alemania: 28 de octubre
- Reino Unido y Holanda: 30 de octubre

Estos eventos tuvieron como objetivos:

1. Promover la apertura y oportunidades de negociación entre TTOO de Centroamérica y contrapartes europeas en un entorno virtual cuidadosamente diseñado para generar una experiencia positiva y enriquecedora.
2. Brindar a los mayoristas de España, Francia, Italia, Reino Unido, Holanda y Alemania la oportunidad de que vivan la marca Centroamérica mediante las ofertas y novedades que serán presentadas en el marco del Roadshow virtual de C.A.

Algunos temas por destacar:

- ✓ Se crearon espacios virtuales de negociación, adaptando la ciudad en la que se realizarían las negociaciones y visibilizando al cooperante.
- ✓ Se creó un manual informativo en inglés y español:





## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

2. Se refrescó y renovó el home de la web e incluidas las nuevas landig pages.
3. En cuanto a la nueva sala de prensa, se lanzó una Campaña en Google Ads la cual alcanzó las 73,712 sesiones.
4. Se incorporaron 23 nuevas noticias en español y una en inglés, llegando en total a 291 en español y 133 en otros idiomas. Así existen ya más de 424 noticias en la sala de prensa.
5. Durante el mes de enero de 2023 se realizaron 22 publicaciones, algunas encajándose en el mes de diciembre y dando además a publicaciones de FITUR 2022 a CATA y otros países.
6. Se realizaron diversas mejoras a la web, con la incorporación de 15 nuevos Puntos de Interés Turístico (PITs).
7. Se creó una página de turoperadores con fichas propias y página de Covid-19.

### Algunos datos destacados de las campañas implementadas:



**Sala de Prensa:** del 27 septiembre al 8 de noviembre de 2022 “La actualidad turística en Centroamérica”

- Clics: 33.800 CLICS
- Impresiones: 1.38M
- Sesiones: 25.813
- Adaptaciones gráficas: 12

**Web:** del 18 de octubre al 27 de diciembre de 2022 “El viaje que sueñas está muy cerca”

- Clics: 24.500
- Impresiones: 707.000
- Sesiones: 13.649
- Adaptaciones gráficas: 43

**Web:** del 4 de octubre al 6 de diciembre de 2022 “Descarga la App de Visit Centroamérica”

- Clics: 12.343
- Impresiones: 216.636
- Descargas: 1.259
- Adaptaciones gráficas: 32

Se modificó la página de tours. Para “lo más destacado de Centroamérica”, cambiando datos de contacto de la empresa.

- Se actualizó la página de Patrimonio de la Unesco. Se ha actualizado el mapa, incluyendo fotografías, textos y links a más información en cada uno de los puntos.

Otra de las acciones importantes a destacar fue el desarrollo del Catálogo web de experiencias turísticas, bajo la cual se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Realización de videotutorial para empresas, el cual fue cargado en el canal Youtube de manera oculta.
- Emails. Se realizaron cambios en los emails de envío de la plataforma.
- Accesos. Se trabajó en la creación de un nuevo email de gestión y se trabajó en los accesos para el personal de CATA.
- La web de experiencias comenzó a funcionar, actualmente cuenta con más de 19 empresas que han ingresado sus experiencias turísticas.
- Caravana de Promoción de Centroamérica y República Dominicana en el Marco de FITUR 2023:

Desde el mes de noviembre de 2022 hasta enero de 2023 se dio pie a la organización de la Caravana de Promoción de Centroamérica y República Dominicana en Europa.



## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

La Caravana de Promoción Turística se realizó en el marco de la Feria Internacional del Turismo (FITUR), la cual se desarrolló del 18 al 22 de enero en Madrid. En ese contexto, CATA aprovechó el primer epicentro global del turismo 2023 para ofrecer un espacio en las principales ciudades de España, con el propósito de generar un mayor conocimiento de los destinos, nuevos productos turísticos, así como las opciones que ofrecen en cualquier época del año y para todo tipo de clientes, reforzando de esta manera las herramientas de ventas.

La oferta turística presentada en estos eventos aglutinó diferentes circuitos de alta calidad enfocados al Leisure, Cultura, Naturaleza, Bodas, Aventura, Arqueología, Patrimonio de la Humanidad, Wellness.

A ambas caravanas asistieron más de 90 mayoristas españoles, quienes sostuvieron acercamientos de negocios con 23 empresas tour operadoras del turismo de Centroamérica.





Asimismo, gracias al apoyo de Taiwán se fortaleció la institucionalidad de CATA con la presencia de la Secretaria y su Técnica en Promoción y Mercadeo en las caravanas de promoción en Europa y en la feria FITUR, con esta acción se potenció la imagen de la región y a su vez, coadyuvó al fortalecimiento de las relaciones comerciales del sector empresarial turístico de Centroamérica con el de España.

Durante el mes de marzo de 2023, fortalecimos la institucionalidad regional en materia de turismo. Gracias a los fondos otorgados por la cooperación, logramos la participación de la Secretaria Ejecutiva de SITCA en el evento “Centroamérica & República Dominicana Innovation Tourism Talk and Summit 2023” evento que sin dudas permitió fortalecer las capacidades de la titular de la institución las cuales permitirán una mejora en la gestión turística desde dicha instancia.



## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

### ➔ Mercadeo con Mayoristas y prensa: Desarrollo de una “Campaña de Promoción y Mercadeo Digital dirigida al Mercado Intrarregional (Centroamérica)”

En el mes de septiembre de 2020, se llevaron a cabo acciones de promoción con el respaldo de la empresa MONTE DIGITAL MARKETING (MDM), orientadas al mercado intrarregional. En este contexto, se implementó la campaña "Disfruta Centroamérica", y a continuación se presenta un resumen detallado de las actividades realizadas:

- Inicio del proyecto el 7 de septiembre de 2020, con una planificación original hasta el 31 de diciembre de 2020.
- Debido al significativo engagement orgánico y a los resultados positivos obtenidos en publicidad, MDM sugirió prorrogar la campaña hasta el 3 de abril de 2021, manteniendo el presupuesto y costos iniciales. En consecuencia, se procedió a extender la ejecución del proyecto en ese período.
- La estrategia principal se centró en fomentar los viajes regionales entre Nicaragua, Honduras, Belice y Guatemala.
- La publicidad en medios se detuvo en noviembre de 2020 debido a la afectación causada por dos huracanes.
- Se lanzaron nuevas cuentas en redes sociales en Instagram y Facebook (/disfrutacentroamerica).
- La campaña publicitaria logró alcanzar 65,4 millones de impresiones y cerca de 1,2 millones de clics.
- La cuenta de Facebook registró un total de 17,600 seguidores, mientras que en Instagram se alcanzaron cerca de 3,700 seguidores.
- La estrategia focalizada (targeted) se amplió a El Salvador en marzo de 2021, generando aproximadamente 28,000 sesiones en el sitio web.
- Las publicaciones en las redes sociales lograron un impresionante alcance de 36,5 millones de usuarios.

Destaca el éxito y la efectividad de la campaña "Disfruta Centroamérica", evidenciando resultados positivos en términos de impresiones, interacción en redes sociales y alcance regional.



De igual forma, los resultados generados por el manejo de redes sociales fueron importantes, con acciones específicas en Facebook e Instagram podemos reportar los siguientes datos:

<b>2,733,071</b> IMPRESIONES RRSS Objetivo	<b>43,897,801</b> IMPRESIONES RRSS Actual	<b>18,033</b> CLICKS RRSS Objetivo	<b>586,406</b> CLICKS RRSS Actual
Cronograma Sep '20 – Abr '21 Completado 100%	Actual Completado Facebook 1,319.7% Instagram 814.7%	Cronograma Sep '20 – Abr '21 Completado 100%	Actual Completado Facebook 3,343.8% Instagram 498.9%

				
	13,596,521 IMPRESSIONS IMPRESIONES	194,175 CLICKS CLICS	4,353,299 REACH ALCANCE	\$4,499.96 INVESTMENT INVERSIÓN
				
	12,059,666 IMPRESSIONS IMPRESIONES	68,667 CLICKS CLICS	1,462,859 REACH ALCANCE	\$4,645.81 INVESTMENT INVERSIÓN
				
	8,606,564 IMPRESSIONS IMPRESIONES	176,167 CLICKS CLICS	3,815,550 REACH ALCANCE	\$4,638.58 INVESTMENT INVERSIÓN
				
	9,032,763 IMPRESSIONS IMPRESIONES	109,362 CLICKS CLICS	2,719,746 REACH ALCANCE	\$3,732.97 INVESTMENT INVERSIÓN

Respecto a los resultados orgánicos generados por esta campaña en Facebook, a su cierre se reportan los siguientes datos:

Un hito importante por destacar es que, los consumidores de Centroamérica son usuarios habituales de Facebook y se involucran mucho con el contenido, siendo esta una red importante se esperaba que los usuarios en Latinoamérica alcanzaran a más de 388 millones hasta el 2022.

Respecto a los resultados orgánicos generados por esta campaña en Instagram, a su cierre se reportan los siguientes datos:

Para el período de implementación de la campaña, Instagram continuó creciendo rápidamente en Latinoamérica, con casi \$21 mil millones de gastos en medios, cabe destacar que los hispanos de EE. UU. Representaron una gran oportunidad, ya que son grandes usuarios de Instagram.

# 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

Otras acciones que destacar realizadas en este rubro fueron:

Apoyo en la elaboración del “I catálogo con Oferta Multidestino de Centroamérica y República Dominicana” y “Directorio Virtual de Experiencias Turísticas de la Región” con el fin de apoyar a los empresarios turísticos de la región en la fase de reactivación turística. Esta consultoría consistió en la revisión de los perfiles e información de las empresas turísticas de servicios de la región para ser publicadas en debida forma en la web [visitocentroamerica.com](http://visitocentroamerica.com).



Además, se llevó a cabo la realización de 24 spots promocionales en inglés y español sobre cultura, aventura y naturaleza de la Región SICA, así como su respectiva locución y producción digital, con el fin de promocionar con contenido de calidad los destinos turísticos de la región.

De igual forma se realizó la contratación de la coordinación del Evento denominado "Primer Intercambio de Experiencias entre Centroamérica y República Dominicana para la Gestión Integral del Turismo", este evento fue transmitido en vivo por Facebook live y tuvo un impacto de:

- 5.593 personas alcanzadas
- 697 clics
- 38 comentarios
- 32 compartidos
- 58 “me gusta”
- 1,7 mil reproducciones



Otra acción importante por destacar fue la contratación de una agencia de relaciones públicas y comunicación para llevar a cabo el brindis de apertura de los stands de Centroamérica y República Dominicana, así como el traspaso de la presidencia Pro Témprore del Consejo Centroamericano de Turismo y del Consejo Directivo de CATA durante la Feria Internacional de turismo FITUR-2023.

En ese sentido se desarrolló un acto simbólico en el que Belice asumió la Presidencia Pro Témprore de CATA. El acto estuvo presidido por el honorable Ministro de Turismo y Relaciones con la Diáspora de Belice, Sr. Anthony Mahler, quien recibió de parte del Embajador de la República Dominicana en Madrid, Sr. Aníbal de Castro la Presidencia.

Este acto simbólico fortaleció la imagen de Belice como Presidencia Pro Témprore entrante en el marco de FITUR 2023. Belice tuvo a cargo durante seis meses la plataforma de trabajo que permite avanzar año con año en la integración, promoción y posicionamiento del turismo regional.



## 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO

Como parte de los esfuerzos de promoción turística de la región en los mercados meta de Europa, se llevó a cabo la compra de un boleto aéreo que permitió la realización de un viaje de prensa a Guatemala y Belice por parte del periodista Marc Vorzats de Alemania.

Respecto a los viajes de prensa para el mercado norteamericano, durante el primer semestre de 2022, se trabajó de la mano con MDM para contactar periodistas y concretar los viajes de prensa a los países beneficiarios.

Es preciso mencionar que, durante el cuarto desembolso, se realizó el pago de boleto y el paquete de atención para la realización de un viaje de prensa por parte de la periodista Cassandra Flesching que escribe para los siguientes medios: blog Escape NY, She also writes for The Daily Beast, Fodor's and Lonely Planet.

Otro de los viajes de Prensa que destacan en el período es el viaje de prensa de Jarone Ashkenazi, periodista freelance de medios como JustLuxe.com, UpscaleLivingMagazine.com, Vegan-Magazine.com, TravelingLifestyle.net el periodista viajo a Belice para poner en valor el destino en el mercado norteamericano, su artículo fue el siguiente:

De igual forma, se llevó a cabo la contratación de una asistencia técnica para la elaboración del Directorio y Catálogo Virtual de Proveedores de Experiencias Turísticas de la Región - Fase III, el cual compila experiencias turísticas de la región, fortaleciendo así al sector privado de la región que hoy día cuenta con un sitio en el que pueden alojar sus actividades turísticas, gracias a la asistencia técnica se lograron ingresar 67 experiencias turísticas para desarrollar actividades en la región.

