USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE CARIBE ESMERALDA

DEPARTMENTO DE ATLANTIDA, HONDURAS



ptiembre 2009
ta publicación fue producida para ser revisada por la Agencia de los Estados Unidos para El Desarrollo Internacional. Fue
eparado por Mark Willuhn, Eduardo Galicia, Silvana Rivera — Emerald Planet Conservation Consulting & Tours, LLC.a

AGRADECIMIENTOS

Queremos dar las gracias a las siguientes personas por su tiempo y sus ideas durante el proyecto:

Peter Hearne, USAID
Jose “Pepe” Herrero, USAID-MIRA
Ana Patricia Martinez, USAID-MIRA
Wendy Cerrato, USAID-MIRA
Yara Zuñiga, IHT
Ciro Navarro, ESNACIFOR-Lancetilla
Christhel Argueta, ESNACIFOR-Lancetilla
Denis Sierra, PROLANSATE
Jana Bock, FUCSA
Justo Carcamo, FUCSA
Jerry Haylock, FUCSA
Leslie Alcantara, FUPNAPIB
Jorge Salaverri, La Moskita Ecoaventuras
James Adams, The Lodge at Pico Bonito
Anaite Seibt, La Ceiba Chamber of Tourism
Plataforma Turistica Sostenible Tela
Members of Guaruma

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE CARIBE ESMERALDA

DEPARTMENTO DE ATLANTIDA, HONDURAS

RESPONSABILIDAD
Las opiniones del autor expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional o la del Gobierno de los Estados Unidos.

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO DE CARIBE ESMERALDA

DEPARTMENTO DE ATLANTIDA, HONDURAS

MARK WILLUHN
EDUARDO GALICIA
SILVANA RIVERA
EMERALD PLANET CONSERVATION CONSULTING & TOURS LLC

SEPTIEMBRE 2009

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO 1
2. FOCOS GEOGRÁFICOS CLUSTERS TURÍSTICOS IDENTIFICADOS 4
3. ANÁLISIS DE SITIO 4
   - 3.1 Bahía de Tela – Lancetilla 4
     - *3.1.1 Parque Nacional Jeanette Kawas 5*
     - *3.1.2 Parque Nacional Punta Izopo 10*
     - *3.1.3 Jardines Botánicos de Lancetilla 12*
   - 3.2 Región de La Ceiba con Áreas Protegidas Asociadas 14
     - *3.2.1 Parque Nacional Pico Bonito 15*
     - *3.2.2 Corredor del Río Cangrejal 17*
     - *3.2.3 Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado 19*
   - 3.3 Costa Garifuna Balfate 21
   - 3.4 Cayos Cochinos 25
4. ANÁLISIS DE MERCADO 28
   - 4.1 International 28
   - 4.2 Perfil internacional 35
   - 4.3 Perfil Nacional 37
   - 4.4 Estadísticas Generales 39
   - 4.5 Conclusion 40
5. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR 41
   - 5.1 Análisis de la Cadena de Valor de cada Cluster turístico 45
     - *5.1.1 Bahía de Tela – Lancetilla 45*
     - *5.1.2 Región de la Ceiba, con áreas protegidas asociadas 50*
     - *5.1.3 Costa Garífuna Balfate 55*
     - *5.1.4 Cayos Cochinos 58*
6. DESARROLLO DE PRODUCTOS Y ASOCIACIONES 61
   - 6.1 Bahía de Tela – Lancetilla 64
   - 6.2 Región de La Ceiba con Áreas Protegidas Asociadas 66
   - 6.3 Costa Garifuna Balfate 68
   - 6.4 Cayos Cochinos 68
   - 6.5 Itinerarios entre Clusters Turísticos 69
7. ASOCIÁNDOSE 71
8. EVALUACIÓN DE ENTRENAMIENTO Y RECOMENDACIONES 74

1 RESUMEN EJECUTIVO

El enfoque de este informe cubre cuatro conjuntos o clústeres turísticos en El Caribe Esmeralda:

1. Bahía de Tela
   - Jardines Botánicos de Lancetilla
   - Parque Nacional Jeannette Kawas
   - Parque Nacional Punta Izopo

2. Región de La Ceiba y áreas protegidas asociadas
   - Parque Nacional Pico Bonito
   - Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado
   - Corredor del Río Cangrejal

3. Cayos Cochinos

4. Costa Garífuna Balfate desde Corozal hasta Río Coco

La concentración de atracciones tanto naturales como culturales del Caribe Esmeralda, es una de las mejores en la región de Mesoamérica. También existen, aunque sub-utilizadas, significantes atracciones históricas que datan de los primeros días bananeros. Cada uno de los clústeres turísticos ha desarrollado experiencias de visitación, y tienen un portafolio de productos, siendo el menos desarrollado la Costa Garífuna Balfate.

Las tendencias de visitación a la región y de manera más específica a Honduras, han sido extremadamente positivas, siendo precisamente Honduras el destino con mayor crecimiento de todos los países Centroamericanos, con un incremento del 18% entre 2006 y 2007. Existen tres grandes mercados para visitantes internacionales en estancias de varios días: Centroamericanos (54%), Norteamericanos (38%), y Europeos (5%). Cada uno de estos amplios segmentos tiene características únicas, y es importante para cada actor que participa en el turismo dentro del Caribe Esmeralda, el tener claramente identificado su mercado objetivo.

La cadena de valores del turismo está compuesta de todos los insumos requeridos para una experiencia positiva del visitante. Esto cubre toda la gama, desde atracciones naturales/históricas/culturales, infraestructura, políticas del área protegida y de turismo, hospedaje y servicios, que permitan crear vínculos con el mercado. Existen algunas debilidades fundamentales en la cadena de valores del turismo para el Caribe Esmeralda, con roles pobremente definidos por parte de las agencias de las áreas naturales protegidas, falta de incentivos para el mercado privado y falta de comunicación entre los actores clave para el turismo. La falta de formación básica en hospitalidad es un reto importante, generalmente produce primeras impresiones negativas a los turistas en su primer punto de contacto, ya sea la recepción del hotel, la compañía de transporte, o prestadores de servicios en los aeropuertos.

Actualmente hay una cultura de desinterés, una mentalidad de "hacer un favor al turista", que es muy desalentador para los nuevos visitantes. Los visitantes han señalado que los hondureños son personas maravillosas y alegres, salvo cuando están trabajando – entonces pueden ser poco amistosos, lentos, y no muy colaboradores, o incluso no interesados en ayudar a solucionar problemas sencillos. Para que Honduras compita en el mercado del turismo internacional es una necesidad cambiar las actitudes fundamentales de los prestadores de servicios turísticos. Hay muchos otros destinos en la región y en el mundo donde la gente está realmente mucho más dispuesta a ayudar a los turistas.

Cada clúster turístico ha evolucionado con una buena mezcla de productos complementarios. Uno de los obstáculos para mejorar el desempeño, es la deficiente definición y poca investigación de los mercados objetivos, y la falta de comprensión de las motivaciones y preferencias de los mismos.Deficiente o inexistente aplicación de planes de uso público ha llevado a estrategias de turismo desorganizadas, poco profesionales y mal implementadas. La falta de monitoreo de impactos por visitantes y de programas de mitigación, impiden obtener información, mediante estudios, sobre la satisfacción de los visitantes, que puedan identificar las preferencias de los mercados objetivos. La oportunidad para contar con productos complementarios, y crear paquetes dentro de cada clúster turístico y entre ellos mismos, es excelente. Para mantener el éxito a largo plazo, es crucial definir los papeles de los diferentes actores, y formar asociaciones entre ellos. Actualmente todas las áreas protegidas funcionan de manera aislada. Hacer que las áreas protegidas piensen más allá, fuera de sus respectivas responsabilidades de gestión y más regionalmente, no sólo generará una visión más integrada de la conservación, sino también comunicará la visión a los visitantes de que esta experiencia es sólo una parte de un todo mayor.

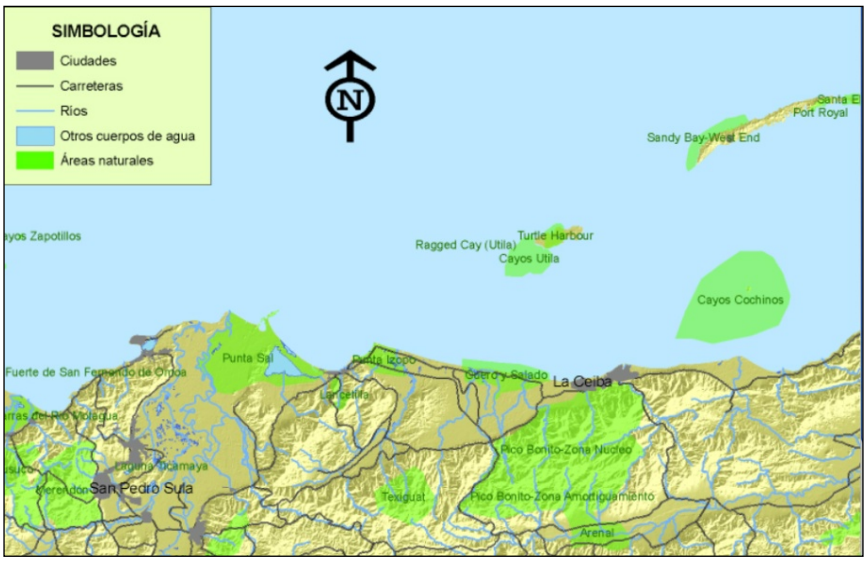
Uno de los retos fundamentales es que la mayoría de las ONGs del co-manejo han estado tratando de recaudar fondos de operación a través de proyectos turísticos. En el proceso no han integrado a las comunidades locales y no han creado incentivos empresariales, y han alienado a los operadores privados. El co-manejo de las ONGs necesita salirse del negocio de turismo en general, desarrollar concesiones que darán incentivos tanto a las comunidades locales y a los operadores privados y aumentará la capacidad de gestión de áreas protegidas.

Entrenamientos futuros deberían centrarse en mejorar las habilidades de hospitalidad del sector turístico de la costa norte, desarrollando un modelo de concesión que puede luego aplicarse a cada clúster de turismo, un co-manejo de ONGs que seriamente investiguen y desarrollen productos para los mercados científicos y educativos, que complemente a los operadores privados y los productos basados en la comunidad, e integrado tanto de estos sectores tanto como sea posible.