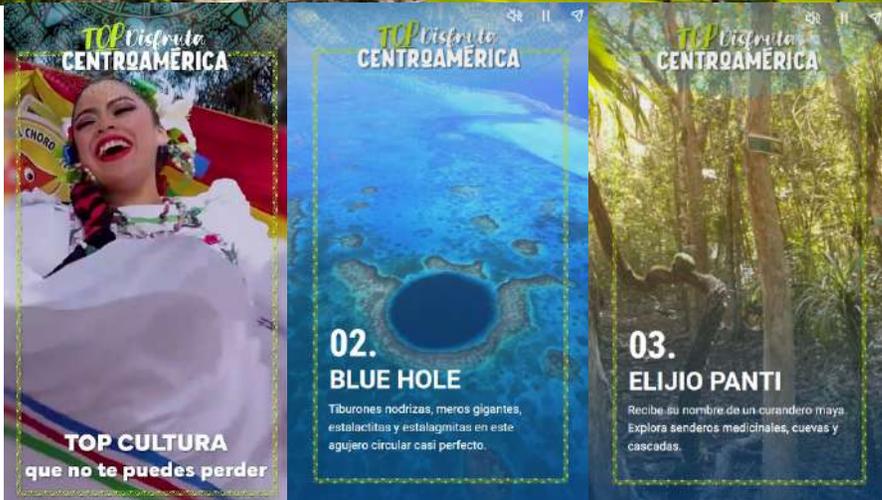


Otro de los hitos importantes en este período fue el diseño e implementación de la campaña “Marca Centroamérica”. Este esfuerzo de promoción estuvo dirigido a los diferentes sectores que integran la cadena de valor de la industria del turismo de la región, como lo son: operadores de turismo, transporte, alojamiento, alimentación, entretenimiento, entre otros. Asimismo, sumó esfuerzos con instituciones regionales vinculadas a la integración centroamericana.

La amplia oferta turística de Centroamérica, se nutre del trabajo realizado día a día por los diferentes rubros que operan para brindar servicios de calidad a los turistas que visitan cada país de la región, por lo que esta acción promoción se sumó a los esfuerzos realizados en los últimos dos años por CATA para acompañar y respaldar al sector turístico empresarial del istmo.

Este esfuerzo se realizó en el marco de la agenda de trabajo impulsada por la Presidencia Pro Témporte del Consejo Directivo de CATA, ejercida por Belice, con apoyo de la República de China (Taiwán) Creada en 2002 y renovada en 2017 es la única marca comunitaria en el marco del Sistema de Integración Centroamericana, registrada ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), mercado donde CATA centra sus esfuerzos de promoción de la oferta turística regional.





De febrero a junio de 2023 gracias al apoyo de la República de China (Taiwán) ejecutamos con éxito una campaña destinada a promover el turismo en el mercado intrarregional, titulada "Top Centroamérica". Esta iniciativa innovadora y estratégica logró destacar lo mejor de cada país en la región, brindando a los turistas diferentes opciones para vivir una experiencia inolvidable durante su visita.

El principal objetivo de la campaña "Top Centroamérica" fue mejorar el posicionamiento de Belice y Guatemala como destinos turísticos con la capacidad de satisfacer las expectativas de viajeros internacionales.

A su vez, buscó generar mayor tráfico hacia la página de destino de la campaña y, de forma orgánica hacia el sitio web [www.visitcentroamerica.com](http://www.visitcentroamerica.com); asimismo, se trabajó para incrementar el flujo de viajeros regionales y mexicanos hacia ambos países, ofreciendo una oferta turística adaptada a las preferencias de cada mercado.

La campaña promovió diversos segmentos turísticos, incluyendo arqueología, sol y playa, cultura y naturaleza. Además, incluyó un atractivo especial para el segmento de bodas, generando un impacto significativo y una mayor visibilidad de la oferta turística de Belice y Guatemala en este nicho.

Gracias al apoyo de Taiwán se pudo realizar los pagos por el desarrollo e implementación de la campaña Top Disfruta Centroamérica, así como la elaboración y corrección de 4 notas digitales para dicha campaña.

También se llevaron a cabo la contratación de asistencia técnica para realizar la revisión de textos en la memoria de Labores Año 2020 de CATA, la traducción al idioma inglés de notas de prensa para posicionar los destinos en medios de comunicación, y así como la traducción al inglés de Guion de Video para líneas aéreas que sirvió para la producción de un video multidestino para posicionar a los destinos en los mercados meta.

# 3.1 PROMOCIÓN Y MERCADERO TURÍSTICO

## ➔ Desarrollo del Producto Multidestino: Talleres orientados a la MIPYME Turística para construcción de productos turísticos y acceso a mercados

Se desarrollaron una serie de acciones para el fortalecimiento de la MIPYME Turística de la región, entre ellas:

El desarrollo de “Talleres prácticos virtuales, orientados al fortalecimiento de las MIPYMES Turísticas de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua de cara a la reapertura post COVID”. El objetivo de estos talleres, fue el de capacitar a las MIPYMES turísticas de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua a través de talleres prácticos virtuales para fortalecer las capacidades técnicas y competitivas del sector adaptado a la actual situación turística en la región durante el COVID-19.

- Contribuir con el proceso de reactivación turística de los cuatro países beneficiarios del “Proyecto de Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Regional – Fase III”.
- Dotar a las MIPYMES turísticas de herramientas idóneas para robustecer y facilitar los procesos de reactivación turística.

112 empresas impactadas, de las cuales el 51% eran TTOO, 26% hoteles.

Para los eventos se trabajaron artes gráficos, entre invitaciones, banners, save the date, entre otros:

**HONDURAS**  
**TALLERES DE INNOVACIÓN TURÍSTICA Y DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS**  
 Honduras fortalece a su sector empresarial proveediéndolo con herramientas y conocimientos para la creación de productos turísticos adaptados a las nuevas tendencias e instrumentos de marketing de análisis e interpretación de datos para la planificación estratégica y gestión de ventas en los plataformas digitales.  
 Por eso, y en el marco de la ejecución del Proyecto del Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (Fase III) ejecutado por la Secretaría de la Integración Turística de Centroamérica (SITCA) a través de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), por sus socios en inglés, realiza la jornada regional "Talleres Prácticos Virtuales Orientados al Fortalecimiento de la MIPYME Turística de Belice, Guatemala, Honduras y Nicaragua de cara a la Reapertura Post COVID-19".

**La clave está en innovar, por eso ¡No dejes nunca de innovar y únete a los talleres virtuales específicos para Honduras!**

**12/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE HONDURAS**  
 Duración: 4 horas  
 INCLUYE:  
 • Clases teóricas  
 • Prácticas por profesiones y generadores del turismo de experiencias del turismo de experiencias de caso de éxito  
 • Talleres en grupo  
 • Experiencias de trabajo  
 • Talleres  
 • Certificación de participación

**14/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE GUATEMALA**  
 Duración: 4 horas  
 INCLUYE:  
 • Clases teóricas  
 • Prácticas por profesiones y generadores del turismo de experiencias del turismo de experiencias de caso de éxito  
 • Talleres en grupo  
 • Experiencias de trabajo  
 • Talleres  
 • Certificación de participación

**14/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE NICARAGUA**  
 Duración: 4 horas  
 INCLUYE:  
 • Clases teóricas  
 • Prácticas por profesiones y generadores del turismo de experiencias del turismo de experiencias de caso de éxito  
 • Talleres en grupo  
 • Experiencias de trabajo  
 • Talleres  
 • Certificación de participación

**14/11/2020 CREATO UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE WHASAPP BUSINESS ESPECIALMENTE PARA EL MERCADO REGIONAL**  
 Duración: 4 horas  
 INCLUYE:  
 • Clases teóricas  
 • Prácticas por profesiones y generadores del turismo de experiencias del turismo de experiencias de caso de éxito  
 • Talleres en grupo  
 • Experiencias de trabajo  
 • Talleres  
 • Certificación de participación

**11/03/2020 ONLINE PLATFORMS TO DIGITALIZE OPERATIONS**  
 Duration: 4 hours  
 IT INCLUDES:  
 • Lectures taught by professionals and tourism professionals  
 • Presentation of success stories  
 • Group work  
 • Presentation of work  
 • Learning test  
 • Awarding  
 • Certification of participation

**12/11/2020 CONFIGURE MARKETING CAMPAIGNS AND MARKET INTELLIGENCE**  
 Duration: 4 hours  
 IT INCLUDES:  
 • Lectures taught by professionals and tourism professionals  
 • Presentation of success stories  
 • Group work  
 • Presentation of work  
 • Learning test  
 • Awarding  
 • Certification of participation

**PROGRAMA**  
 HONDURAS  
 12/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE HONDURAS  
 Duración: 4 horas  
 14/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE GUATEMALA  
 Duración: 4 horas  
 14/11/2020 PRODUCTO TURÍSTICO CREATIVO PARA LA EMPRESA DE NICARAGUA  
 Duración: 4 horas  
 14/11/2020 CREATO UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE WHASAPP BUSINESS ESPECIALMENTE PARA EL MERCADO REGIONAL  
 Duración: 4 horas

**PROGRAMA**  
 BELICE  
 11/03/2020 ONLINE PLATFORMS TO DIGITALIZE OPERATIONS  
 Duration: 4 hours  
 12/11/2020 CONFIGURE MARKETING CAMPAIGNS AND MARKET INTELLIGENCE  
 Duration: 4 hours

## Innovation talk

En el marco de la agenda de trabajo impulsada por la Presidencia Pro Témporte del Consejo Directivo de CATA, ejercida por Belice, en mayo de 2023 se desarrolló la cuarta edición del Centroamérica Innovation Tourism + Talk, el cual se ha consolidado como el mayor evento de innovación turística para el fortalecimiento de las capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas turística del istmo. Con esta nueva edición, CATA buscó dar un salto de calidad en la gestión del turismo por medio de 10 conferencias impartidas por expertos en innovación tecnológica, especialistas en datos y profesionales de la industria para continuar fomentando la reinención, debate, formación y el desarrollo del turismo. Asimismo, habilitó un espacio para ruedas de negocios y talleres para la co-creación de productos turísticos con inteligencia artificial.

Las jornadas de innovación contaron con altas autoridades como el Sr. Werner Vargas, Secretario General del SICA; Antonio Chen, Asesor de proyectos SICA de la República de China – (Taiwán); la Sra. Nicole Solano, Chief Executive Officer, Ministry of Tourism & Diaspora Relations of Belize; y la Sra. Carolina Briones, Secretaria General de CATA. El encuentro reunió a más de 30 empresas turísticas, así como Administraciones Nacionales de turismo, cámaras empresariales, aerolíneas, universidades e industria tecnológica para avanzar juntos hacia el futuro del multidesestino centroamericano y los destinos de cada uno de los países en la era digital.

Entre los expositores destacaron Jimmy Pons, Co Fundador NFT Management System; Javier Sirvent, Technology Evangelist; Benjamín Jiménez Hernández, Mabrian Technologies; Enrique Lancis, Ex-director de Tecnología de SEGITUR; Juan Miguel Moreno, CEO de Moreturismo Internacional.

Este importante evento de innovación también contó con el copatrocinio de aerolíneas que operan en la región como Avianca, TAG Airlines y Arajet Airlines, quienes participaron como ponentes y, en un espacio de networking para el establecimiento de alianzas comerciales.

Debido a su contribución para el fortalecimiento de capacidades de cientos de empresas turísticas en los países de Centroamérica y República Dominicana, el Innovation Tourism + Talk ha sido reconocido a nivel internacional como un modelo ejemplar para la gestión del turismo regional.





## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

En la región centroamericana, la importancia de la calidad en el sector turístico no solo es crucial para la satisfacción de los visitantes, sino que también desempeña un papel fundamental en el desarrollo sostenible de los destinos. En este contexto, el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS) emerge como un elemento clave que potencia los estándares de calidad en la oferta turística de la región. Este sello de calidad no solo se erige como un distintivo para los servicios turísticos, sino que también promueve prácticas responsables, considerando aspectos ambientales, sociales y culturales que son esenciales para preservar la riqueza de la región. A través del sello SICCS, la región centroamericana no solo busca destacar en la escena turística global, sino también consolidarse como un destino comprometido con la excelencia, la sostenibilidad y la satisfacción integral de quienes la eligen como su destino de viaje. Un destino regional que debe tomar en cuenta la innovación, el fortalecimiento de la pequeña empresa y que sabe medir el impacto de turismo desde el análisis de los datos y la información base que apoye la toma de decisión estratégica, con una gobernanza consolidada y transparente.