Mapa 1: Ubicación General Del Caribe Esmeralda



Mapa 2: Caribe Esmeralda



2 FOCOS GEOGRÁFICOS/CLUSTERS TURÍSTICOS IDENTIFICADOS

- Bahía de Tela – Lancetilla
- Región de La Ceiba con Áreas Protegidas Asociadas
- Costa Garífuna Balfate – de Corozal al Río Esteban
- Cayos Cochinos

3 ANÁLISIS DE SITIO

Cada uno de los conjuntos identificados se investigó mediante inventarios de los sitios, evaluando las atracciones naturales y culturales de las áreas protegidas y de las comunidades.Cada clúster turístico y los componentes de cada uno de ellos serán descritos.

3.1 BAHÍA DE TELA – LANCETILLA

Áreas Protegidas:

- Parque Nacional Jeannette Kawas
- Parque Nacional Punta Izopo
- Jardines Botánicos de Lancetilla

Comunidades Claves:

- Tela
- Triunfo de la Cruz
- La Ensenada
- Tornabe
- Miami

MAPA 3: PARQUE NACIONAL JEANNETTE KAWAS



3.1.1 PARQUE NACIONAL JEANETTE KAWAS

Esta magnífica área natural protegida se encuentra al Oeste de Tela, en el departamento de Atlántida, y compone la mitad occidental de la Bahía de Tela. Consta de aproximadamente 78,000 hectáreas, con 35% (+28,000 hectáreas) bajo estatus de protección marina. El Parque Nacional Jeannette Kawas (PNJK) incluye aproximadamente35 kilómetros de costas y está dividido en dos unidades de manejo, de las cuales 44,100 h (57%) son la zona núcleo, rodeada por la zona de amortiguamiento.

La zona de amortiguamiento tiene una sub-zonificación, que incluye las zonas de administración y de ecoturismo. Un aspecto particular de esta área es el desarrollo de Los Micos Beach & Golf Resort (www.losmicosresort.com), en la zona de amortiguamiento del PNJK. Aunque no sin precedentes en la región, este proyecto a gran escala cubre 312 hectáreas, con planes para 3500 cuartos y villas de lujo, campo de golf, casa club y otros servicios recreativos. La primera fase se encuentra en construcción, y para el 2010 se completarán más de 800 cuartos y villas. Esto, obviamente, tendrá un tremendo impacto en la visitación no sólo para Jeannette Kawas, sino para la región en general.

PNJK es un área clave para la conservación tanto del Sistema Arrecifal Mesoamericano como del Corredor Biológico Mesoamericano, debido a su alta biodiversidad. Designado como Parque Nacional en 1996, PNJK es parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SINAPH), y mediante un convenio de co-manejo con el IFC (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre), es administrada por la Fundación PROLANSATE (www.prolansate.org), una organización no-gubernamental y sin fines de lucro.

PNJK incluye 5 lagunas:

- Tisnachi
- Río Tinto
- Quemada
- Los Micos
- Diamante

PNJK incluye 6 ríos:

- Chamelecón
- Ulúa
- Agua Blanca
- San Alejo
- La Esperanza
- Canal Martínez (construido por Tela Rail Road Company en1956)

PNJK incluye 4 comunidades Garífuna con las siguientes poblaciones estimadas:

- Río Tinto – 900 habitantes
- Miami – 60
- Tornabe – 6,000
- San Juan – 4,000

Y dos comunidades no-Garífunas involucradas en esfuerzos de turismo:

- Los Cerritos
- Ramal del Tigre

Hay un total de 44 comunidades con una población estimada en 60,000 habitantes en la zona de amortiguamiento, pero no están identificadas como parte de alguna actividad de turismo a nivel significativo. La visitación anual al parque es de aproximadamente 6,000 – 7,000 visitantes, con un 75% de extranjeros.

ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES:

- Comunidades Garífunas
- Una sobresaliente diversidad de ecosistemas marinos y terrestres con abundante vida silvestre, incluyendo:
  - Arrecifes coralinos del Caribe
  - Laguna o canal costero de agua salobre del Caribe
  - Laguna o canal costero de agua dulce del Caribe Terrestre
  - Bosque de manglar del Caribe sobre substrato limoso
  - Bosque húmedo tropical semideciduo latifoliado de tierras bajas bien drenado
  - Bosque tropical siempre verde latifoliado
  - Pantano de tierras bajas permanentemente inundado con bosques de mangle
  - Herbazal pantanoso con gramíneas, palmas y arbustos

- Ríos de cuenca inferior del Caribe
- Vegetación tropical costera en suelos muy recientes y moderadamente drenados
- Sabanas
- Duna de playa tropical con escasa vegetación
- Pradera salobre pobre en plantas suculentas

PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS:

1. Punta Sal Península
2. Los Micos Laguna
3. Laguna del Diamante
4. Comunidad de Miami
5. Comunidad de Tornabe
6. Comunidad de Ramal del Tigre
7. Comunidad de Río Tinto

PRINCIPALES ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES POR DESTINO:

Península Punta Sal

- 3 senderos interpretativos y de caminata (Cocalito, Caribe y Curumos)
- 7 playas
- Arrecifes
- Variedad de hábitats desde arrecifes, costero y manglares hasta bosque tropical húmedo
- Observación de aves y de vida silvestre
- Comida Garífuna tradicional en El Cocalito

Actividades Actuales:

- Paseos en bote
- Caminatas interpretativas
- *Snorkeling*
- *Fly-fishing*
- Acampado
- Observación de aves y de vida silvestre

Laguna Los Micos

- Comunidades Garífuna de Miami y Marion; Los Cerritos
- Excelente hábitat de manglar
- Playas
- Observación de aves y vida silvestre

- Torre de observación
- Centro de Visitantes de PROLANSATE
- Áreas de acampado y cabañas

Actividades actuales:

- *Kayaking*
- Observación de aves y vida silvestre (monos capuchinos de cara blanca y monos aulladores)
- *Fly-fishing*
- Acampado
- Hospedaje en cabañas de la comunidad
- Caminatas nocturnas
- Actividades culturales con las comunidades Garífunas
- Paseos a caballo

Laguna del Diamante

- Ecosistema de laguna costera
- Parches de arrecifes
- Playa
- Observación de aves y de vida silvestre

Actividades actuales:

- Paseos en bote
- Día de campo con almuerzo en la playa
- Observación de aves
- *Snorkeling*

Comunidad de Ramal del Tigre

- Río Ulúa
- Plantaciones de banana
- Trenes

Actividades actuales:

- Paseos en tren
- Recorridos históricos por las plantaciones de bananas
- Paseo en bote por el río Ulúa

Comunidad de Rio Tinto

- Comunidad Garífuna
- Acampado
- Senderos

Actividades actuales:

- Acampado
- Caminatas
- Observación de aves y vida silvestre
- Comidas Garífunas tradicionales
- Nadar

ATRIBUTOS ÚNICOS - PNJK:

- Paisaje sensacional, desde marino hasta el rango más alto de la península, en una caminata a campo traviesa
- Excelente combinación de experiencias naturales y culturales
- Caminatas a lo largo de la península por senderos interpretativos sencillos
- Excelente paseo en bote alrededor de Punta Sal
- Deliciosa comida Garífuna tradicional de playa
- Opciones para caminatas y para *snorkeling*

CONSIDERACIONES - PNJK:

- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de administración adecuada
- Falta de entrenamiento para operadores de botes
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Actualmente no existen estrategias de manejo para controlar el impacto de visitantes a partir del desarrollo Los Micos
- Falta de incentivos para que las comunidades locales se involucren en actividades de ecoturismo

3.1.2 PARQUE NACIONAL PUNTA IZOPO

El Parque Nacional Punta Izopo (PNPI), se localiza en el lado este de Bahía de Tela, aproximadamente 7 km del pueblo de Tela, en el departamento de Atlántida. PNPI consiste de 18,820 hectáreas con dos zonas de manejo: zona núcleo y zona de amortiguamiento. En la zona de amortiguamiento existen dos sub-zonas: Administración y Ecoturismo de manera similar al Jeannette Kawas, una parte significante es marina (aproximadamente 20%), y la restante terrestre compuesto por lagunas de agua dulce y agua salada, humedales y ríos. Es un importante sitio pasa la biodiversidad y es un Sitio RAMSAR, y es parte del Sistema de Arrecifes Mesoamericanos y del Corredor Biológico de Mesoamericano. Designado como Parque Nacional en 1996, PNPI es parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SINAPH), y mediante un convenio de co-manejo con el IFC (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre), es administrada por la Fundación PROLANSATE (www.prolansate.org), una organización no-gubernamental y sin fines de lucro.

PNPI incluye dos lagunas:

- Laguna Negra
- Laguna Hicaque

PNPI incluye 3 ríos:

- Lean
- Hicaque
- Plátano

PNPI incluye dos comunidades Garífunas con las siguientes poblaciones estimadas:

- Triunfo de la Cruz – 7000 habitantes
- Ensenada – 300

Existe un total de 20 comunidades en la zona de amortiguamiento, con una población estimada de 36,000. La visitación en el 2007 registró aproximadamente 1,200 visitantes, con aproximadamente el 25% de extranjeros.

ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES:

Las atracciones naturales son similares al PNJK, en menor escala. La baja visitación crea un sentido de exploración. El acceso es un poco más retador.

- Arrecifes de Corales del Caribe
- Sistemas lagunares de agua salobre
- Manglares
- Bosque tropical inundado temporalmente
- Playas

Las atracciones culturales son extremadamente fuertes. Triunfo de la Cruz es el destino más desarrollado para la cultura Garífuna. Incluye:

- Centro Cultural de Visitantes
- Casa Ceremonial
- "Fábrica" de Casabe
- Muchas opciones de cocina Garífuna
- Festival Garífuna

Actividades actuales:

La mayoría de la visitación es de turismo de playa, particularmente durante la Semana Santa. Se ofrecen paseos en bote por la costa, y dependiendo de las entradas de la laguna, paseos en bote y kayak por la laguna. En general, debido a cuestiones de acceso y baja demanda, las diversas opciones para entrar al parque son limitadas en este momento. El potencial para diversificarse y para involucrar a comunidades locales es excelente.

ATRIBUTOS ÚNICOS - PNPI:

- Una de las más vibrantes culturas Garífunas en la costa norte
- Una combinación excelente de experiencias culturales y naturales, en una escala ideal para viajes de medio día o de un día.