## Sistema Integrado de Calidad y Sostenibilidad

## Sistema Estadístico y Cuenta Satélite

## Fortalecimiento Institucional

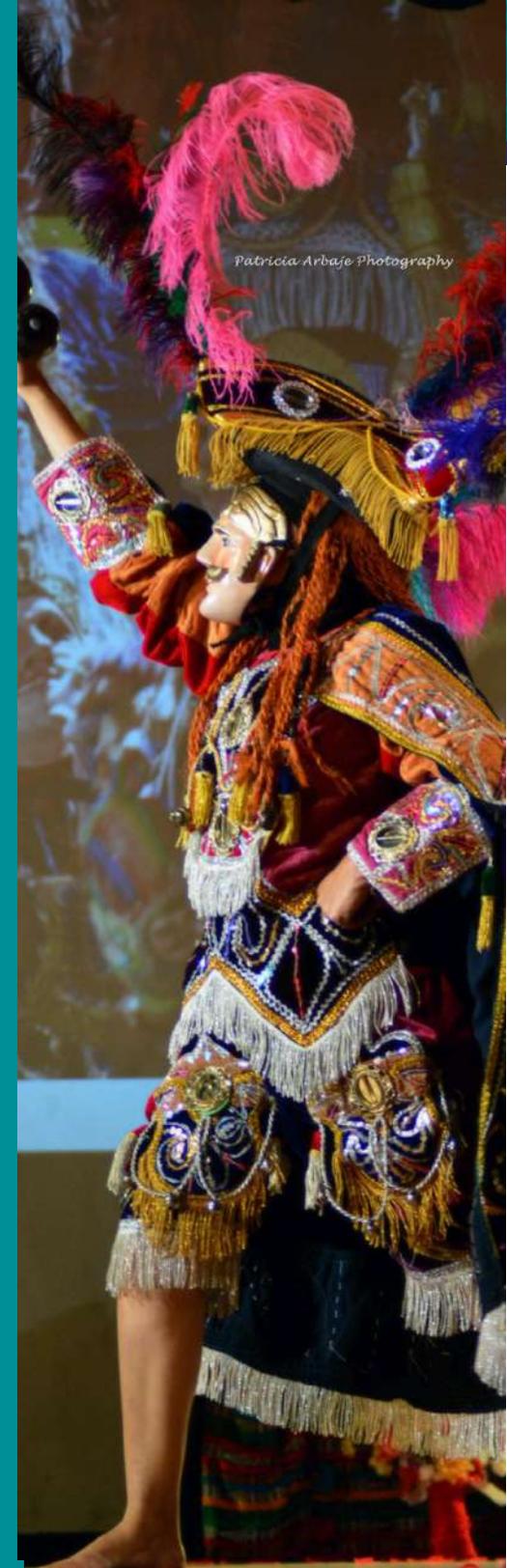
## Visualización

SITCA, gracias al apoyo de la República de China (Taiwán) logró:

Fortalecer la Calidad Turística, el proceso de inteligencia de data, el proceso institucional de las instancias SITCA Y CATA, bajo una estrategia de visualización que logró consolidarse.



“Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III)”  
Fondos SITCA - Taiwán



## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

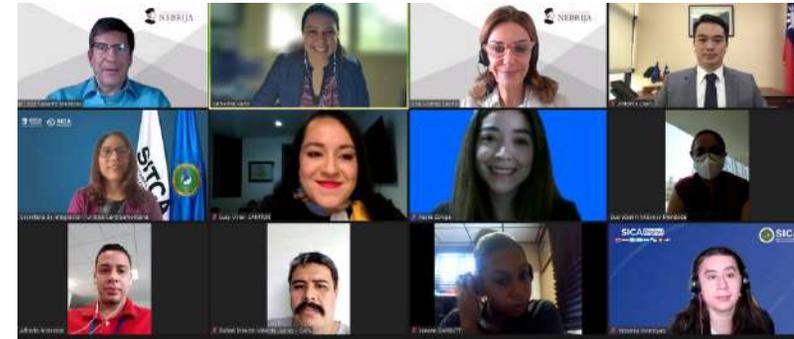
### ➔ Implementación del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad: Big data, fortalecido sello de Calidad SICCS, Destinos Turísticos Inteligentes, plataformización de calidad y programa de asistencia a la MiPymes Turísticas a efectos del COVID.

#### Big data para ejecutivos en turismo.

La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) gracias al apoyo de la República de China (Taiwán) realizó Curso de Big Data para Ejecutivos, cuyo objetivo fue reforzar las capacidades técnicas de 19 principales actores y tomadores de decisión públicos y privados del sector turístico. El curso constó de 15 horas lectivas de formación telepresencial con un claustro de maestros del Departamento de Turismo de la Universidad de Nebrija- España, junto a destacados ponentes del sector público y empresarial del turismo internacional. Gracias a ello, los participantes lograron conocer los principales conceptos, técnicas y herramientas relacionadas con el Big Data necesarios para comprender mejor el entorno en el que operan y aprovechar las oportunidades que el mundo de los datos ofrecen en sus respectivos ámbitos de responsabilidad.

Gracias al curso de Big Data se logró:

1. Brindar herramientas que apoyen la resiliencia de los países, ante la situación generada por la pandemia COVID19.
2. Comprender la verdadera naturaleza y dimensiones de la transformación que el big data está produciendo en las organizaciones y destinos turísticos de todo el mundo y, específicamente, en Centroamérica.
3. Sensibilizar a los tomadores de decisión participantes en el curso de la necesidad de liderar procesos de transformación que sitúen a sus respectivas organizaciones en la senda de la modernización y el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el big data en turismo.
4. Brindar una visión global de las diferentes herramientas, técnicas y procesos que conforman el ecosistema del big data en turismo.
5. Guiar a los gestores en las técnicas de gestión y administración que les permitan articular relaciones eficaces con Partners, proveedores y colaboradores sobre los que desarrollan estrategias de big data exitosas.



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA



## TALLER DE FORMACIÓN



Semana de Destinos  
Turísticos Inteligentes  
en Centroamérica  
5 al 9 de Octubre 2020

### Destinos Turísticos Inteligentes

En septiembre 2020 se procedió con la contratación de la empresa GRINN CR-GREEN INNOVATIONS para la realización del Taller de Destinos Turísticos Inteligentes, hacia una reinención y fortalecimiento de los destinos turísticos, cuyo objetivo principal fue ofrecer las herramientas de innovación para fomentar la mejora y el desempeño de los profesionales y empresarios del sector turístico, actualizando sus conocimientos según las últimas tendencias de turismo en pro del desarrollo individual social, cultural, económico y de la gestión de los destinos turísticos.

El evento dirigido a gestores de destinos y empresarios turísticos, se realizó de forma virtual del 05 al 09 de octubre 2020 y contó con la participación de más de 70 actores del ámbito público-privado del sector turismo de la región. Así mismo, participaron 27 expositores internacionales bajo la coordinación de SEGITTUR España.

Durante la semana del taller se abordaron los diferentes ejes de aplicación; gobernanza, tecnología, innovación, sostenibilidad y accesibilidad. Además, las últimas tendencias y buenas prácticas tecnológicas para el desarrollo de un destino turístico inteligente.

#### Resultados del Taller:

- Adquiridas las herramientas de innovación para fomentar la mejora y el desempeño de los profesionales y empresarios del sector turístico, y actualizados sus conocimientos según las últimas tendencias del turismo en pro del desarrollo individual, social, cultural y económico y de la gestión de los destinos turísticos.
- Conocidas las últimas tendencias del turismo para promover una cultura de identidad turística y la transformación digital.
- Establecidas las medidas de buenas prácticas sostenibles, de inclusión social, cultural y de desarrollo local como fuente generadora de valor económico.
- Adquiridos conocimientos sobre las pautas para el desarrollo de la innovación del producto turístico en todos sus ámbitos y manteniendo la visión de la sostenibilidad.

## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

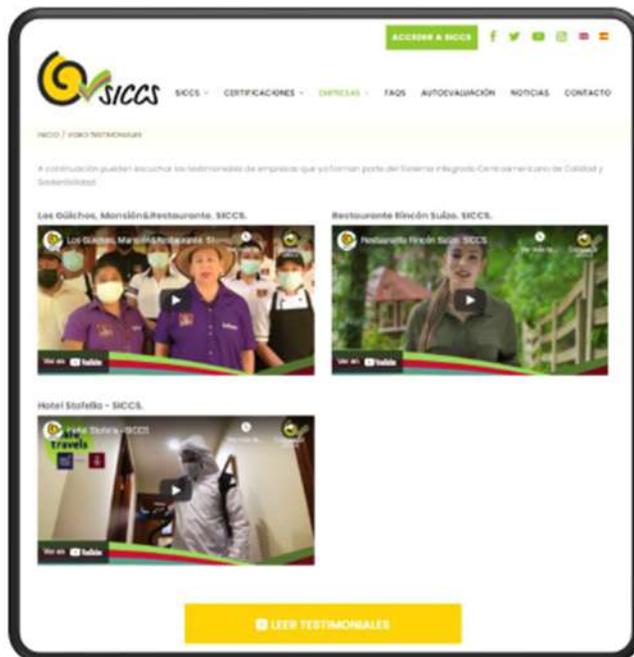
- Implementación de campaña de sensibilización de SICCS en redes sociales.

SITCA finalizó con éxito la estratégica de promoción del sello SICCS alcanzando los siguientes hitos:

1. Culminación de la página web incluyendo en esta etapa videos de testimoniales remitidos por las Autoridades Nacionales de Turismo (ANT). De acuerdo al reporte de la empresa Consultora MORETURISMO Int. la referida herramienta ha obtenido al cierre del 2021 el posicionamiento entre los primeros 13 puestos en los principales buscadores a nivel internacional, contando al menos con 2,570 visitas de usuarios en la región SICA y Estados Unidos.

Al cierre de la Asistencia Técnica, la consultoría alcanzó el 100% de los resultados propuestos:

- Estrategia de Divulgación del Sello SICCS en redes sociales implementada.
- Se han ejecutado el 100% de acciones establecidas en el plan regional de divulgación en los medios institucionales, con los recursos, el cumplimiento en tiempo y formas definidos, en estrecho acuerdo con los enlaces asignados a la Campaña por cada ANT.
- Se cuenta con una campaña de divulgación con línea gráfica actualizada, mensajes fuerza para posicionar a las empresas certificadas y estrategia de comunicación sobre los beneficios del Sello de Calidad Regional.
- SITCA ha implementado de forma eficiente de los recursos, medios y elementos definidos en la estrategia de divulgación en redes sociales del sello SICCS del presente proyecto.
- SITCA y enlaces de Comité de Calidad y Sostenibilidad Turística de Centroamérica (CCASTUR) han consolidado intrarregional al Sello SICCS en los países beneficiarios por medio de la implementación de la estrategia de divulgación en redes sociales.



## Actualización y operativización de la plataforma SICCS:

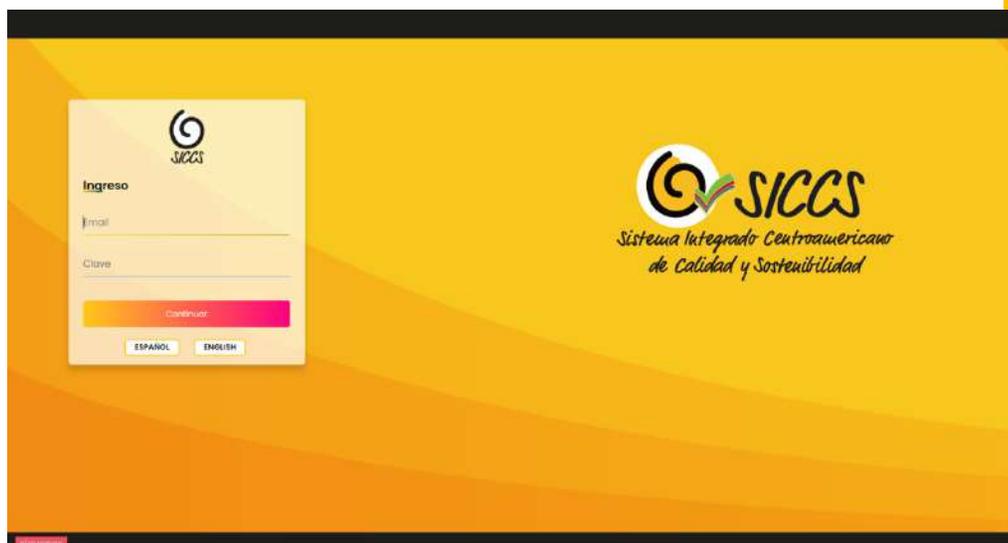
Construida plataforma del sello de calidad centroamericana y presentada a los auditores y asesores del sistema integrado de calidad en los próximos días.

- La plataforma permite facilitar la incorporación de las empresas del sector turístico al proceso de certificación e incentivos del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS). Bajo las funciones de capacitación, coordinación y gestión de auditores, control de los archivos y procedimientos de certificación.
- ✓ Los roles que la plataforma opera son: rol del técnico país, rol del asesor, rol del auditor y rol del CTC. Lo que beneficia contar con una información ordenada, clara y expedita necesaria para el proceso de certificación y/o recertificación.

Durante los meses de noviembre y diciembre, se desarrollaron con los países beneficiarios, diversas capacitaciones que involucraron a los equipos que conforman las delegaciones SICCS en cada país. De la mano de las capacitaciones, SITCA diseñó el manual de usuarios de la plataforma SICCS y la guía de roles por usuarios, facilitando de esta manera el uso de la misma por parte de las delegaciones SICCS.