CONSIDERACIONES - PNPI:

- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de una administración adecuada
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Falta de entrenamiento de los operadores de botes
- Actualmente no existe una estrategia de manejo para controlar los impactos de la visitación a partir del desarrollo Los Micos
- Falta de incentivos para que las comunidades locales se involucren en actividades de ecoturismo

3.1.3 JARDINES BOTÁNICOS DE LANCETILLA

Fundados en1926 por la United Fruit Company, los Jardines Botánicos de Lancetilla consisten de 1,681 hectáreas de bosque húmedo y sub-tropical con elevaciones desde los 20 msnm hasta más de 880 msnm, y se localiza aproximadamente 6 kilómetros al sur (tierra adentro) del pueblo de Tela. Existen más de 1200 especies de plantas, 365 especies de aves, y provee el 30% del agua para el poblado de Tela. Existen tres clases de zonificación básicas: Reserva Natural (1281 hectáreas); Jardín Botánico y Arboreto (78 hectáreas); y Plantaciones Forestales (332 hectáreas). Es una Reserva Natural designada, y un Centro de investigaciones, parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SINAHP), y mediante un acuerdo de co-manejo con el IFC (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre), es manejada por la Escuela Nacional de Ciencias Forestales (ESNACIFOR).

Lancetilla incluye un río, el Río Lancetilla, y siete comunidades:

- Lancetilla
- San Antonio
- San Francisco
- Las Quebradas
- El Dorado
- San Jacinto
- Miramar

La visitación está entre los 45,000 – 50,000 por año, siendo estudiantes el mayor mercado, con 1,200 visitantes por día en los días más concurridos.

ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES:

Lancetilla es el área protegida más "urbana" del conjunto turístico de la Bahía de Tela. Debido a su misión original y larga historia de conservar y realizar investigación sobre los ecosistemas costeros de la Costa Norte de Honduras, el tipo de visitación está mucho más orientada hacia la educación, y tiene mucha más infraestructura con restaurante, salón de conferencias, un nuevo centro de visitantes y con instalaciones para hospedaje e investigación funcionando desde hace tiempo. También existe un extenso sistema de senderos.

Las atracciones naturales incluyen la impresionante variedad de especies de plantas, incluso especies no-nativas y plantaciones de bambú. Existe un área muy popular para nadar a lo largo del río Lancetilla, con excelentes oportunidades para observación de aves. Conforme se sube en elevación, puede observarse la transición de diferentes tipos de bosques nativos. Lancetilla se considera como el segundo jardín botánico tropical más grande del mundo.

Las atracciones culturales son limitadas. Tienen un restaurante que ofrece comida típica hondureña, y una cooperativa de mujeres con algunas artesanías y productos alimenticios. Existen algunos festivales como:

- Día de la Tierra
- Día del Árbol
- Conteo navideño de aves

Actividades actuales:
Los principales visitantes son estudiantes hondureños que pasan el día, con algunos grupos quedándose a dormir en las cabañas y en los dormitorios. La actividad principal es seguir el sendero interpretativo. También lo visitan grupos de observadores de aves y visitantes extranjeros, que utilizan el sistema de senderos que existe en la actualidad. Lancetilla tiene una larga historia de investigación científica con visitantes de este segmento.

ATRIBUTOS ÚNICOS - LANCETILLA:

- Historia de un turismo educativo y científico
- 7 guías en el sitio
- Plantas únicas
- Buena infraestructura

CONSIDERACIONES - LANCETILLA:

- Sobre-visitación
- Blancos de mercado no definidos
- Dependencia de las cuotas de entradas para su funcionamiento
- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Participación limitada de pobladores locales en el turismo
- Falta de motivación hacia las comunidades locales para participar en actividades de turismo

3.2 REGIÓN DE LA CEIBA CON ÁREAS PROTEGIDAS ASOCIADAS

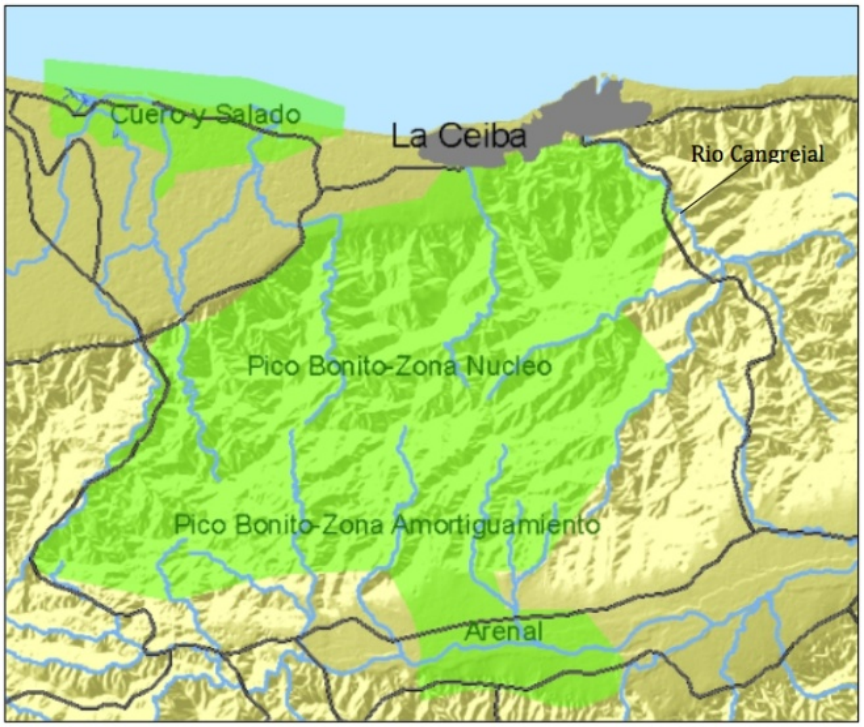
Áreas Protegidas:

- Parque Nacional Pico Bonito
- Corredor del Río Cangrejal
- Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado
- Parque Nacional Nombre de Dios

Comunidades Clave:

- La Ceiba
- Barra Salado
- El Pino
- El Naranjo/Las Mangas

MAPA 4: CLÚSTER LA CEIBA



3.2.1 PARQUE NACIONAL PICO BONITO

El Parque Nacional Pico Bonito (PNPB) es el segundo parque nacional más grande de Honduras, y se localiza aproximadamente 5 kilómetros al sur de la ciudad de La Ceiba, cubriendo 131,430 hectáreas, de las cuales 56,439 (43%) son zona núcleo, y el área restante es zona de amortiguamiento. El PNPB abarca dos departamentos: Atlántida y Yoro, y es una de las áreas protegidas más diversas biológicamente en el país, cubriendo desde los bosques tropicales bajos siempre verdes del norte, bosque nuboso en las mayores elevaciones, y bosques de pino-encino en las laderas más secas del sur.

Los dos picos más grandes son Pico Bonito (2,435 msnm) y Pico Montaña de Corozal (2,480 msnm). Estos altos picos están a menos de 15 km de la costa, y el acceso a las áreas más internas del parque es extremadamente difícil, debido a lo dramático del terreno. Existen dos puntos principales de acceso público: Río Zacate, del lado noroeste, y Río Cangrejal en el lado noreste. Es un Parque Nacional designado y parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SINAPH), y mediante un acuerdo de co-manejo con el ICF (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre), y es manejado por la Fundación Parque Nacional Pico Bonito (FUNPNAPIB).

Existen 46 ríos que tienen sus orígenes en el PNPB. Las comunidades claves al lado norte son El Pino (Río Zacate), Las Mangas y El Naranjo (Río Cangrejal). La visitación actual para el PNPB se estima en aproximadamente 5,000 visitantes por año, y la mayoría de ellos utiliza el río Cangrejal.

ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES:

Debido a su tamaño, ubicación y acceso limitado, PNPB es uno de los menos perturbados con una excepcional alta biodiversidad.

Atracciones Naturales:

- Vida Silvestre prístina
- Ríos abundantes
- Cascadas abundantes
- Descenso en río de aguas blancas
- Excelente observación de aves

Las atracciones culturales además de la interacción con guías locales y miembros de las comunidades, son limitadas cuando se comparan con algunas de las comunidades Garífunas cercanas. Existen algunos sitios pre-colombinos que están siendo investigados, y particularmente el río Cangrejal tiene muchas atracciones culturales que se discuten en la siguiente sección.

Actualmente existen 5 senderos para caminatas abiertos al público, un centro de visitantes y guías locales. Mientras que la mayoría de los senderos son de menos de 4 kilómetros, el paisaje es

espectacular, con cascadas y posibilidad de nadar en los ríos del bosque lluvioso. Los senderos (con distancia aproximada a puntos de acceso) son:

1. El Mapache – 2.5 km – Centro de Visitantes Río Cangrejal
2. El Vampiro – 770 m – El Naranjo Río Cangrejal
3. Las Lianas/Cataratas Zacate – 2.5 km
4. Río Coloradito – 4 km – El Pino
5. El Cardomomo – 5 km – El Pino

ATRIBUTOS ÚNICOS - PNPB:

- Paisajes espectaculares
- Hábitat prístino
- Descenso en ríos de aguas blancas
- Observación de aves
- Próximo a La Ceiba

CONSIDERACIONES - PNPB:

- Ausencia de sub-zonificación
- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Proximidad a La Ceiba

3.2.2 CORREDOR DEL RÍO CANGREJAL

El río Cangrejal rodea el Parque Nacional Pico Bonito por el lado este del parque, y el recientemente declarado Parque Nacional Nombre de Dios por el oeste. El Cangrejal es un destino para descenso en río de aguas blancas de renombre internacional, con rápidos clase I a V. Se estima que 3,000 visitantes al año disfrutan de estos rápidos. Tres operadores privados enfocan su negocio en El Cangrejal:

- La Moskitia Ecoaventuras
- Omega Tours
- Jungle River

Otros operadores turísticos y hoteles sub-contratan a estos operadores privados para sus clientes. Estos son:

- The Lodge, en Pico Bonito
- Palma Real Resort
- Garífuna Tours
- Tourist Options

Hay un cierto número de pequeños establecimientos de hospedaje a lo largo del río, y un incremento en los inversionistas extranjeros que han comprado propiedades para hogares privados. Existen también algunas eco-cabañas construidas o por construir. Los establecimientos de hospedaje actuales en El Cangrejal son:

- Casa Cangrejal
- Omega Tours
- Jungle River Lodge
- Cabañas Aventuras del Bosque
- Villas Cangrejal
- Las Cascadas

Mediante el esfuerzo de las Organizaciones No Gubernamentales locales Guaruma y FUPNAPIB, así como de otros donantes, como USAID Honduras, las comunidades a lo largo del Río Cangrejal han hecho grandes progresos en la organización para el turismo. Guaruma es una organización sin fines de lucro que promueve la conciencia ambiental y la conservación, mediante programas educativos en la cuenca del Río Cangrejal. Incluso han formado una alianza entre diferentes proveedores de servicios turísticos bajo el nombre de Ecoturismo Cangrejal. Existen 10 miembros de esta alianza:

1. Guaruma: ONG que promueve la conservación y el ecoturismo en la cuenca del Cangrejal.
2. Cabañas del Bosque: Promueve excelencia en el servicio al turismo, con hospedaje nocturno y restaurante.
3. Artesanías Saravia: Un negocio local que elabora tallas en madera de los recursos naturales de la cuenca del Cangrejal.
4. Cooperativa Reyes y Asociados:
5. La Moskita Ecoaventuras: Un operador privado que ofrece todos los servicios, enfocado a deportes acuáticos y que promueve guías locales.
6. Grupo Orquidiario Toncontin: Cultivan y exhiben orquídeas de la región del Cangrejal.
7. Orquidiario Pico Bonito: Expertos en el cultivo de orquídeas nativas.
8. Grupo Juan Pablo II: Mujeres locales que capturan la belleza de El Cangrejal en tejidos y bordados.
9. Comités Turísticos: Un comité comunitario con la meta de fortalecer el ecoturismo local.
10. Centro de Visitantes Pico Bonito: Promueve la educación ambiental en la región de El Cangrejal.

Ecoturismo Cangrejal, aunque aún relativamente joven como organización, ha desarrollado un portafolio excelente de experiencias complementarias. Actualmente necesitan fondos para diferentes aspectos de su trabajo que les permita principalmente vincularse con el mercado y obtener entrenamiento complementario.

Existe un restaurante en construcción en El Naranjo, y la comunidad de Las Mangas, con Ecoturismo Cangrejal, también tiene dos senderos interpretativos: La Vista y Guaruma.

ATRIBUTOS ÚNICOS - CORREDOR DEL RÍO CANGREJAL:

- Descenso en rápidos de aguas blancas de clase mundial
- Un turismo de base comunitaria muy bien organizado
- Portafolio de actividades diferentes para satisfacer diferentes necesidades de experiencias del visitante
- Fuerte componente de guías locales
- Proximidad a La Ceiba

CONSIDERACIONES - CORREDOR DEL RÍO CANGREJAL:

- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Falta de financiamiento para Ecoturismo Cangrejal y para mantener el involucramiento de la comunidad

3.2.3 REFUGIO DE VIDA SILVESTRE CUERO Y SALADO

El Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado (RVSCS) se localiza a unos 33 km al oeste de La Ceiba, y consiste de un área costera protegida de 13,255 hectáreas. RVSCS es un sistema de lagunas costeras, ríos y canales. Antiguamente fue un sitio de la Standard Fruit Company. Tiene una mezcla de dunas costeras, manglares, sabanas, plantaciones de cocoteros, ecosistemas de bosque tropical, y es una de las áreas de observación de vida silvestre mejor protegidas en toda la región de Mesoamérica. Es un Refugio de Vida Silvestre designado que forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SNAPH), y bajo un acuerdo de co-manejo con el ICF (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre), es manejado por la Fundación Cuero y Salado (FUCSA).

Con por lo menos 15 ríos que drenan hacia el RVSCS, los tres principales sistemas son:

- Río Cuero
- Río Salado
- Río San Juan

Dos comunidades (las dos primeras) están ubicadas dentro de la reserva, y 4 más en la zona de influencia:

- Salado Barra
- Boca Cerrada
- La Unión
- Tierra Firme
- Boca del Toro

La visitación aproximada para la reserva es de 4,000 visitantes por año, y ha ido creciendo paulatinamente en los últimos cinco años. De un estudio en el 2004, aproximadamente el 64% de los visitantes son nacionales, y el 36% extranjeros. La gran mayoría de los visitantes comienzan su viaje en La Unión, y toman el viejo y angosto ferrocarril de carga de la Standard Fruit Company, que en 9.5 kilómetros llega a la comunidad de Salado Barra y Centro de Visitantes. De ahí, visitan la reserva en bote, explorando los múltiples ríos y canales. Existe un sendero corto hacia la playa por la comunidad de Salado Barra, y se está desarrollando un sendero más largo por la comunidad. El Centro de Visitantes tiene un restaurante, baños, y también un dormitorio. Actualmente existen tres guías locales con dos más en entrenamiento. Boca Cerrada está aproximadamente 20 km al oeste y tiene baños, estación de guarda parques y área de acampado.

ATRIBUTOS ÚNICOS - CUERO Y SALADO:

- Traslado en angostas vías de tren carguero
- Sobresaliente observación de vida silvestre
- Historia de la Standard Fruit Company

CONSIDERACIONES - CUERO Y SALADO:

- Falta de sub-zonificación en un plan de uso público, que permita diversas experiencias al visitante
- Falta de un monitoreo de los impactos de visitantes, y un plan de mitigación
- Falta de administración adecuada
- Participación limitada de miembros de comunidades locales en el turismo
- Falta de motivación para que las comunidades locales participen en actividades de turismo

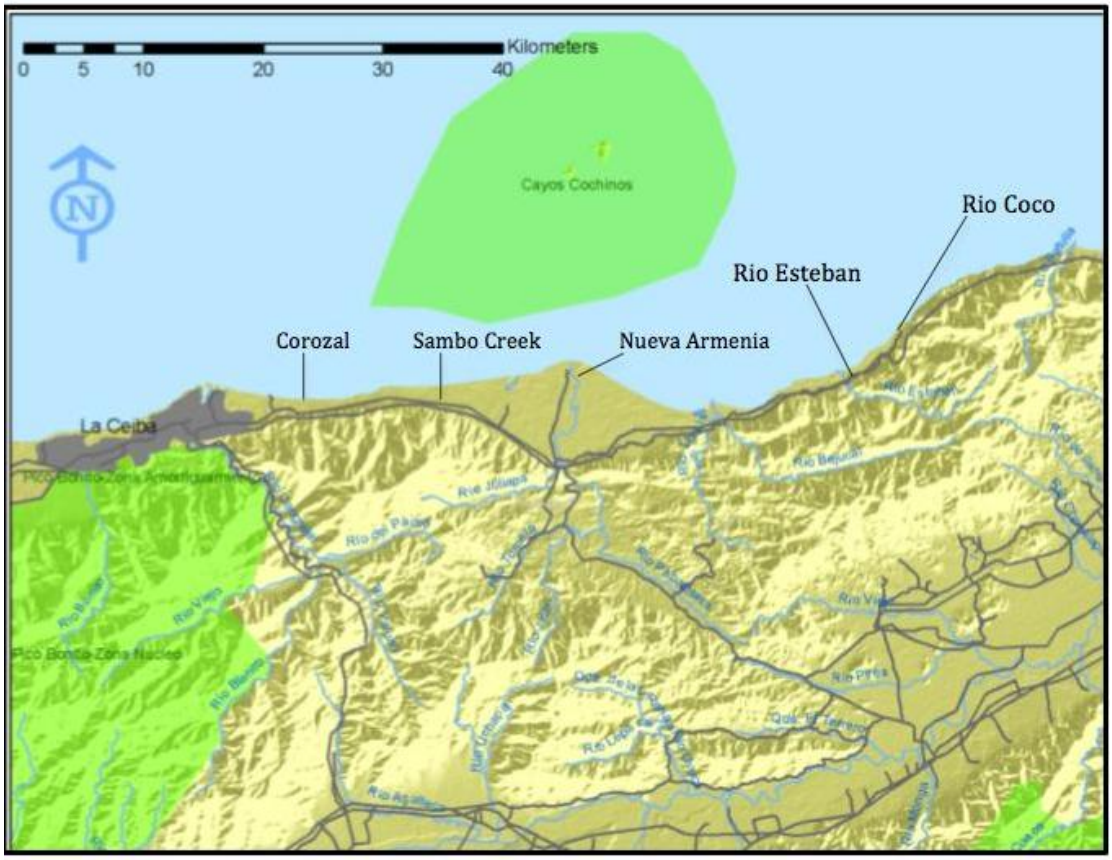
3.3 COSTA GARIFUNA BALFATE

La costa este de La Ceiba tiene un buen número de comunidades mayormente Garífunas, que han desarrollado actividades de turismo. También existe el área de traslado en bote para visitantes a Cayos Cochinos. Existe una mezcla muy atractiva de atractivos naturales y culturales que complementan la región. Este conjunto turístico comprende los dos departamentos de Atlántida y Colón.

Comenzando por La Ceiba hacia el este, las comunidades que están trabajando en desarrollar actividades de turismo son:

1. Corozal (Garífuna)
2. Sambo Creek (Garífuna)
3. Jutiapa (Mestizo)
4. Nueva Armenia (Garífuna)
5. Río Esteban (Garífuna)
6. Río Coco (Mestizo)

MAPA 5: CLÚSTER COSTA GARÍFUNA BALFATE Y CAYOS COCHINOS



Además de Sambo Creek, desde donde la mayoría de los visitantes a Cayos Cochinos comienzan su viaje, existe muy poca visitación aparte de la de Semana Santa o el Festival Garífuna en Río Esteban.

PRINCIPALES ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES POR DESTINO:

Corozal:

- Playas relativamente limpias
- Pequeño museo Garífuna
- Restaurantes
- Un buen hotel frente a la playa, en el lado más al Este del pueblo.

Sambo Creek:

- Playas relativamente limpias
- Restaurantes
- Diversas opciones de hospedaje
- Baños termales
- Canopy tour (tirolesa).

Laguna de Cacao:

Una pequeña laguna con infraestructura básica para visitación que incluye un pequeño kiosco a la entrada, andadores de madera y un muelle. Se ofrecen recorridos en bote y kayak. Es un área protegida manejada por la comunidad, con unos 2,000 visitantes por año. El más grande hotel todo incluido, Palma Real, ofrece recorridos de un día.

Jutiapa:

Localizada en la conjunción del camino no-pavimentado que continua a lo largo de la costa hacia el Río Coco, y la autopista principal que conduce hacia el sur, Jutiapa es un lugar para adentrarse a las comunidades más remotas. Las atracciones son limitadas.

Nueva Armenia:

Una de las comunidades Garífunas más vibrantes, con un pueblo costero en Cayos Cochinos – Chachajuate. Ofrecen recorridos a Cayos Cochinos, baile tradicional con tambores, comida Garífuna y recorridos comunitarios. Actualmente desorganizados y de muy mala calidad, intimidantes para la mayoría de los turistas internacionales.