### MANTENIMIENTO PLATAFORMA SICCS por ING.FEDERICO FERNÁNDEZ

- Modificaciones a usuarios: Se creó un módulo de recuperación de cuentas, se creó la posibilidad de contar con cuentas con doble rol para asesor como auditor SICCS, se agregaron nuevos campos o condiciones a los existentes acordes a los términos de referencia provistos por SITCA.
- Modificaciones a Asesores: Se realizaron modificaciones para facilitar el control del estado del cuestionario de certificación entre otras acciones.
- Modificaciones en otros Roles, creación del Módulo Recertificación, creación del módulo de Homologación, implementación del Módulo de Bioseguridad y su traducción al idioma inglés.



### CAPACITACIONES SICCS



## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

### Programa de Fortalecimiento y Asistencia a la MIPYME Turística como respuesta al COVID 19



Más de 30 MIPYMES del sector turismo de Honduras, Guatemala, Nicaragua y Belize se graduaron como Diplomado en Marketing Turístico. Las empresas mejoraron con éxito sus conocimientos en el diseño y creación de Productos Turísticos Experienciales, diseño de página web, gestión de redes sociales, comercio electrónico y promoción publicitaria, fortaleciendo de esta manera su resiliencia comercial en esta nueva fase del turismo post COVID19.

El diplomado que finalizó con acto de graduación que contó acto virtual de graduación el día 06 de octubre de 2021. Durante el diplomado, las MIPYMES participantes lograron adquirir conocimientos fundamentales en diversas áreas:

- **Diseño y Creación de Productos Turísticos Experienciales:** Se fortaleció la capacidad de las empresas para desarrollar productos turísticos únicos y atractivos, mejorando la oferta en el mercado.
- **Comercio Electrónico para Empresas de Turismo (CET):** Las MIPYMES se capacitaron en el uso efectivo del comercio electrónico, permitiéndoles expandir sus canales de venta y adaptarse a las nuevas tendencias del consumidor.
- **Gestión Exitosa de Redes Sociales para el Sector Turismo (GRS):** Se mejoró la competencia en la gestión de redes sociales, facilitando la conexión efectiva con los clientes y la promoción de sus servicios.
- **Diseño y Mantenimiento de Páginas Web y Posicionamiento en Motores de Búsqueda (DWP):** Las empresas adquirieron habilidades para crear y mantener sitios web atractivos y optimizados, mejorando su visibilidad en línea.
- **Promoción y Publicidad de Marketing Digital (PMD):** Se fortaleció la capacidad de las MIPYMES para diseñar estrategias de promoción y publicidad digital, aumentando su presencia en el mercado.

La graduación exitosa de más de 30 MIPYMES en Marketing Turístico representa un hito significativo en el fortalecimiento del sector turismo en la región. Los conocimientos adquiridos no solo han mejorado la resiliencia comercial de estas empresas, sino que también han posicionado a la región como un destino turístico innovador y competitivo. El compromiso continuo de la Cooperación Taiwán SICA y la colaboración con la Secretaría de Integración Turística Centroamericana auguran un futuro promisorio para el desarrollo sostenible del turismo en la región.



## ➔ Implementación del Sistema de Estadísticas en Turismo: Talleres en Cuenta Satélites, estudio de impacto del COVID y escenarios de reactivación, desarrollo de compendios de estadística, Observatorio Turístico Regional, estudio de comportamiento del turismo emisor.

### Talleres en Cuentas Satélites de Turismo

Las cuentas satélites en turismo son instrumentos estadísticos que permiten medir y analizar de manera específica el impacto económico del turismo en una región o país. Son esenciales para comprender la contribución del turismo a la economía y tomar decisiones informadas en la planificación y desarrollo de políticas. El día 12 de agosto 2020 se contrató al especialista en estadísticas de la OMT, Kepa Aramburú, a fin de dar continuidad a una serie de talleres regionales iniciados en marzo de 2016 para el fortalecimiento de los equipos de estadísticas de las Administraciones de Turismo.

Se logró realizar una serie de talleres de capacitación a los países

1. Taller de actualización de los planes operativos: que comprendió la actualización de los procesos de mejora de las estadísticas de demanda y avance en de las tablas 1, 2 y 3 de las CST. También se introducen secciones en las que se tratan los ejercicios de medición de impacto económico a partir de la CST, las nuevas fuentes de información y el observatorio turístico.
2. III Taller para el fortalecimiento de las CTS: Permitió profundización en fuentes de información y métodos de imputación de los servicios turísticos a incluir en la tabla 4 (Servicio de alojamiento en segunda vivienda, transferencias sociales en especie individual turísticas, otros servicios imputados) y la medición de la oferta turística que normalmente es realizada desde los bancos centrales o institutos nacionales de estadísticas como parte del proyecto global de las Cuentas Nacionales. Contó con ejercicios prácticos en base a experiencias reales en aquellos países con la tabla 5 publicada.
3. IV Taller para el fortalecimiento de las CTS: para la medición del impacto económico de la actividad turística (PIB Turístico)
4. V Taller para el fortalecimiento de las CTS: Sobre estadísticas de empleo.
5. VI Taller para el fortalecimiento de las CTS: La medición de la actividad turística en ámbitos sub-nacionales, resto de tablas de la CST y análisis de otros impactos de la actividad.

Como parte de esta asistencia Técnica se generaron recursos de video para la reproducción asincrónica de los talleres y finalmente el diseño de una hoja de ruta por país para la identificación de acciones nacionales que permitirán el desarrollo de la importante cuenta satélite.

The image displays a virtual workshop interface for the '5th Workshop for the Strengthening of Tourism Satellite Accounts'. The interface includes a grid of participants' video feeds, a central content area with a slide titled 'Cuentas Satélites de Turismo' and 'INTRODUCCIÓN AL CURSO', and a sidebar with navigation options. Logos for SITCA and SICA are visible at the top and bottom.

**5TO TALLER PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS CUENTAS SATELITES DE TURISMO**

**SITCA** SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA Y PROGRAMACIÓN

**SICA** Sistema de Integración Centroamericana

**Cuentas Satélites de Turismo**

**INTRODUCCIÓN AL CURSO**

El uso de estas estadísticas en el turismo ha estado en crecimiento de sus enfoques para medir, analizar y evaluar que permitan el cumplimiento de este sector en la economía. Por lo que, antes de comenzar sobre el uso de datos estadísticos de turismo se requiere un primer curso compuesto de temas, secciones, a serían talleres y actividades.

Las Cuentas Satélites de Turismo (CST) emplean una herramienta de análisis estadístico y contable, con el sistema de cuentas nacionales que permite calcular indicadores económicos del turismo y su contribución al PIB real. Incluye los del gasto productivo, entonces permite cuantificar el aporte del turismo al crecimiento nacional, del comercio exterior, el consumo interno y los gastos de viajes.

El objetivo de este curso es brindar conocimientos sobre la relevancia que tiene el turismo en la economía de los países, sus implicaciones como un sector que contribuye a impulsar el crecimiento de la actividad turística y en diversos indicadores y bases que los objetivos principales de los talleres de turismo (CST) y por ende de las cuentas satélites de turismo (CST).

En el primer taller, se abordó el estudio de los sectores turísticos en el crecimiento económico y su contribución al PIB real, y se realizó un estudio del turismo en el contexto de la economía nacional y su contribución al PIB real.

- Se presentará el manual de turismo, así como una lista de personas que serán invitadas a dar un curso de turismo, se presentará el manual y los indicadores turísticos.
- Se presentará la hoja de ruta de implementación de la actividad turística en los países participantes, se presentará el manual y los indicadores turísticos.

**ROADMAP FOR THE ELABORATION OF TOURISM SATELLITE ACCOUNT (BELIZE)**

**HOJA DE RUTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LAS CUENTAS SATELITES DE TURISMO (GUATEMALA)**

[www.sitca.info](http://www.sitca.info)

[sitca\\_turismo](http://sitca_turismo)

## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

### Estudio de impacto del COVID y escenarios de reactivación

La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), realizó presentación de los resultados Globales del estudio "Impacto del Turismo y escenarios de reactivación ante el COVID-19", con el objetivo de representar económicamente el efecto pandemia en el turismo y los sectores de vinculación directa o indirecta, propios de la derrama económica de la actividad turística. Así como, plantear escenarios de recuperación a partir de los resultados, que puedan impulsar la recuperación del turismo en Belize, Guatemala y Honduras.

El estudio fue realizado gracias a la asistencia técnica de Geoadaptive, con el apoyo de la cooperación en el SICA, de la honorable República de China (Taiwán).

#### ¿Qué hallazgos tuvimos?



**Seis hallazgos claves han sido identificados a través del proyecto:** Estos refuerzan el rol del turismo como generador de actividad económica multisectorial y la importancia de contar con estrategias enfocadas al turismo interno y regional para iniciar y avanzar el proceso de recuperación.

**Economía Nacional:** El Producto Interno Bruto (PIB) ha caído entre un 6% al 30% en los países estudiados, siendo Belice el más afectado y Honduras el menos afectado, mientras, los salarios han caído hasta un 20% y el empleo se ha contraído hasta un 31%.

**Vínculos multisectoriales:** La caída del gasto turístico muestra efectos directos en al menos ocho sectores económicos, siendo los sectores de la construcción y comercio los más afectados, con una contracción de 7%-24% y 3%-19% respectivamente.

**Mercados Laborales:** La mano de obra calificada se ha movilizado a otras actividades productivas, pero con menores salarios, mientras la mano de obra no calificada ha sufrido grandes afectaciones debido a la disminución de los ingresos por turismo. Preocupa el empleo femenino que representa más del 45% y sus efectos en inclusión y pobreza regional.

**Vacunación:** No se ha detectado un vínculo directo entre la vacunación, la cual oscila entre un 6 al 30% en la región, y un efecto directo en la atenuación de los impactos económicos del sector o incremento de la visitación. Los países con mayor turismo interno se han visto menos afectados.

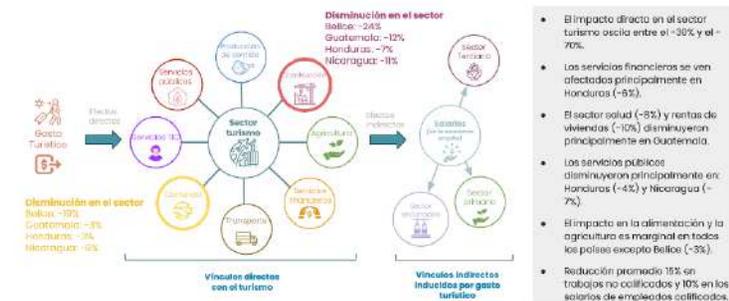
**Cuatro tipologías de recomendaciones** son clave para la recuperación del sector turístico y sus aportes a la economía, siendo la promoción del turismo regional e interno, protocolos de salud, desgravaciones, e incentivos monetarios de política son las estrategias clave.

Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III) Fondos SITCA - Taiwán

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS GLOBALES DEL ESTUDIO DE IMPACTO DEL TURISMO Y ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN ANTE EL COVID-19



El gasto turístico muestra efectos directos en al menos ocho sectores: los sectores de la construcción y comercio siendo los más afectados en los cuatro países



- El impacto directo en el sector turístico oscila entre el -10% y el -70%.
- Los servicios financieros se ven afectados principalmente en Honduras (-8%).
- El sector salud (-8%) y rentas de viviendas (-10%) disminuyen principalmente en Guatemala.
- Los servicios públicos disminuyen principalmente en Honduras (-4%) y Nicaragua (-7%).
- El impacto en la alimentación y la agricultura es marginal en todos los países excepto Belice (-3%).
- Reducción promedio 15% en trabajos no calificados y 10% en los salarios de empleados calificados.

## Desarrollo de compendios de estadística

Los compendios de estadísticas, financiados gracias al apoyo de la República de China (Taiwán), son documentos que recopilan y presenta datos sobre la actividad turística que ofrecen una visión integral de diversos indicadores relacionados con el turismo, como la llegada de visitantes, la generación de ingresos, empleos y otros aspectos clave.

La importancia de estos compendios radica en su capacidad para proporcionar información actualizada y confiable que permite a los responsables de la toma de decisiones, así como a los actores del sector turístico, comprender la dinámica de la industria en la Región SICA. A través de la recopilación y análisis de datos, facilitando la identificación de tendencias, fortalezas y áreas de mejora en el ámbito turístico.

El apoyo de la cooperación de la República de China (Taiwán) en la creación, impresión y socialización de estos compendios permitió a la región poseer una valiosa herramienta para la formulación de políticas, la planificación estratégica y la promoción del turismo en la región; al brindar una panorámica detallada de la actividad turística los compendios contribuyen a la toma de decisiones informadas que pueden impulsar el crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo sostenible del turismo en los países de la Región SICA.