Río Esteban:

Esta es la comunidad Garífuna más grande en el área de la Costa Garífuna de Balfate, con unos 5,000 residentes. El turismo se encuentra activamente desarrollado. Las atracciones son:

1. Comida tradicional Garífuna
2. Espectáculo de tambores Garífunas – 2 grupos: Club Voluntario y Club Pajarito
3. Artesanías: productos de madera, tambores, machuca, joyería de conchas marinas, máscaras, cabezas, labezetas
4. Festival Garífuna (cada año en agosto 16, con 2000 visitantes)
5. Clases de cocina

También existe producción industrial de casabe en el Río Esteban, uno de los dos únicos lugares en el país. Además de la casabe, también existen plantaciones de cacao y pesquería de langosta. Existe el potencial para invertir en otros tipos de recorridos turísticos, incluyendo:

- Recorrido a Río Coco en vehículos todo terreno
- Caminatas interpretativas agrícolas y comunitarias
- Paseos a Caballo
- Bicicletas
- Pesca tradicional

Existen algunos parches de arrecifes, y se ha manifestado el interés de desarrollar un centro para buceo que compita con las Islas de la Bahía. El hospedaje incluye 2 hoteles y un "Bed&Breakfast": Hotel La Fe y Hotel Las Tejas. En el área existen dos reservas privadas (Dr. Dodson'sand Hugo Galeano); dos fuentes termales; sitios arqueológicos con petroglifos en propiedad privada; senderos interpretativos cortos.

Visitación: En La Semana Santa existen entre 500 y 600 visitantes; durante el Festival Garífuna hay hasta 2000 visitantes; durante la temporada alta (Marzo – Abril y Julio – Agosto) se registran de 30 a 60 visitantes por día en los fines de semana.

Laguna Lis Lis:

Entre el Río Esteban y el Río Coco se encuentra la Laguna Lis Lis. Tiene un gran potencial para recorridos en canoa o kayak, y está reportada la mayor población de cocodrilos de la región.

Río Coco:

Al final del camino se encuentra la hermosa comunidad de Río Coco. Aunque la mayoría de las playas de la región son fantásticas, el fácil acceso aunado a su remota ubicación, colocan a las playas de Río Coco en un lugar único y aparte. Otras atracciones incluyen:

- 6 parches de arrecife (de 4 a 5 metros de profundidad)
- Anidación de tortugas marinas
- Snorkeling
- Tubing
- Paseos a caballo

- 2 cabañas (con una queen-size y dos individuales en cada una)
- Montaña Cerro Corre Viento, sobre y entre Río Coco y Manatí, con bosque lluvioso primario y buena observación de vida silvestre
- La pequeña comunidad de Manatí está a 25 minutos en bote o una hora de caminata, con playas aisladas, un pequeño arrollo de agua dulce y parches de arrecifes cerca de la playa.
- Pozo de Cahon (1 m), una serie de pequeñas cascadas con grandes riscos, genial para nadar o echarse clavados desde las rocas hacia las pozas profundas

Visitación estimada: en Semana Santa, de 450 a 600 visitantes por día. En la temporada alta (marzo-agosto), hasta 200 visitantes por mes. Grupos de salvadoreños vienen en autobús (50 a la vez) para visitar las playas y ríos.Un extranjero es propietario de tierras frente a la playa en la desembocadura del Río Coco y está tratando de desarrollar inmuebles frente a la playa. Actualmente no hay ninguna actividad de construcción.

ATRIBUTOS ÚNICOS - COSTA GARIFUNA BALFATE:

- Fuerte cultura Garífuna tradicional
- Playas prístinas
- Bajos niveles de visitación actual
- Red de pequeñas áreas naturales
- Potencial para fortalecer la alianza entre comunidades con productos y servicios complementarios

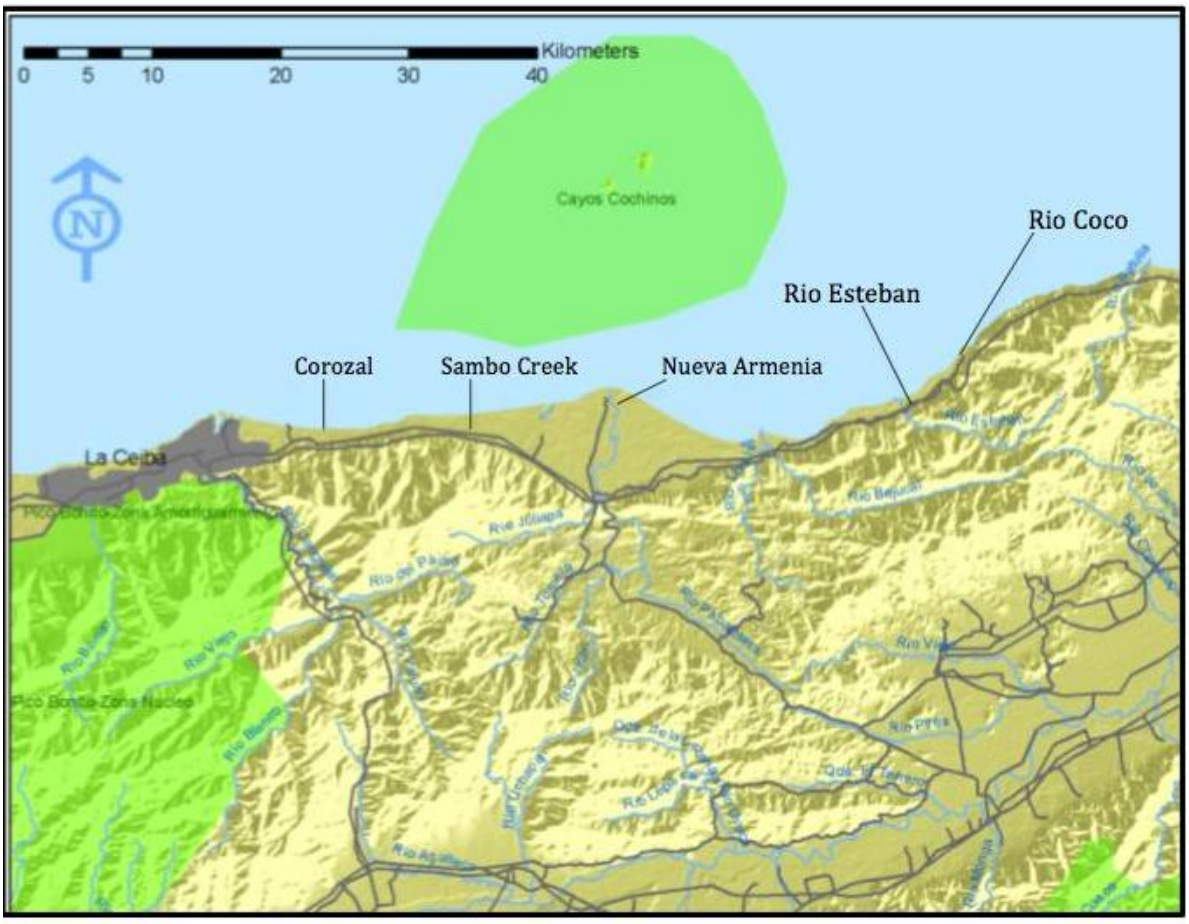
CONSIDERACIONES - COSTA GARIFUNA BALFATE:

- Falta de organización sólida entre las comunidades
- Falta de financiamiento para mantener el interés y la participación de las comunidades
- Falta de micro-financiamiento para diversificar las actividades turísticas

3.4 CAYOS COCHINOS

Cayos Cochinos es un grupo de dos islas pequeñas (Cayo Menor y Cayo Mayor) y 13 cayos de coral que cubren casi 50,000 hectáreas, a unos 30 kilómetros al noreste de La Ceiba, en la costa norte de Honduras. En 1993 un grupo de líderes empresarios preocupados por la conservación de la costa de Honduras y su vida silvestre, junto con la Fundación de Conservación Suiza llamada AVINA, formaron la Fundación de Arrecifes de Coral de Honduras, que abogó ante el gobierno hondureño para obtener la protección de estas hermosas islas. En el 2003, el decreto legislativo 114-2003 designó a Cayos Cochinos como un Monumento Natural Marino, y a la Fundación de Arrecifes de Coral de Honduras como la agencia responsable de la conservación de las islas por los siguientes 10 años. En el 2004, se aprobó el Plan de Manejo oficial. El área protegida cubre 489.25 km2, y la Fundación de Arrecifes es responsable del manejo del área. Cayos Cochinos es una de las áreas más importantes para la conservación del Sistema de Arrecifes Mesoamericano, y uno de los últimos ecosistemas no perturbados en el complejo de las Islas de la Bahía. La prohibió de la pesca ha hecho de este sitio un atractivo destino para actividades de SCUBA y snorkeling. Aunque fue decretado como área protegida en el 2004, es propiedad privada en un 100%.

MAPA 5: CLÚSTER COSTA GARÍFUNA BALFATE Y CAYOS COCHINOS



PRINCIPALES ATRACCIONES NATURALES Y CULTURALES:

La Fundación Cayos Cochinos tiene una estación de investigación en Cayo Menor, y este es el centro de recepción para todos los visitantes. Al llegar, los visitantes reciben una explicación sobre la conservación y las reglas de comportamiento para el visitante. Tanto Cayo Menor como Cayo Mayor tienen sistemas de senderos terrestres.

Atracciones naturales de Cayos Cochinos:

- Ecosistemas marinos sobresalientes
- Especies endémicas terrestres Boa Rosada e Iguana Negra
- Comunidades de plantas raras
- Tiburones Ballena de manera ocasional
- Playas de anidación de tortugas de carey
- Buen hábitat para observación de aves, particularmente de migratorias neo-tropicales

Las atracciones culturales incluyen una larga historia de aldeas Garífunas en el interior que poseen sitios tipo campamento para pesca tradicional que, en algunos casos, se han convertido en comunidades permanentes para Chachajuate (Nueva Armenia) y East End (Río Esteban). Ambas comunidades ofrecen a los visitantes con comida Garífuna tradicional, y tienen hospedaje para pasar la noche. East End está desarrollando algunas actividades alternativas como excursiones de pesca tradicional, para complementar las actividades centradas en el arrecife.

El desarrollo Plantation Beach Resort, en Cayo Mayor, tiene 12 cabañas, tienda de artículos de buceo, restaurante, dos senderos para caminata, y botes de motor. Casa Paraíso en Cayo Culebra es un pequeño desarrollo especializado en buceo.

La visitación ha crecido entre un 20 y un 25% por año, hasta llegar aproximadamente a 6,500 visitantes anuales. En los últimos años, el turismo científico y el turismo de "reality TV" han crecido significativamente. El acceso es por bote solamente, con múltiples puntos de embarcación como:

1. Sambo Creek
2. Nueva Armenia
3. La Ceiba
4. Río Esteban
5. Río Coco
6. Utila
7. Roatán
8. Utilia

ATRIBUTOS ÚNICOS - CAYOS COCHINOS:

- Sistema de arrecifes impresionante
- Cultura Garífuna con vínculos a comunidades tierra adentro
- Especies endémicas
- Proximidad a La Ceiba

CONSIDERACIONES - CAYOS COCHINOS:

- Falta de implementación de un Plan de Uso Público
- Falta de mecanismos para control de accesos
- Falta de sub-zonificación en el plan de uso público para satisfacer diferentes preferencias del visitante
- Falta de monitoreo de impactos por el turismo y plan de mitigación
- Falta de entrenamiento para operadores de botes

4 ANÁLISIS DE MERCADO

4.1 INTERNATIONAL

América Central ha visto aumentos positivos de turismo en los últimos cinco años. Honduras se ha desempeñado fuertemente y ha superado a la región del 2006 al 2007 con un impresionante 18% de aumento. La valoración informal para el 2008 indica que aún con la crisis financiera mundial la visita general ha de ser positiva alrededor del 3 al 4% de aumento. Parte de eso fue causado por el hecho de que la mayoría de la temporada alta terminó antes de que los consumidores empezaran a reducir drásticamente el gasto discrecional. Mientras tanto es difícil ser optimista con respecto al 2009, exploraremos algunos escenarios potencialmente positivos. Desafortunadamente, lo más probable es quela agitación política en junio de 2009 tenga un impacto negativo dramático sobre el mercado norteamericano, y en menor medida el mercado europeo. Mientras que los centroamericanos tienen una comprensión mucho mejor y, en general, más precisa de las situaciones políticas, siendo todas las demás cosas iguales entre los países de destino, la situación política impulsará a los visitantes potenciales a destinos alternos. El costo de la inestabilidad política en la industria del turismo es de millones de dólares, ya que hay muchos destinos compitiendo.

Cuadro 1: Llegada de Turistas a Nivel Mundial, 2003-2007 (millones de turistas)

Continente	2003	2004	2005	2006	2007	% 07*/06	Cuota de Mercado 2007
África	**31.0**	**33.8**	**37.3**	**40.9**	**44.2**	**8.1**	**4.9**
Norte de África	11.1	12.8	13.9	15.1	16.4	8.6	1.8
Subsariana África	19.9	21.1	23.4	25.9	27.8	7.3	3.1
América	**113.1**	**125.7**	**133.5**	**135.7**	**142.1**	**4.7**	**15.8**
Norte América	77.4	85.7	89.9	90.7	95.0	4.7	10.6
Caribe	17.1	18.1	18.9	19.4	19.3	-0.5	2.1
Centro América	4.9	5.7	6.5	6.9	7.7	11.6	0.9
Sur América	13.8	16.2	18.2	18.7	20.2	8.0	2.3
Asia y el Pacífico	**113.3**	**144.2**	**155.4**	**167.8**	**184.9**	**10.2**	**20.6**
Noreste de Asia	61.7	79.4	87.6	94.3	104.2	10.5	11.6
Sureste de Asia	36.1	47.1	49.3	54.0	60.4	11.9	6.7
Oceanía	9.0	10.1	10.5	10.5	10.7	1.9	1.2
Sur Asia	6.4	7.6	8.0	9.0	9.7	7.8	1.1
Europa	**407.1**	**424.4**	**441.0**	**460.8**	**480.1**	**4.2**	**53.5**
Norte de Europa	45.8	49.6	52.9	54.9	56.0	2.0	6.2
Oeste de Europa	136.1	139.0	142.6	149.8	155.0	3.5	17.3
Centro/Este de Europa	78.5	86.3	87.1	91.3	92.8	1.6	10.3
Meridional/Medit. Europa	146.8	149.5	158.4	164.8	176.3	7.0	19.6
Oriente Medio	**29.5**	**36.3**	**39.2**	**41.0**	**46.4**	**13.2**	**5.2**
Mundo	**694.0**	**764.0**	**806.0**	**846.2**	**897.7**	**6.1**	**100.0**

Fuente: Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007

Los visitantes internacionales en Honduras superaron 1 millón de visitantes en el 2004, principalmente debido al aumento dramático en llegadas de cruceros a Roatán, así como los visitantes de excursión. Ha habido un aumento constante en la llegada de turistas internacionales multi-días con un aumento del 10% entre 2005 - 2006, y 13% de aumento entre 2006 - 2007 a más de 830.000 visitantes en total. El enfoque de este reporte sobre turistas internaciones se encuentra en este segmento de turistas internacionales multi-días. Este nivel de visita es semejante al de Nicaragua (855.000 en 2007 - INTUR), y ligeramente por debajo de Guatemala (1,1 millones en 2007 - INGUAT). Haciendo una comparación a nivel regional, Costa Rica ha estado manteniendo un nivel ligeramente mayor a 2 millones de visitantes con pequeños aumentos; y la gran potencia regional, Cancún recibió más de 7 millones de visitantes en el 2007 (SECTUR).

Cuadro 2: Entrada de Visitantes a Honduras, Según Clasificación Internacional, 2003-2007 (miles de personas)

						Variación Porcentual			
CONCEPTO	2003	2004	2005	2006 P/	2007 P/	04/03	05/04	06/05	07/06
Total Visitantes (Turistas mas excursionistas)	**886.6**	**1,025.5**	**1,117.6**	**1,136.4**	**1,336.6**	**16**	**9**	**2**	**18**
Turistas (Visitantes que Pernoctan)	610.5	641.0	673.0	738.7	831.4	5	5	10	13
Excursionistas (cruceristas mas Visitantes del día)	276.1	384.5	444.6	397.7	505.2	39	16	-11	27
- Cruceristas	161.6	266.7	277.1	204.8	297.4	65	4	-26	45
- Visitantes del día	114.5	117.8	167.6	192.9	207.8	3	42	15	8

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo y Puerto de Cruceros y Marina de Islas de la Bahía

P/ = Cifras Preliminares

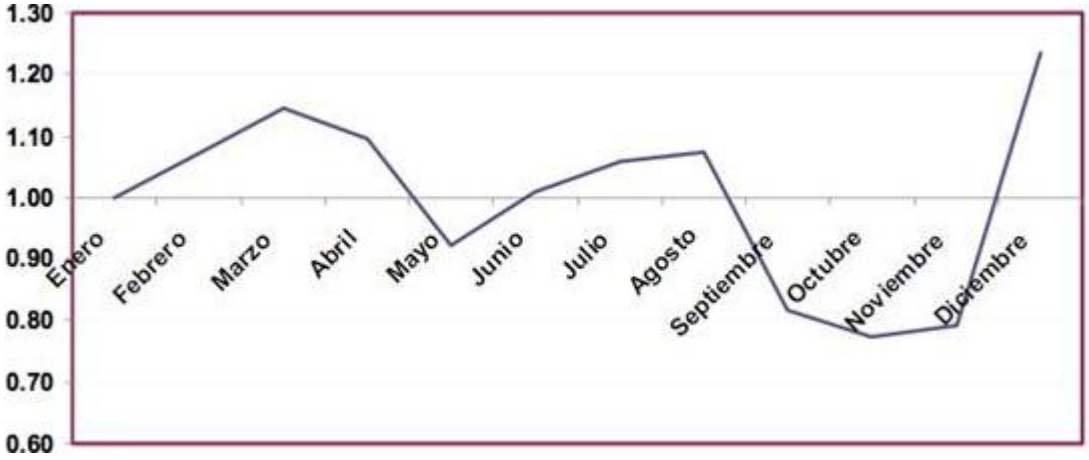
Nota: la variación negativa en el año 2006 en el número de cruceristas, fue debido a reestructuración interna de la Norwegian Cruise Line lo que obligó a cancelar sus viajes a nuestro país por ese año.

Las temporadas siguen patrones regionales, desde Junio hasta Agosto un poco más fuertes que en otros destinos de Centroamérica. De hecho, hay un flujo bastante consistente de Diciembre a Agosto con excepción de Mayo que es un mes consistentemente lento. Una ventaja en Agosto para Honduras específicamente es que hay una de las vacaciones más importantes para El Salvador, y Honduras es un destino preferido. El recientemente débil dólar estadounidense y el extremadamente fuerte euro a tener meses con muchas llegadas en verano, puesto que es el tiempo tradicional de vacaciones para los europeos.

Cuadro3: Llegada Mensual de Turistas por Año, 2003-2007

Mes	2003	2004	2005	2006	2007 p/
Enero	52,705	50,832	52,654	63,525	71,634
Febrero	54,138	59,944	62,831	65,741	69,191
Marzo	60,451	58,216	81,863	60,571	72,683
Abril	50,216	71,324	48,046	73,129	76,522
Mayo	48,659	47,969	49,203	59,093	63,828
Junio	52,339	55,214	58,138	63,525	64,893
Julio	54,486	53,231	59,989	65,741	75,130
Agosto	57,414	50,385	56,906	69,435	78,395
Septiembre	41,804	42,038	45,212	50,229	59,010
Octubre	38,479	41,972	43,967	46,536	54,300
Noviembre	38,829	43,226	44,673	47,275	56,890
Diciembre	61,015	66,630	69,553	73,867	88,957
Total	**610,535**	**640,981**	**673,035**	**738,667**	**831,433**

Gráfico 1: Índice de Estacionalidad Turismo Receptor



Al dividir el mercado hondureño por región de residencia (América Central, Europa, Norteamérica y el resto del Mundo), los Centroamericanos ocupan el 54% del mercado internacional de turismo, los norteamericanos el 38%, los europeos el 5%, y el resto del mundo el 3%. Parece sorprender que Europa sólo tuviera un 5% de la cuota del mercado en el 2007 considerando cuán fuerte el euro fue y cuán económico es Honduras comparado con Europa.