Los instrumentos fueron publicados en español e inglés: <https://sitca.info/compendios>

**SITCA**  
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN  
TURÍSTICA CENTROAMERICANA

**SICA**  
Sistema de la Integración  
Centroamericana

**Compendium  
of Tourism  
Statistics 2020**  
SICA Region

**Compendio de  
Estadísticas en  
Turismo 2021**  
de la región SICA

f t i sitca\_turismo

**SITCA**  
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN  
TURÍSTICA CENTROAMERICANA

**SICA**  
Sistema de la Integración  
Centroamericana

## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística



### Tableros de Análisis Estadístico



Turismo Internacional en la Región SICA

Ver más



Ocupación Hotelera de la Región SICA

Ver más



Datos Comerciales y Económicos

Ver más

### Observatorio Turístico Regional

La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) gracias al apoyo de la cooperación de República de China (Taiwán) y al equipo de consultores de la empresa SoulData, realiza lanzamiento del “Observatorio Turístico Regional” (fase 1) a las instituciones del Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y autoridades del sector turístico de los países de: Belize, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana,

El observatorio es una herramienta estratégica para la generación de información estadística dinámica, precisa y actualizada de los países miembros del SICA con el fin facilitar la toma de decisiones por parte de los sectores públicos y privados.

El observatorio contará con dos fases, en la fase 1, que se ha desarrollado, se presentarán los dashboards de información estadística base de los países del SICA, relativas a 19 tablas de información que los países reportan a través del Sistema de Estadísticas en Turismo (SET). Siendo un proceso de mejora continua, para una futura fase 2, se espera la integración de fuentes de Big Data, en la cual SITCA abre la solicitud a la cooperación Taiwán para seguir contribuyendo al desarrollo y mejora de la herramienta; instrumento de apoyo estratégico para el beneficio del sector turístico centroamericano y de República Dominicana.

El Observatorio se constituyó como uno de los hitos más importantes del proyecto.

Los usuarios regionales y actores de turismo ya pueden consultar la herramienta que ofrece diversas oportunidades de consulta:

<https://observatorio.sitca.info/>

La construcción de este proyecto ha sido colaborativa de principio a fin y con visión regional. El Comité de Estadística del CCT ha sido parte de la implementación, por medio de talleres de intercambio de información y necesidades entre los países miembros del SICA.

Los enfoques del Observatorio Turístico de la Región SICA son:

- Planificar y medir acciones
- Comparar el destino respecto a su competencia
- Conocer hábitos, preferencias y perfiles del turista
- Diseñar estrategias de marketing
- Impulsar nuevas inversiones
- Anticipar problemas
- Identificar oportunidades de mejora
- Desarrollar nuevos productos y experiencias



## OBSERVATORIO TURÍSTICO

de la Región SICA

*El Observatorio será un aliado estratégico para los países miembros de la Región SICA, brindando datos y análisis precisos sobre tendencias, el comportamiento de los viajeros y las oportunidades emergentes en la industria turística. Con esta información valiosa, se podrán tomar decisiones y desarrollar estrategias sólidas para impulsar el turismo en nuestros países.*

Ingresar a: [observatorio.sitca.info/](https://observatorio.sitca.info/)

### Contenido del OBSERVATORIO Turístico de la Región SICA

- **Tableros de Análisis Estadístico**
  - Turismo y emprendimiento en la Región SICA
  - Ocupación y comercio de la Región SICA
  - Datos Comerciales y Económicos
- **Tableros de Análisis Complementarios**
  - Tendencias de Búsquedas en Google Trends
  - Análisis de la Participación Online de los Atracciones Turísticas de la Región SICA

Ingresar a: [observatorio.sitca.info/](https://observatorio.sitca.info/)

## Sobre el OBSERVATORIO Turístico de la Región SICA

*La pandemia nos ha brindado la oportunidad de replantear nuestras estrategias turísticas y avanzar hacia un modelo más sostenible e inclusivo. Podemos aprovechar esta oportunidad para diversificar nuestra oferta turística, mejorar la calidad de los servicios turísticos y, al mismo tiempo, respetar nuestra riqueza cultural y natural.*

Ingresar a: [observatorio.sitca.info/](https://observatorio.sitca.info/)

**SITCA**  
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

**SICA**  
Sistema de la Integración Centroamericana

**SITCA**  
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

**SICA**  
Sistema de la Integración Centroamericana

**SITCA**  
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

**SICA**  
Sistema de la Integración Centroamericana

## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística



### Estudio de comportamiento del turismo emisor

Como una de las primeras acciones del proyecto, SITCA desarrolló, gracias a la cooperación de la República de China (Taiwán), el estudio denominado “Consumo y Turismo Post Pandemia en Centroamérica”. Un estudio iniciado en 2020 y presentado en 2021, que tuvo como finalidad identificar las tendencias en cuanto a las expectativas de consumo una vez finalizada la crisis desatada por la pandemia de coronavirus en cuatro países del Sistema de Integración Centroamericana (SICA), a modo de contribuir con información certera al diseño de distintos planes de acción, que permitieran suavizar el impacto y potencien la recuperación de la actividad económica y turística en los próximos meses.

Estudio realizado por la consultora argentina Singerman & Makón y la firma costarricense GRINN (Green Innovations), se basó en 2,814 entrevistas a personas mayores de 16 años en los mencionados países. La muestra fue no probabilística.

### Principales conclusiones:

- Preocupaciones de los Turistas: Los turistas expresaron inquietud por el desconocimiento de la duración de la pandemia y las restricciones de viaje.
- Impacto Económico: La caída de ingresos, la disminución de la capacidad de ahorro, la pérdida de poder adquisitivo y la falta de trabajo son condiciones que limitan el desarrollo del turismo.
- Incertidumbre y Decisiones de Consumo: La incertidumbre sobre la duración de la pandemia y las restricciones de viaje afecta las decisiones de consumo.
- Prioridades de Consumo y Viajes: Excepto en Belice, donde los viajes y el turismo son prioridad, en los demás países, el turismo ocupa un lugar más bajo en relación con otros rubros.
- Impacto Generacional: La falta de trabajo afecta al estrato etario más joven, mientras que la pérdida de poder adquisitivo impacta principalmente a los mayores de 55 años.
- Deseo de Viajar: A pesar del aislamiento social, persiste el deseo de viajar, siendo más pronunciado en el estrato etario más joven.
- Seguridad Sanitaria: Los viajeros consideran crucial garantizar la seguridad sanitaria de los destinos como medida prioritaria al planificar un viaje.

Entre las recomendaciones presentadas a los países socios de Taiwán en 2021 estuvieron: Diseñar planes de acción para suavizar el impacto y potenciar la recuperación económica y turística, priorizar medidas que garanticen la seguridad sanitaria de los destinos para fomentar la confianza de los viajeros y considerar programas de apoyo financiero para mitigar los efectos negativos en la capacidad de ahorro e ingresos.



## Fortaleciendo Institucional de SITCA y CATA: Contratación de servicios de diseño, actualización de equipamiento y mobiliario y viajes de coordinación.

### Contratación de servicios de diseño

En el marco de la colaboración entre la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y la República de China (Taiwán), se contrató a un diseñador gráfico con el propósito de potenciar la presencia visual en redes sociales y comunicar eficazmente los logros del proyecto financiado por Taiwán. La implementación de estrategias de diseño gráfico ha demostrado ser efectiva en fortalecer la presencia de SITCA en redes sociales y comunicar de manera impactante los logros del proyecto.

**Objetivos del Proyecto de Diseño Gráfico:** El diseñador gráfico se propuso dos objetivos clave: aumentar la visibilidad de SITCA en redes sociales y presentar visualmente los logros y avances del proyecto.

### Estrategias Implementadas:

- **Diseño de Identidad Visual:** Se inició con la creación de una identidad visual sólida y cohesiva que reflejara los valores y la esencia de SITCA, asegurando uniformidad en todos los elementos gráficos.
- **Campañas en Redes Sociales:** Para generar un impacto inmediato, se diseñaron gráficos atractivos destinados a promover campañas específicas en redes sociales. Estas campañas destacaban hitos relevantes del proyecto, incentivando la participación y el compromiso de la audiencia.
- **Infografías de Logros:** Con el objetivo de simplificar la comunicación de logros, se crearon infografías visuales que condensaban de manera clara y concisa los hitos alcanzados en el proyecto, facilitando la comprensión de la audiencia.
- **Contenido Multimedia:** Se desarrolló contenido multimedia, como imágenes y videos, para enriquecer las publicaciones en redes sociales. Esto permitió presentar de manera dinámica y atractiva los resultados del proyecto.
- **Adaptación a Diferentes Plataformas:** Se aseguró de que los elementos gráficos se adaptaran de manera efectiva a las diversas plataformas de redes sociales, optimizando así la experiencia visual del usuario en cada canal.



**Palabra de cierre de Antonio Chen Representante de China (Taiwán) en el SICA**

Ocho países *Una sola Región*

Cierre del Taller de CCASTUR 2023



## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

### Actualización de equipamiento y mobiliario

La SITCA opera en un entorno dinámico donde la eficiencia y la tecnología desempeñan un papel crucial en el logro de sus objetivos. La adquisición de estos equipos es esencial para mejorar la productividad, la seguridad y la capacidad de respuesta de la organización. Es importante destacar que, dado el presupuesto de fondos propios limitado, esta acción ha tenido un impacto positivo desde la inversión en estos activos tecnológicos. La inversión estratégica en equipos es esencial para optimizar los recursos disponibles y garantizar el éxito continuo de las operaciones de la SITCA. Esta adquisición no solo aborda las necesidades actuales, sino que también sienta las bases para el crecimiento futuro de la organización:

Lista de activos adquiridos que representan el 0.79% del total del proyecto:

- Reloj biométrico
- Pc de escritorio
- Monitor aoc 24b1h 23.6 led negro hdmi-vga
- Cámaras de seguridad
- Intercomunicador
- Amplificador de señal wifi
- Notebook hp probok g6 i7-8565u/8gb/1tb/14/w10/6fu31lt#abm
- Disco duro de ahc660-1tu3-cgy
- Disco duro externo de 2tb ahd720-2tu3-cbk
- Aire acondicionado, 18,000 btu 230/1/60 (condensador y protector)
- Astas para banderas
- Disco duro de pc de 500gb
- Monitor acer 19.5" 1600x900 mod v206hql para cámaras
- Escaler de 6"
- Audifonos argom usb estereo/arg-hs-0063 usb
- Cámara web argom cam40 1080p con micrófono
- Mouse Logitech m170 wireless azul 910-004800
- Proyector benq mx707 xga
- Soporte kpm-580w p/datashow de techo klip
- Micrófono pop voice para pc
- Batería ups apc back (bx800l-lm) 800va 4outlet 120v/avr/400wat
- Celular samsung galaxy a51
- Escáner epson ds-530 workforce b11b236201
- Laptop hp x360 ci3-814 u
- Sillas ejecutivas
- Etiquetadora electrónica
- Imac de 27" - intel i7
- Monitor hp 23.8" 1920 x 1080 hdmi -vga
- Repetidor inalámbrico linksys n300
- Protectores de voltaje 220v
- Escritorios de melamina chilena
- Escáner hp 2747a pro 2500f1
- Ups forza 750va nt-751
- Estabilizador fvr-1211 usb 8 salidas
- Impresora multifuncional epson wf-c579 #c11cg002301
- Cámara web imilab 1080p usb negra cmsxj22a 2mp full hd
- Mouse dell óptico wired negro ms116-bk
- Aro de luz de 18"
- Mackbook air 13" y Funda nco sleeveguard
- Disco duro estado sólido 480 gb kinston/ssdnow

## Viajes de coordinación SITCA/CATA y países beneficiarios

Durante el período de ejecución del proyecto se reportó la erogación de gastos para la participación de ambas secretarías y de los países beneficiarios en diversos eventos de apoyo a las acciones contenidas en el proyecto, entre las destacadas están:

- Feria Internacional de Turismo Madrid 202 y 2023 para la promoción del multideestino
- Feria Internacional EXPOTURISMO 2022, para la promoción del multideestino
- Se facilitó la participación de la Secretaria General de CATA en la World Travel Market – Londres (WTM 2022), para la promoción del multideestino.
- De igual forma, los fondos de Taiwán permitieron la participación de la Secretaria General de CATA en la Feria Internacional de Turismo – Madrid
- Participar en reuniones agendadas en el marco del Presidente Pro Témprore de Guatemala y Cooperación Institucional para la SITCA
- Participación en el proceso de construcción de la política regional de turismo.
- Participación en el Sustainable y social Tourism para la consolidación de una Agenda Regional para el Turismo Sostenible
- Procesos de presentación de resultados en el marco de las sesiones del Consejo Centroamericano de Turismo.
- Recepción de desembolsos de la cooperación.
- Taller de Nivelación básico en Gestión Integral del Riesgo de Desastres (GIRD) para el Sector Turismo

Entre otras.



## 3.2 Fortalecimiento de la Calidad Turística

### ➔ Visualización del programa: Actividades de visualización del programa, actividades de cierre, imprevistos y auditorías y evaluación de impactos.