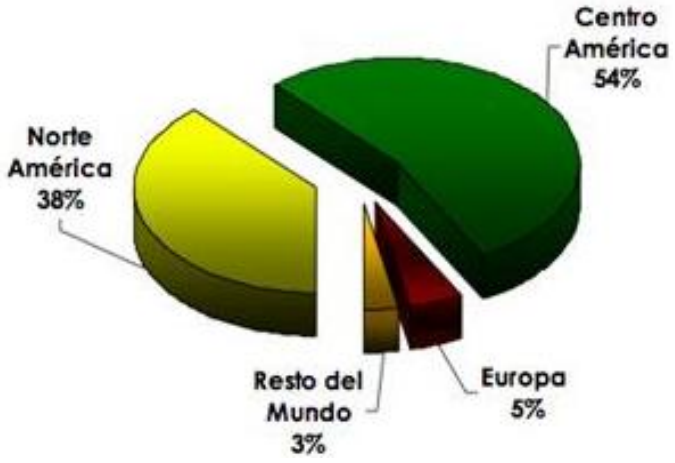
Cuadro 4: Llegadas de Turistas Según Región de Residencia 2007

Nacionalidad	Turistas	Peso Porcentual
Norte América	318,148	38%
Centro América	448,514	54%
Europa	38,226	5%
Resto del Mundo	26,545	3%
Total	831,433	100%

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Especialmente en la región de La Ceiba pareció que los visitantes italianos fueron mayoría. Pareciera ser una tendencia de los italianos concentrarse en ciertas áreas solamente. Existe una situación semejante en Yucatán al sur de Playa del Carmen. No obstante, con respecto a turistas internacionales el mercado más lucrativo es el Norteamericano / Europeo, por gastos por día y por volumen, superando a los Centroamericanos.

Gráfico 2: Llegadas de Turistas Según Región de Residencia 2007



Observando la motivación para visitar a Honduras, nos da un mayor conocimiento sobre estos amplios segmentos. Los Europeos están mucho más orientados por el placer mientras que los Centroamericanos están más interesados en los negocios. Mientras que los Norteamericanos representan la cifra más alta de turistas internacionales en busca de placer (2007), existen más norteamericanos visitando a la familia y amigos que placer. Esto podría indicar dos claros segmentos de norteamericanos – 1) Turismo tradicional de sol & playa/ecoturismo, y; 2) hondureños que viven en EEUU y Canadá que llegan de visita durante las vacaciones. Motivaciones y preferencias muy distintas.

Cuadro 5: Llegada de Turistas Según Motivo Principal del Viaje, 2007

Motivo principal del viaje	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Placer	268,259	109,416	104,388	23,048	11,798
Visitar Amigos / Parientes	258,691	122,883	124,735	5,247	2,949
Negocio / Trabajo	233,061	51,902	186,660	8,432	9,831
Misioneros	29,389	20,761	4,423	375	0
Motivo Religioso	13,669	3,086	11,943	0	655
Congresos / Seminarios	12,986	2,525	10,616	375	983
Salud	5,468	3,086	2,212	0	0
Estudio / Docencia	4,101	2,245	883	374	0
Otros Motivos	5,809	2,244	2,654	375	329
Total	**831,433**	**318,148**	**448,514**	**38,226**	**26,545**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo
Nota: Estimación aproximada según resultados de la Encuesta del Gasto y Perfil del Turista

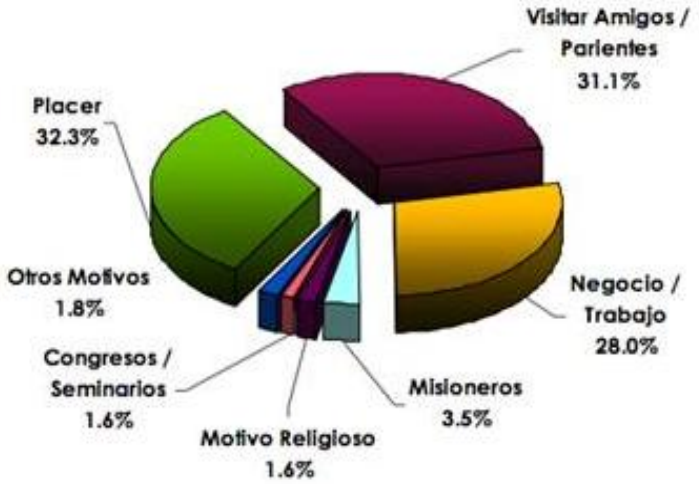
Cuadro 6: Participación Porcentual de Llegada de Turistas, según Motivo Principal del Viaje, 2007

Motivo principal del viaje	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Placer	32.3	34.4	23.3	60.3	44.4
Visitar Amigos / Parientes	31.1	38.6	27.8	13.7	11.1
Negocio / Trabajo	28.0	16.3	41.6	22.1	37.0
Misioneros	3.5	6.5	1.0	1.0	0.0
Motivo Religioso	1.6	1.0	2.7	0.0	2.5
Congresos / Seminarios	1.6	0.8	2.4	1.0	3.7
Salud	0.7	1.0	0.5	0.0	0.0
Estudio / Docencia	0.5	0.7	0.2	1.0	0.0
Otros Motivos	0.7	0.7	0.6	1.0	1.2
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Para todos los turistas internacionales la motivación número uno para visitar Honduras es placer (32.3%), visitar a la familia y los amigos en segundo lugar (31.1%), y los negocios en tercero (28%). Estas tres categorías hacen más del 90% del mercado. En el desarrollo de productos turísticos es importante considerar los diferentes segmentos, el tamaño del segmento, y pensar cuáles son las preferencias de estos diferentes productos y qué atributos de su producto apelarán o no a los diferentes segmentos.

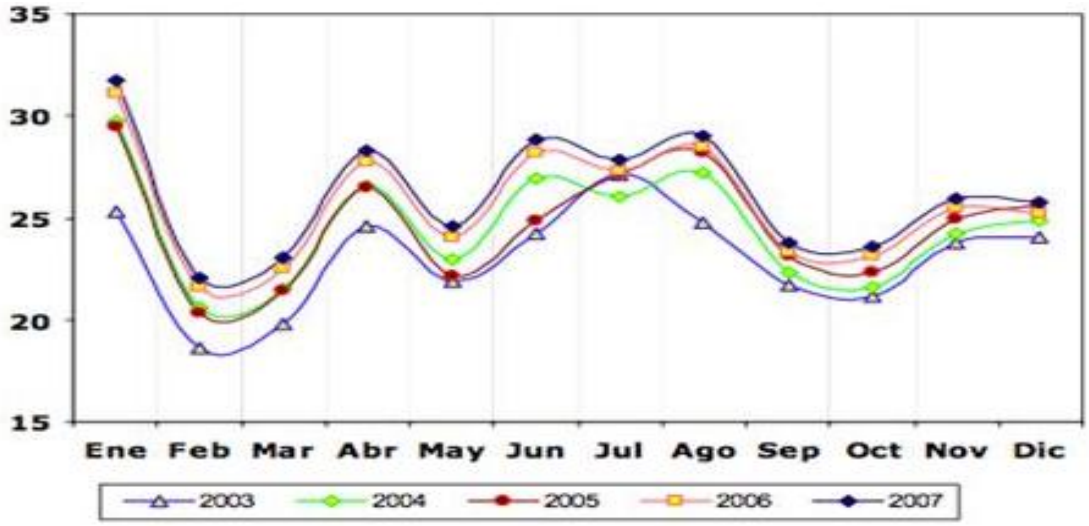
Gráfico 3: Llegada de Turistas según Motivo Principal de Viaje, 2007



El gráfico siguiente nos permite hacer algunas deducciones. Es el gráfico del volumen mensual de Hondureños que viajan internacionalmente del 2003 – 2007. Si asumimos que los Hondureños tienen patrones semejantes a otros Centroamericanos podemos obtener algunas perspectivas en segmentos estacionales de viaje. Primero, hay un aumento constante en el volumen cada año, lo que indica el aumento en la disponibilidad de ingresos para viajes internacionales. Segundo, se pueden observar las principales fechas de viajes de vacaciones para la región – La Navidad y la Semana Santa. Es también interesante ver los constantes viajes en Junio – Julio – Agosto.

Como se indicó antes, los Europeos toman tradicionalmente vacaciones en Julio y Agosto. Los Norteamericanos tienden a viajar a los trópicos durante los meses de invierno en su país, especialmente de Diciembre - Marzo. Así que si sus meses más ocupados están durante Enero, Febrero y Marzo se debe considerar desarrollar productos orientados a norteamericanos. Usted puede considerar adaptar sus productos para Norteamericanos en los meses de Enero – Marzo; a Centroamericanos en Abril – Junio; y construir quizás un nuevo segmento – más Europeo en Julio – Agosto. Esto es sólo un ejemplo de deducciones de las estadísticas y cómo posicionar productos.

Gráfico 4: Salida Mensual de Hondureños y Residentes 2003-2007 (Miles)



4.2 PERFIL INTERNACIONAL

Hay algunas diferencias interesantes entre los amplios segmentos:

- La mayoría de los visitantes Norteamericanos y Centroamericanos tienen más de 38 años de edad.
- La mayoría de los visitantes Norteamericanos y Centroamericanos están casados y la mayoría de Europeos son solteros.
- Más del 53% de los Norteamericanos y más del 50% de los Europeos hace más de $30.000 por año comparado al 12,9% de los Centroamericanos.
- Más de la mitad de los Europeos visitan Honduras por primera vez mientras la mayoría de los Centroamericanos y Norteamericanos la han visitado antes.

Cuadro 7: Llegada Anual de Turistas - Estructura Porcentual por Grupo de Edad, Según Región de Residencia, 2007

Grupos de Edades	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
26 o Menos	13.3	12.7	13.3	14.3	18.5
27 a 38 Años	33.0	27.0	37.8	42.9	32.1
39 a 57 Años	42.0	45.0	41.5	30.5	35.8
58 o más	11.7	15.3	7.4	12.3	13.6
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Cuadro 8: Llegada Anual de Turistas - Estructura Porcentual por Estado Civil, Según Región de Residencia, 2007

Estado Civil	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Soltero(a)	36.2	38.0	29.8	54.9	44.4
Casado(a)	57.2	55.6	63.2	38.2	50.6
Otro	6.6	6.4	7.0	6.9	4.9
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Cuadro 9: Llegada Anual de Turistas - Estructura Porcentual por Grupo de Nivel de Ingreso, Según Región de Residencia, 2007

Nivel de Ingreso	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
$5,000 o menos	15.6	3.1	32.1	5.0	3.1
$5,001 a $10,000	13.8	6.5	23.1	8.5	9.2
$10,001 a $20,000	12.7	10.4	16.0	10.6	9.2
$20,001 a $30,000	13.1	16.3	8.8	17.0	13.8
$30,001 a $50,000	13.7	18.2	7.8	17.0	18.5
$50,001 a $70,000	8.5	12.3	2.8	15.6	15.4
$70,001 o más	13.6	22.6	2.3	17.7	21.5
Dependiente	8.9	10.6	7.2	8.5	9.2
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Cuadro 10: Llegada Anual de Turistas - Estructura Porcentual por Grupo de Frecuencia de Visita, Según Región de Residencia, 2007

Frecuencia de Visita	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Visitó Honduras por primera vez	25.9	27.5	16.0	57.7	50.6
Visitó Honduras por mas de una vez	74.1	72.5	84.0	42.3	49.4
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

4.3 PERFIL NACIONAL

Uno de los desafíos más grandes en la región es el registro de datos exactos sobre turistas nacionales. Hay muy poca segmentación. En comparación, el mercado de EEUU está en un proceso continuo de segmentación mientras que nuevos productos son introducidos para colocar en nichos de mercados. Es lo mismo para Honduras, aunque está menos desarrollado. Existen muchos segmentos de mercado diferentes y por tanto los nacionales no deberían ser aglutinados en un solo segmento. Una atractivo del mercado nacional es el gran volumen que posee. En el 2007, más de 3,4 millones de hondureños viajaron durante el año. Esto es más de 4 veces el número de visitantes internacionales. La Navidad y la Semana Santa son los momentos preferidos de viaje.