#### Actividades de visualización del programa

La implementación de herramientas de visualización resultó crucial para resaltar y comunicar de manera eficaz los esfuerzos y logros positivos del proyecto en la región. Esta capacidad de visualización no solo desempeñó un papel informativo, sino que también inspiró y fortaleció el impacto del proyecto, moldeando la percepción tanto de la comunidad como de los stakeholders.

Para SITCA, fue fundamental compartir los esfuerzos realizados con el apoyo de la cooperación de la República de China (Taiwán). Gracias a los fondos recibidos, la secretaría promovió la modernización de la herramienta de comunicación principal para la difusión de los resultados del proyecto mediante la página web y evento de entrega de desembolso. Asimismo, se llevó a cabo la actualización exitosa de una estrategia de modernización que respaldó la visualización efectiva del programa.

En un mundo cada vez más interconectado, las redes sociales se erigieron como canales esenciales para llegar a audiencias diversas y mantener a las comunidades informadas acerca de los proyectos en curso. La visualización en estas plataformas no solo proporcionó visibilidad, sino que también generó un impacto significativo en la percepción y participación activa de la audiencia, consolidando así los logros obtenidos.



#### Cooperantes y Aliados Estratégicos



## Actividades de cierre/ Imprevistos y auditorías y evaluación de impactos.

SITCA contrató el servicio de asistencia contable y auditoría para apoyo en las gestiones financieras y contables, registro de operaciones en comprobantes diario, revisión de informes de rendición de cuentas, elaboración de conciliaciones bancarias y estados financieros mensuales del proyecto para una correcta rendición de cuentas del proyecto.

Logros Alcanzados mediante la implementación de revisiones y auditorías internas mensuales:

- **Integridad Financiera Garantizada:** Las revisiones y auditorías mensuales han asegurado la integridad de los registros financieros, eliminando posibles errores y fraudes. Esto ha consolidado la confianza en la exactitud y fiabilidad de la información contable.
- **Cumplimiento Riguroso con Normativas:** Gracias a la dedicación a las auditorías internas mensuales, la organización ha mantenido un cumplimiento riguroso con las normativas legales y regulatorias aplicables. Este enfoque ha minimizado riesgos legales y ha reforzado la posición de la organización como operadora ética y responsable.
- **Identificación Proactiva de Riesgos y Oportunidades:** La revisión constante ha permitido una identificación proactiva de riesgos operativos y financieros, así como la identificación de oportunidades de mejora. Esto ha posicionado a la organización para abordar desafíos y capitalizar oportunidades emergentes.
- **Procesos Optimizados y Mayor Eficiencia:** A través de las auditorías internas mensuales, se han identificado áreas de mejora en los procesos internos. La implementación de cambios sugeridos ha llevado a una mayor eficiencia operativa y a la reducción de costos innecesarios.
- **Adaptación Ágil a Cambios del Entorno Empresarial:** La revisión constante ha permitido a la organización adaptarse ágilmente a cambios en el entorno institucional. La capacidad de respuesta rápida ha sido esencial para mantener la relevancia y la competitividad.
- **Evaluación Continua de Metas y Objetivos:** Las auditorías internas mensuales han facilitado la evaluación continua del progreso hacia metas y objetivos establecidos. Esta práctica ha mantenido a la organización enfocada en sus metas estratégicas y ha permitido ajustes ágiles cuando ha sido necesario.

Los logros alcanzados mediante la implementación de revisiones y auditorías internas mensuales han fortalecido la salud financiera, el cumplimiento normativo y la eficiencia operativa de la organización.

Estos logros no solo son testimonio de la integridad de las operaciones, sino que también han cimentado relaciones sólidas con los diversos stakeholders, contribuyendo al éxito general de la organización.



### **3.3 Fortalecimiento de la Competitividad y desarrollo de instrumentos regionales**

La importancia de fortalecer la competitividad a través del desarrollo y aplicación de instrumentos regionales en el turismo radica en su capacidad para impulsar el crecimiento económico, preservar la identidad cultural, y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales. La implementación de políticas regionales, respaldadas por agendas comunes y mandatos presidenciales, se presenta como la clave para enfrentar los desafíos actuales y futuros, promoviendo la resiliencia y el manejo efectivo de crisis en un entorno turístico en constante evolución en las acciones coordinadas aumentan la posibilidad de impacto. La implementación de una agenda común a través de un Plan de Desarrollo Turístico Sostenible, permitió a las regiones coordinar esfuerzos y recursos para potenciar sus atractivos y servicios. Esta colaboración estratégica, no solo optimizó las acciones coordinadas, sino que también fomentó la diversificación y especialización, elementos clave para promover una Centroamérica cohesionada, competitiva y fortalecida.

## Política Regional de Turismo

## Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible

## Mandatos Presidenciales

## Gestión y Ejecución de proyectos

## Integración y Competitividad

## Resiliencia y Manejo de Crisis

Gracias al apoyo de la República de China (Taiwán) SITCA logró:

- Articular los esfuerzos regionales en el desarrollo de una agenda común.
- Implementar diversos instrumentos de apoyo que apoyaron el desarrollo turístico, los procesos de respuesta, resiliencia y manejo de crisis.



“Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y la Integración Turística Regional (fase III)”  
Fondos SITCA - Taiwán



## 3.3 Fortalecimiento de la Competitividad y desarrollo de instrumentos regionales

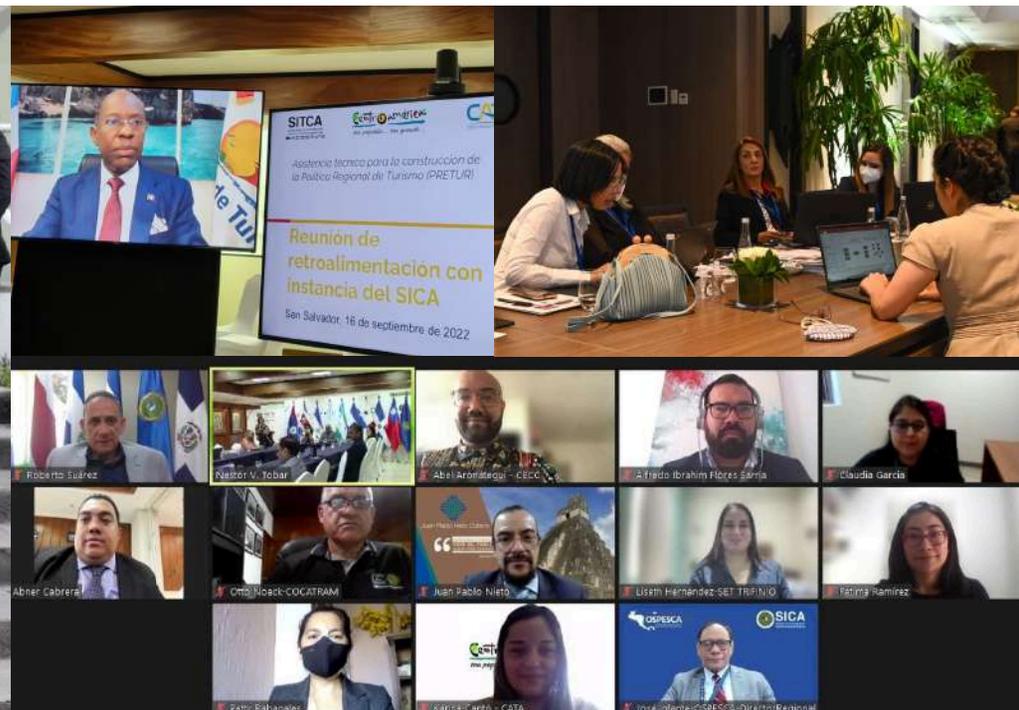
### ➔ Política Regional de Turismo: Construcción de la primera política regional de turismo para la región

La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) desarrolló y presentó la propuesta de Política Regional de Turismo (PRETUR) un instrumento integrado que servirá como marco actualización de estrategias del sector turismo para los próximos 10 años y que busca generar las sinergias intersectoriales bajo una estrategia articulada y multidimensional que aportará como agenda estructura para el desarrollo del sector.

La propuesta de política se construyó de manera participativa, con el apoyo de los principales actores del sector turismo y en apoyo de las instancias miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) quienes participaron en septiembre de 2022 en taller regional para fortalecer la visión intersectorial y multidimensional de la Política Regional de Turismo (PRETUR), que busca sentar las bases regionales para continuar trabajando en un marco colaborativo para el desarrollo económico, sostenible y competitivo del sector turismo de la región SICA.

En la propuesta presentada a los ministros de turismo y la Secretaría General del SICA, consta de siete ejes estratégicos: **Fortalecimiento institucional, medición estratégica del turismo, conectividad y facilitación de los viajes, desarrollo de productos resilientes y competitivos, desarrollo empresarial competitivo e innovador, marketing turístico integral y seguridad integral**, en la que se incluye derechos de las mujeres y sostenibilidad como elementos transversales.

En 2024, a consecuencia del nuevo mecanismo para presentación de Políticas e Instrumentos Regionales aprobado por la SICA, el cual coincidió con la presentación de la PRETUR, SITCA deberá iniciar un proceso de adecuación a la estructura proporcionada por la Secretaría General.



## ➔ Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible: Construcción del Plan Estratégico 2021-2025 e implementación de estrategias y diplomado en Dirección Estratégica del Turismo Regional

### Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) 2021-2025

En el 2020, a causa del impacto derivado de la pandemia del Covid-19 y los desafíos que ello implicó, se intensificó la necesidad de contar con un plan estratégico basado en las actuales y futuras prioridades. Este plan tenía como objetivo conducir el camino hacia la búsqueda de la recuperación, reactivación y consolidación del turismo en la región. En consecuencia, el CCT, a través de SITCA, determinó la necesidad de impulsar la elaboración del Plan Estratégico 2021-2025, mismo que fue posible construir y socializar gracias al apoyo de la República de China (Taiwán).

Al concluir el año 2025, se anticipa que el Plan Estratégico desempeñará un papel fundamental en el impulso de la actividad turística, la generación de ingresos y empleo. El objetivo primordial es fomentar la reducción de la pobreza y elevar la calidad de vida de los habitantes de la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). Esto se logrará a través de una oferta turística competitiva y distintiva que integre una variedad de productos, destinos y experiencias. Además, se pondrá énfasis en la valoración y preservación del patrimonio natural y cultural de la región. El enfoque del Plan se centra en la obtención de resultados tangibles, los cuales se planea evaluar mediante indicadores de impacto, resultados y gestión.

El instrumento fue publicado en español e inglés: <https://sitca.info/pedts-2021-2025>



### 3.3 Fortalecimiento de la Competitividad y desarrollo de instrumentos regionales

#### Acciones de implementación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) 2021-2025

En el marco de la implementación del PEDTS, se realizaron una serie de acciones para el fortalecimiento de los ejes aprobados en el PEDTS, sobre la base de integración de Belize:

1. Se apoya la finalización del PEDTS 2021-2025 y realización del 1er foro de turismo social, solidario y sostenible
2. Formulación de perfiles de proyectos de desarrollo para la ejecución del “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2021-2025”.
3. Contrato por servicios de una asistencia técnica especializada para la actualización del sistema documental de SICCS parte 1.
4. Se inició la traducción al idioma inglés de varios documentos requeridos por Belize entre los que se encontraron: compendio 2020 y 2021, las memorias de labores 2021, traducción de documento SITCA-CEPAL: El turismo de centroamérica ante las tecnologías digitales, la traducción de la plataforma del sello de calidad SICCS y traducción de documentos bases a incluir en la herramienta-Guia de Usuario por Roles SICCS.
5. Se inició el diseño y ejecución de recursos audiovisuales regional para promoción turística de las empresas certificadas con el sello SICCS de Guatemala, Honduras y Belize, con sus recursos fotográficos y videos 4k. En el que además se desarrollaron seminarios de fortalecimiento a 30 empresas turísticas
6. Se generó de esta partida la traducción del PEDTS y traducciones simultáneas para los participantes de Belize en cursos como el Diplomado Experto en dirección Estratégica del Turismo Regional, curso de Cuentas Satélites de Turismo y curso Introducción a la Gestión Integral de Crisis.
7. Acciones de fortalecimiento en el marco de los ejes contenidos en el PEDTS: Eje de Fortalecimiento Institucional y eje del fortalecimiento Político e Integración.

Visita: <https://calidadcentroamerica.com/> Consulta videos testimoniales: <https://calidadcentroamerica.com/index.php/testimonios/>



**SEMINARIO WEB**

**CÓMO HACER MÁS ATRACTIVAS TUS PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES**

**FERNANDO QUETTO**  
Productor Audiovisual Internacional

Ha participado como Productor General para Hola TV, y emisión de microprogramas como Destinos para CNN en español y Discovery Travel, trabajó como camarógrafo para Globo Brasil, Univisión Miami y TVA Argentina.

#### Videos Testimoniales

A continuación pueden escuchar los testimoniales de empresas y autoridades que nos cuentan las experiencias del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad.



Restaurante Lenca Maya, SICCS.



Restaurante Cafetos, SICCS.



Restaurante Kandil - Pizza Y Café, SICCS.



Hotel Ipsan - Nah, SICCS.



## Diplomado en Dirección Estratégica del Turismo Regional

El título de Experto Universitario en Dirección Estratégica del Turismo Regional para el Fortalecimiento de las Capacidades Técnicas de los Principales Actores, fue organizado por la Universidad Nebrija y la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), gracias al apoyo de Taiwán.

En total, 28 alumnos, con un elevado conocimiento profesional del sector turístico, se han especializado en 76 sesiones de más de 100 horas de docencia en directo. En la jornada, José Muñiz, rector de la Universidad Nebrija, que dio la enhorabuena a los diplomados, al Departamento de Turismo, a Global Campus y a SITCA, subrayó la relevancia económica y humana del turismo, un sector que, en los tiempos presentes, ha de ser “capaz de analizar miles de datos e identificar las tendencias de cambio”. Después de Ester Mocholí, decana de la Facultad de Ciencias Sociales, que alabó la profesionalidad, la exigencia y la capacidad de compartir las propias experiencias de los alumnos del título de expertos.

28 nuevos y preparados agentes del desarrollo turístico en Centroamérica se graduaron durante el mes de septiembre de 2021, los profesionales de alto nivel y tomadores de decisiones elevaron su conocimiento en 4 áreas: Gestión de Crisis, Instrumentos de colaboración pública- privada, Nuevo rol de la política turística e innovación y digitalización. Gracias a este curso, 28 tomadores de decisión aportaron con una nueva visión el camino hacia una Centroamérica y un turismo más sostenible, estratégico, participativo, innovador, cooperativo, integral y resiliente”.



## 3.3 Fortalecimiento de la Competitividad y desarrollo de instrumentos regionales

### ➔ Seguimiento a mandatos presidenciales: Avance en el proceso de ejecución de los mandatos

En el marco de las actividades, SITCA inició un proceso de diálogo cercano con instancias de la región para avanzar en el proceso de mandatos presidenciales y de coordinación intersectorial:

- La primera sesión fue encabezada por el Director de Planificación de la SG-SICA, Mario Villalobos, quien recibió a la funcionaria regional en la Casa de Centroamérica, y a quien realizó la presentación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS 2021-2025) aprobado por el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT); así como diversos temas la coordinación a desarrollar en el marco del Plan de Trabajo Intersectorial de la Presidencia Pro Témpace de Panamá, en donde el turismo posee un rol importante en los pilares de integración económica y seguridad, contando con el respaldo de diversos mandatos de la Cumbre de Presidentes del SICA.
- Iniciado un proceso de gestión y coordinación con la Dirección de Seguridad Democrática de la Secretaría General del SICA (SG-SICA), órgano regional que funge a su vez como Secretaría Técnica de la Comisión de Seguridad de Centroamérica, y es coordinada por su Director, Héfer Morataya. Las coordinaciones realizadas por la SITCA poseen a la base lo establecido por la Cumbre de Presidentes del SICA quienes durante la XXXIX Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países del Sistema de Integración Centroamericana (SICA), realizada el 29 de junio de 2012, en donde acordaron: “Instruir al Consejo de Ministros de Seguridad Pública y/o Gobernación para que en coordinación con el Consejo de Ministros de Turismo promuevan las acciones que sean pertinentes para fortalecer la seguridad en los principales destinos turísticos de Centroamérica”.
- SITCA y CCAD, sostuvieron reunión de trabajo en la Casa de Centroamérica para afinar las acciones a realizar en el marco de la Agenda Ambiente-Turismo, misma que posee a la base las prioridades aprobadas por ambos consejos en el marco de sus estrategias, como lo son: el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS 2021-2025) y la Estrategia Regional Ambiental de la Región SICA.
- SITCA y COMISCA, conversaron sobre las prioridades y futuros proyectos para apoyar el bienestar de los viajeros y destinos turísticos de la Región SICA. Durante el año 2021 ambas instancias, con el apoyo de la SIECA, diseñaron la Guía de Bioseguridad ante la COVID-19 para la Operación Turística en puntos de Entrada de la Región Centroamericana; la cual fue aprobada al cierre del año por las autoridades de COMISCA; COMIECO y CCT.



- En cumplimiento al mandato aprobado por los Jefes de Estado y de Gobierno del SICA durante su LV Reunión Ordinaria celebrada el 24 de 2021, que reza: “Instruir al Centro Regional de Promoción de la Micro-, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE), con el apoyo del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), a desarrollar mecanismos de apoyo y fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas turísticas de la región en materia de innovación, transformación de la capacidad productiva y digital; así como, mecanismos para la inclusión financiera y la asociatividad”; los titulares SITCA y CENPROMYPE sostuvieron reunión para iniciar una Hoja de Ruta conjunta.
- Con un enfoque basado en el triángulo norte de la región SICA la OIM ha identificado al sector turístico como uno de los sectores más dinámicos para reinsertar laboralmente a la población migrante retornada; quienes con el apoyo de USAID y socios ejecutores estratégicos podrán contar en este nuevo ciclo de cooperación con programas más específicos que permitan aprovechar y potenciar las habilidades y recursos adquiridos en el extranjero.

En el marco del fortalecimiento de las alianzas intersectoriales y en atención a mandatos, se realizaron otros acercamientos y seguimientos a la agenda regional. En adicional, se apoyaron acciones para el desarrollo de cursos con la universidad de Nebrija en la que participaron actores de otros de diversos sectores a fin de articular la estrategia de inteligencia turística y generación de datos.



## ➔ Gestión y ejecución del proyecto: Apoyo al fortalecimiento institucional



Con CEFESTUR, el aprendizaje no termina



La SITCA ha realizado una serie de acciones que han contribuido a la obtención de resultados orientados al cumplimiento de los objetivos del proyecto, entre los que se encuentran pago de servicios básicos, mantenimiento de oficinas, equipamiento y materiales de oficina para la consecución de resultados de las diferentes actividades del proyecto.

Como efecto no esperado de esta actividad se generan acciones de fortalecimiento institucional que dieron paso a la creación de una plataforma de formación denominada CEFESTUR, que integraría todas acciones de capacitación en un solo espacio de aplicación y participación en el que se integrarían cursos programados a realizarse con fondos Taiwán.

Visita: <https://cefestur.sitca.info/>

### 3.3 Fortalecimiento de la Competitividad y desarrollo de instrumentos regionales

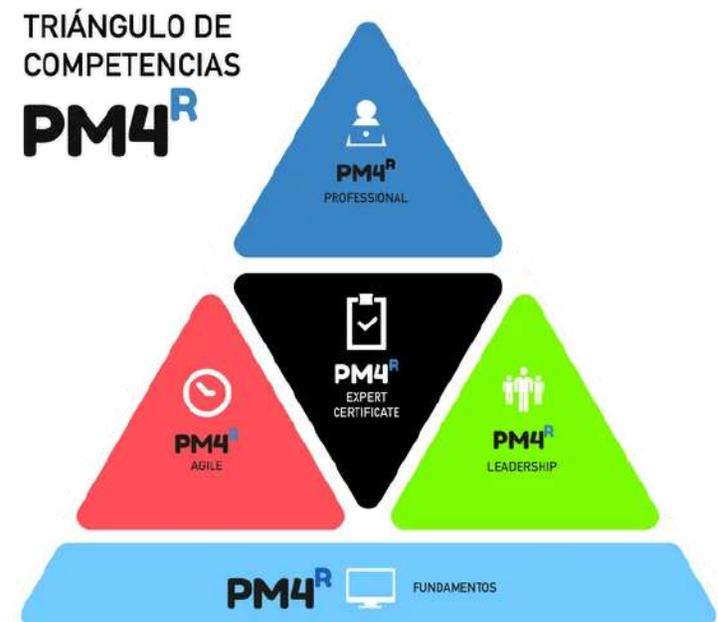
#### ➔ Plan de Trabajo SITCA: Fortalecimiento de la integración y competitividad turística

Servicios de Capacitación y certificación en Metodología Project Management for Results (PM4R) para la Gestión de Proyectos de Desarrollo, dirigido a funcionarios de las Administraciones de Turismo

La Secretaría de Integración Turística Centroamericana, realizó proceso de certificaciones PM4R: certificación Professional, Leadership y Agile que permitió fortalecer facultades de planificación y gerencia de proyectos, bajo un ejecución con un enfoque en resultados y considerando los riesgos identificados a través de la aplicación de prácticas y herramientas probadas de la gestión de proyectos. Las certificaciones proporcionan herramientas

La metodología PM4R del BID, es una metodología en tendencia para la gestión de proyectos de desarrollo, que busca generar impactos de valor en los sectores. A través de este curso, SITCA logró fortalecer las alianzas intersectoriales para avanzar en los objetivos comunes que contribuyan a que el turismo continúe en la senda de la recuperación.

La República de China (Taiwán) permitió generar acciones de activación y de cooperación lineal, y generar oportunidades de aprendizajes sobre herramientas que beneficien la gestión de conocimiento en los países socios y en las instancias hermanas del Sistema de la Integración Centroamericana con las que SITCA espera iniciar un proceso de planificación y diseño de proyectos conjuntos intersectoriales en beneficio del turismo regional.



**Evento de cierre**  
de certificaciones PM4R

## Asistencia técnica especializada (fase 2) para la actualización del sistema documental de SICCS

Actualmente, este Sello Regional de Calidad está finalizando el proceso de actualización de su base documental a la luz de la nueva realidad de las MIPYME's Turísticas Centroamericanas Post COVID-19. El Fondo SITCA/TAIWÁN financió los costos de esta consultoría, a través del Proyecto "Fortalecimiento de la Integración y Promoción Turística Centroamericana, (Fase III)", ejecutado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

## ➔ Resiliencia y Manejo de Crisis: Fortalecimiento de la resiliencia y Manejo de Crisis para el sector turístico a nivel institucional y mipyme



SITCA con el apoyo de Taiwán y CEPREDENAC lanzó curso de Gestión Integral de Riesgos de Desastres, una iniciativa que parte del trabajo coordinado, conjunto e intersectorial para el fortalecimiento de la Resiliencia en las MIPYMES turísticas de la región del Sistema de la Integración Centroamericana.



Se realizó curso de "Creación de Planes de Crisis para Empresas turísticas" y otro dirigido a Administraciones de Turismo, con una duración de 6 semanas cada uno, donde se brindaron las herramientas teóricas y prácticas necesarias para prever, actuar y reaccionar ante las distintas crisis y amenazas que pueden afectar a las empresas del sector turístico en la región.

Contar con un plan para el manejo de crisis, puede marcar la diferencia en la magnitud del impacto que esta genere, sobre todo en el sector turístico, el cual es vulnerable ante diferentes factores que ponen en riesgo la operatividad de las empresas.

El curso fue impartido por el claustro prestigioso de docentes de la Universidad de Coruña de España-Experturs.



## IV. EJECUCIÓN FINANCIERA

#### 4.1 Balance Resumido de la Ejecución Presupuestaria

Período reportado: 2020-2023

Presupuesto total del proyecto (4 desembolsos)	Monto desembolsado Acumulado	Saldo Pendiente de desembolso	Monto Ejecutado	% de Ejecución	Saldo Pendiente por ejecutar (balance)	Comprometido	% comprometido
<b>375,000.00</b>	375,000.00	0.00	<b>392,336.44</b>	<b>104.62%<sup>1</sup></b>	-17,336.44	-	-
<b>375,000.00</b>	375,000.00	0.00	<b>285,984.84</b>	<b>76.26%</b>	89,015.16	-	-
<b>375,000.00</b>	375,000.00	0.00	<b>409,840.15</b>	<b>109.29%</b>	-34,840.15	-	-
<b>375,000.00</b>	375,000.00	0.00	<b>411,838.72</b>	<b>109.82%</b>	-36,838.72	-	-
<b>1,500,000.00</b>	<b>\$1,500,000.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,500,000.15</b>	<b>100%</b>	<b>\$-.15.00</b>		

#### 4.2 Balance por rubro y desembolsos 1,2,3 y 4

Rubros	Presupuesto acumulado validado por 4 países del CCT	Desembolso I		Desembolso II		Desembolso III		Desembolso IV		Monto ejecutado acumulado	% de ejecución
		Programado	Ejecutado	Programado	Ejecutado	Programado	Ejecutado	Programado	Ejecutado		
<b>Rubro 1:</b> Promoción y mercadeo	<b>\$667,000.00</b>	169,750.00	268,810.94	163,750.00	75,687.77	169,750.00	139,594.39	163,750.00	182,906.90	667,000.00	100%
<b>Rubro 2 y 3:</b> Fortalecimiento de la Calidad	<b>\$390,500.00</b>	118,000.00	84,759.93	111,000.00	148,361.55	93,150.00	110,703.27	68,350.00	46,675.25	390,500.00	100%
<b>Rubro 4:</b> Competitividad Turística e instrumentos regionales	<b>\$442,500.00</b>	87,250.00	38,765.57	100,250.00	61,935.52	112,100.00	159,542.49	142,900.00	182,256.57	442,500.15	100%
<b>TOTAL</b>	<b>1,500,000.00</b>	<b>375,000.00</b>	<b>392,336.44</b>	<b>375,000.00</b>	<b>285,984.84</b>	<b>375,000.00</b>	<b>409,840.15</b>	<b>375,000.00</b>	<b>411,838.72</b>	<b>1,500,000.15</b>	<b>100%</b>

Ver archivos de reporte contable en anexo. Fuente: Sistema Contable SITCA(2020-2023)Fondos SITCA-Taiwán

# V. CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS



## 5.1 Conclusiones

Desde el inicio de nuestra colaboración en 2003, Taiwán ha sido un socio comprometido en el desarrollo del turismo en Centroamérica y ha demostrado un firme compromiso con el proceso de recuperación del turismo, sector altamente resiliente que han liderado el proceso de recuperación económica de la región del SICA, alcanzado en 2022 los niveles pre-pandemia (2019); en términos de generación de divisas (7%) y empleo (1%) y que espera lograr la recuperación en los demás segmentos en 2023 y 2024. El turismo desempeña un papel crucial en la economía de los países centroamericanos, no solo como fuente de ingresos y empleo, sino también como medio para compartir la riqueza cultural y natural de la región con el mundo. Su apoyo ha sido esencial en la implementación de estrategias de promoción y mercadeo turístico, aumentando significativamente la visibilidad de la región en los mercados internacionales. Este respaldo no se limita solo a la promoción turística, sino que también se ha enfocado en fortalecer la calidad y competitividad del sector, beneficiando especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.

El proyecto, en su tercera fase (2020-2023), ha continuado consolidando y ampliando las acciones iniciadas en las fases anteriores. Se ha mantenido una estrecha alineación con las políticas regionales del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica (PEDTS) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Generando logros de la Tercera Fase que se constituyen como hitos del desarrollo turístico regional, entre los que destacan:

- **La ejecución de Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico:**
  - Se implementó con éxito la Estrategia Regional de Promoción y Mercadeo Turístico como multidesestino.
  - Se logró incrementar la visibilidad de Centroamérica en mercados globales.
- **Fortalecimiento de la Calidad y Sostenibilidad:**
  - Se fortaleció la calidad y sostenibilidad del sector mediante la implementación del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística (SICCS). El sello SICCS ha destacado en la escena turística global, promoviendo prácticas responsables y apoyando a las empresas en los procesos de calidad de sus servicios.
- **Reforzamiento Institucional:**
  - Se logró fortalecer institucionalmente a la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), CATA y los países socios, permitiéndoles apoyar de manera más efectiva el proceso de integración turística regional.
- **Competitividad e Integración Turística:**
  - Se potenció la competitividad y el progreso turístico de los países mediante el desarrollo de instrumentos de orden regional, favoreciendo la armonización política y facilitación estratégica del turismo.
- **Inteligencia Turística y respuesta a Pandemia COVID19:**
  - Se potenciaron los procesos de inteligencia turística para brindar insumos necesarios para la toma de decisiones.
  - Se logró apoyar el proceso de recuperación del turismo ante la crisis mundial ocasionada por la pandemia COVID19, generando impactos positivos y encaminando al sector hacia una recuperación en 2024.

## 5.2 Lecciones aprendidas

Este informe refleja el éxito de la colaboración con Taiwán, identifica áreas de mejora y establece una base sólida para el futuro del turismo en Centroamérica. Aunque se celebren los logros de la tercera fase, se reconoce que el trabajo en la promoción y fortalecimiento del turismo en la región es constante. Este proyecto representa un paso importante, y estamos comprometidos a continuar avanzando para aprovechar al máximo el potencial turístico de Centroamérica en beneficio de nuestras comunidades y economías.

Entre las lecciones aprendidas:

1. **La Importancia de promover diversos procesos de calidad en el que se incluyan y se trabaje específicamente con mujeres:** La calidad en el sector turístico es crucial para la satisfacción de los visitantes y el desarrollo sostenible de destinos, pero el papel de las mujeres es trascendental en la generación de oportunidades y crecimiento.
2. **Fortalecimiento Institucional:** La importancia de contar con estructuras sólidas y capacidades mejoradas en las instituciones responsables del desarrollo turístico. Este enfoque no solo mejora la eficiencia en la implementación de proyectos específicos, sino que también sienta las bases para un desarrollo turístico sostenible en la región de Centroamérica.
3. **Coordinación Regional:** La implementación de políticas regionales, respaldadas por agendas comunes, es clave para impulsar el crecimiento económico y maximizar el impacto.
4. **Innovación y Análisis de Datos:** la innovación, el fortalecimiento de la pequeña empresa y el análisis de datos son elementos cruciales para medir el impacto del turismo y respaldar la toma de decisiones estratégicas.
5. **Resiliencia y Manejo de Crisis:** La colaboración estratégica y la implementación de un plan de desarrollo turístico sostenible han fortalecido la resiliencia y el manejo efectivo de crisis en un entorno turístico en constante evolución.



# ANEXO



### SITCA-TAIWAN FASE III

PGto: Ejecución Anual Semestral

Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2023 - [Valor en Dólares]

Cuenta. . . . \* - [TODOS LOS DATOS]

Cod	Descripción	Presup	Eje Ant	I Sem	II Sem	T Gasto	Saldo	%
<b>R01</b>	<b>PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO</b>	<b>667,000.00</b>	<b>497,972.15</b>	<b>165,335.94</b>	<b>3,691.91</b>	<b>667,000.00</b>	<b>0.00</b>	
R01-11	ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL INNOVADORA	200,000.00	191,860.20	5,233.00	2,906.80	200,000.00	0.00	100.00 %
R01-12	COMERCIALIZACIÓN	165,000.00	88,695.74	76,304.26	0.00	165,000.00	0.00	100.00 %
R01-13	ACCIONES DE MERCADEO CON MAYORISTAS Y PRENSA EN MERCADOS PRIORITARIOS	234,000.00	183,371.21	50,628.79	0.00	234,000.00	0.00	100.00 %
R01-14	DESARROLLO DE PRODUCTOS MULTIDESTINOS E INTRARREGIONALES	68,000.00	34,045.00	33,169.89	785.11	68,000.00	0.00	100.00 %
<b>R02</b>	<b>FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD TURÍSTICA</b>	<b>390,500.00</b>	<b>368,498.11</b>	<b>17,054.53</b>	<b>4,947.36</b>	<b>390,500.00</b>	<b>0.00</b>	
R02-51	MANUAL REGIONAL DE BIOSEGURIDAD PARA LA MIPYME TURÍSTICA	5,000.00	4,999.99	0.00	0.01	5,000.00	0.00	100.00 %
R02-53	TALLER DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES, HACIA UNA REINVENCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	27,800.00	27,797.62	0.00	2.38	27,800.00	0.00	100.00 %
R02-54	IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE SICCS EN REDES SOCIALES	40,000.00	40,000.00	0.00	0.00	40,000.00	0.00	100.00 %
R02-56	ACTUALIZACIÓN Y OPERATIVIDAD DE LA PLATAFORMA SICCS	12,500.00	12,500.00	0.00	0.00	12,500.00	0.00	100.00 %
R02-57	PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO Y ASISTENCIA A LA MIPYME TURÍSTICA COMO RESPUESTA COVID 19	35,000.00	35,000.00	0.00	0.00	35,000.00	0.00	100.00 %
R02-61	PROGRAMA DE TALLERES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CUENTA SATÉLITE DE TURISMO/MANDATO PRESIDENCIAL DEL AÑO 2002	35,000.00	35,000.00	0.00	0.00	35,000.00	0.00	100.00 %
R02-62	MEDICIÓN DEL IMPACTO COVID 19 Y SIMULACIÓN DE IMPACTOS ANTE ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN	28,000.00	28,000.00	0.00	0.00	28,000.00	0.00	100.00 %
R02-63	PUBLICACIÓN DEL COMPENDIO ESTADÍSTICO ANUAL	5,600.00	4,400.00	0.00	1,200.00	5,600.00	0.00	100.00 %
R02-64	OBSERVATORIO TURÍSTICO REGIONAL	30,000.00	24,000.00	6,000.00	0.00	30,000.00	0.00	100.00 %
R02-65	COMPORTAMIENTO DEL TURISMO INTERNO EMISOR	30,200.00	30,188.52	0.00	11.48	30,200.00	0.00	100.00 %
R02-71	CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE DISEÑADOR GRÁFICO	18,000.00	18,000.00	0.00	0.00	18,000.00	0.00	100.00 %
R02-72	ACTUALIZACIÓN DE EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	11,900.00	11,900.00	0.00	0.00	11,900.00	0.00	100.00 %
R02-73	PRESUPUESTO DE VIAJE PARA REUNIONES DE COORDINACIÓN DE SITCA Y CATA	60,000.00	59,295.72	571.50	132.78	60,000.00	0.00	100.00 %
R02-81	ACTIVIDADES DE VISUALIZACIÓN DEL PROGRAMA Y COOPERANTE	12,500.00	11,723.13	776.87	0.00	12,500.00	0.00	100.00 %
R02-82	ACTIVIDAD DE CIERRE DEL PROGRAMA	15,000.00	3,557.80	8,341.49	3,100.71	15,000.00	0.00	100.00 %
R02-83	IMPREVISTOS, AUDITORIA, Y EVALUACIONES DE IMPACTO	24,000.00	22,135.33	1,364.67	500.00	24,000.00	0.00	100.00 %
<b>R04</b>	<b>COMPETITIVIDAD TURÍSTICA Y DESARROLLO DE INSTRUMENTOS REGIONALES</b>	<b>442,500.00</b>	<b>316,879.93</b>	<b>106,294.06</b>	<b>19,326.16</b>	<b>442,500.15</b>	<b>(0.15)</b>	
R04-11	INICIO DE CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA DE TURISMO	10,200.00	10,000.00	0.00	200.00	10,200.00	0.00	100.00 %
R04-13	PROCESO PARTICIPATIVO	30,000.00	22,000.00	8,000.00	0.00	30,000.00	0.00	100.00 %
R04-16	DIVULGACIÓN	21,800.00	0.00	21,800.00	0.00	21,800.00	0.00	100.00 %
R04-17	IMPLEMENTACIÓN Y OPERATIVIZACIÓN	40,000.00	27,489.34	12,510.66	0.00	40,000.00	0.00	100.00 %
R04-21	FINALIZACIÓN PEDTS	4,000.00	4,000.00	0.00	0.00	4,000.00	0.00	100.00 %
R04-22	IMPLEMENTACIÓN DEL PEDTS	180,000.00	135,039.16	35,368.29	9,592.55	180,000.00	0.00	100.00 %
R04-23	DIPLOMADO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO REGIONAL	28,000.00	27,999.98	0.00	0.17	28,000.15	(0.15)	100.00 %
R04-32	ACCIONES DE SEGUIMIENTO A LOS MANDATOS	16,000.00	14,234.48	1,232.08	533.44	16,000.00	0.00	100.00 %
R04-41	EJECUCIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA CONSECUCCIÓN DE RESULTADOS	70,000.00	69,116.97	883.03	0.00	70,000.00	0.00	100.00 %
R04-51	FORTALECIMIENTO DE LA INTEGRACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	21,500.00	0.00	19,000.00	2,500.00	21,500.00	0.00	100.00 %
R04-61	FORTALECIMIENTO DE LA RESILIENCIA Y MANEJO DE LA CRISIS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA REGIÓN CA Y REPÚBLICA DOMINICANA	21,000.00	7,000.00	7,500.00	6,500.00	21,000.00	0.00	100.00 %
<b>Total General</b>		<b>1,500,000.00</b>	<b>1,183,350.19</b>	<b>288,684.53</b>	<b>27,965.43</b>	<b>1,500,000.15</b>	<b>(0.15)</b>	

  
HENRY ELGADO  
ELABORADO

  
NINGSHA MONTEALTO  
REVISADO

  
LIGIA MIRANDA  
AUTORIZADO





"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y  
la Integración Turística Regional (fase III)"  
Fondos SITCA - Taiwán

© Informe SITCA-Taiwán 2023

Elaborado por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

Gerencia: Ligia Miranda Ponce y Katherine Vado Rivera

Contenido: Katherine Vado y Karina Cantó.

Revisión: Katherine Vado, Karina Cantó, Elba Rocha y Henry Delgado.

Managua, Nicaragua

Diseño y diagramación: Katherine Vado Rivera

SITCA Web: <https://sitca.info/> <https://calidadcentroamerica.com>

Redes: [sitca\\_turismo](#)

De la esquina norte de canal 2, 2c arriba Casa #1004. Bolonia. Managua, Nicaragua.

Tel.:(505) 2268 3849 | Contacto: [sitcatourism@gmail.com](mailto:sitcatourism@gmail.com) | Redes: [sitca\\_turismo](#)



"Proyecto de Fortalecimiento de la Promoción y  
la Integración Turística Regional (fase III)"  
Fondos SITCA - Taiwán

# INFORME DE CIERRE DE PROYECTO 2023