Cuadro 11: Principales Indicadores de Turismo Interno

Indicador	
Personas que viajaron durante el año	3,472,700.0
Promedio de viajes durante el año	2
Personas por grupo familiar	4.6
Pernoctación promedio	5.6
Gasto promedio por viaje (L.)	5,016.3
Gasto promedio por persona	1,334.1
Gasto de consumo por turismo interno (Millones de L.)	9,266.0

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

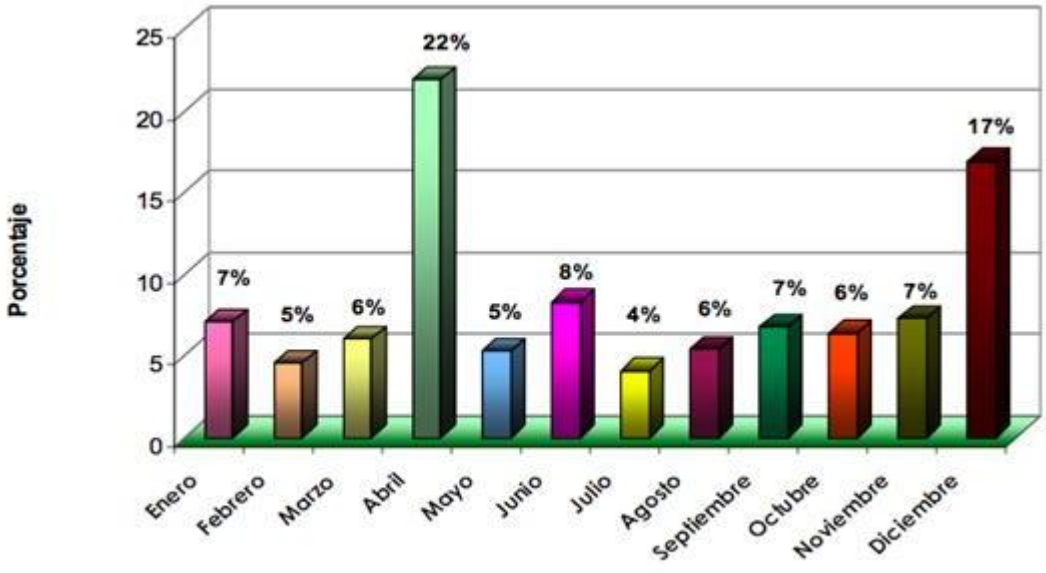
Cuadro 12: Principales Destinos de Visitación

No.	Destino	Porcentaje
1	LA CEIBA	16.9
2	TELA	13.2
3	SAN PEDRO SULA	13.0
4	TEGUCIGALPA	8.7
5	PUERTO CORTES	7.7
6	ISLAS DE LA BAHÍA	4.5
7	OMOA	4.1
8	TRUJILLO	4.1
9	CHOLUTECA	3.7
10	COPAN RUINAS	3.2
11	SANTA BÁRBARA	3.1
12	AMAPALA	2.8
13	SANTA ROSA DE COPAN	2.8
14	COMAYAGUA	2.4
15	SIGUATEPEQUE	1.8
16	OTROS	7.9

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

El Caribe Esmeralda está bien posicionado y capta el mercado hondureño durante las vacaciones, con casi el 50% del mercado nacional que visita o pasa por el departamento de Atlántida.

Gráfico 5: Visitación por Mes



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

4.4 ESTADÍSTICAS GENERALES

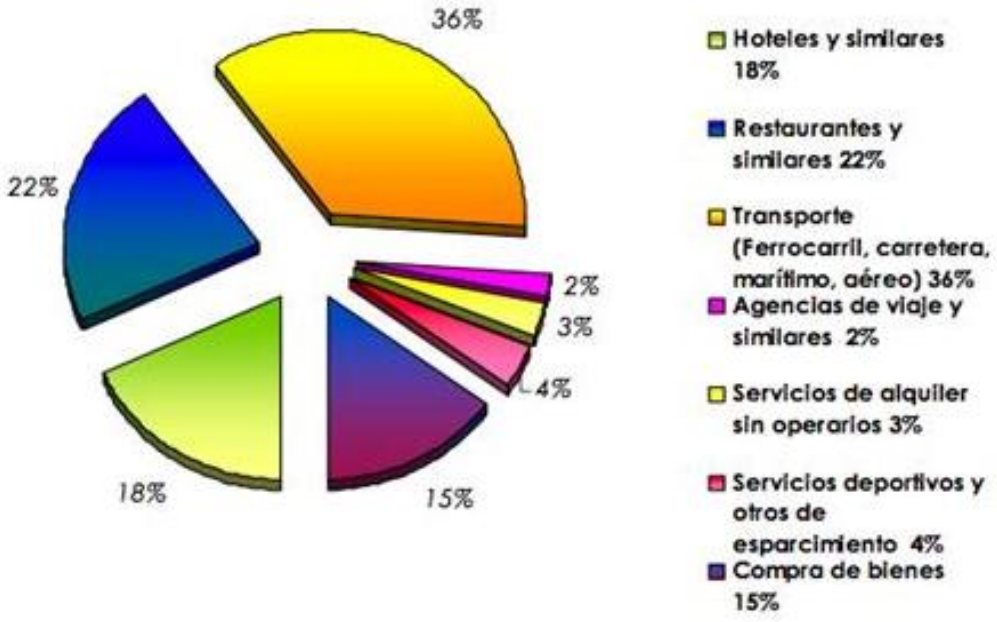
El gasto promedio por segmentos amplios indica que los Europeos gastan más, un poco más que los Norteamericanos y cada uno de estos segmentos gastan 3 veces más que los Centroamericanos. El desarrollo de nuevos productos y el ajuste de ofertas según la temporada es un factor importante. Usted debe identificar su mercado meta para diseñar y valorar su producto apropiadamente.

Cuadro 13: Gasto Promedio del Turista Receptor por Región de Residencia, 2006-2007

Región de Procedencia	Gasto Promedio por Estadía (US$)	
	2006	2007 p/
Norte América	1,014.46	867.52
Centro América	270.44	279.94
Europa	1,220.26	890.84
Resto del Mundo	1,331.20	845.95

Nota: Para 2006 el gasto promedio fue estimado en base a región de procedencia según nacionalidad para el año 2007 se estimó en base al país residencia.
p/= Preliminar

Gráfico 6: Estructura Promedio de los Egresos por Concepto de Turismo



4.5. CONCLUSIÓN:

Podemos esperar una disminución en el turismo durante el 2009 debido a la crisis financiera mundial. Las personas todavía viajarán, pero en un nivel mucho más local. México y América Central están bien posicionados para el mercado de EEUU por estar "muy cerca de casa". El incremento reciente del valor del dólar de EEUU hace a la región más accesible. Los viajeros estarán buscando ofertas y ya el mercado responde con grandes descuentos.

Para los conglomerados de turismo en el Caribe Esmeralda, esto es una buena oportunidad de mejorar productos existentes y desarrollar nuevas ofertas para la temporada de recuperación del 2010. Es importante que cada oferta sea desarrollada, valorada y vendida con segmentos de mercado específicos en mente. Hemos destacado las diferencias generales en los tres principales mercados de turistas internacionales y turistas hondureños. Cada conglomerado, y más específicamente cada sitio tiene una combinación única de segmentos de visitantes. Con un inventario de atractivos y preferencias de segmentos diferentes de mercado, cada sitio puede mejorar significativamente su atractivo.

5 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

La fabricación tradicional de la cadena de valor describe toda la gama de actividades que se requieren para crear un producto o servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de la producción, la entrega a los consumidores finales y el desecho después de su uso. Sin embargo, el turismo es un servicio. Dado que los servicios no pueden ser almacenados, la producción y el consumo de los servicios turísticos suelen ser simultáneos y se llevan a cabo en una ubicación geográfica específica - el destino turístico. Para mejorar el servicio y la satisfacción del turista, el Análisis de la Cadena de Valor (ACV) es una herramienta útil para identificar posibles deficiencias y adoptar medidas correctivas. Es también una herramienta útil para analizar la posibilidad de trasladar algunos de los beneficios económicos en diferentes sectores a través de servicios de valor agregado. Por ejemplo, desde los operadores turísticos internacionales para las comunidades locales, a través de la inversión en formación de guías especializados para actividades únicas que atraen a los segmentos exteriores del mercado, se pueden "trasladar" algunos beneficios económicos a éstas comunidades locales, dado que los operadores internacionales pagarán más por atractivos servicios adicionales para sus clientes.

Para el Caribe Esmeralda, analizaremos cada grupo e identificaremos fortalezas y debilidades, en un esfuerzo por mejorar los productos existentes, motivar en el desarrollo de nuevos productos, e identificar oportunidades de compartir beneficios a nivel local. El siguiente diagrama ilustra la cadena de valores del turismo. Si bien éste modelo se puede aplicar a casi cualquier destino turístico, éste ha sido desarrollado para la naturaleza y bases culturales del turismo sostenible en Mesoamérica. Cada entrada será explicada brevemente antes de comenzar el análisis de conglomerados.

RECURSOS NATURALES

- Biodiversidad: endémico/plantas y animales raros, comunidades de plantas raras, alta diversidad de especies, abundancia inusual de escenarios de la naturaleza.
- Atractivos naturales: cascadas, playas, montañas (pico más alto), volcanes, y fenómenos inusuales.

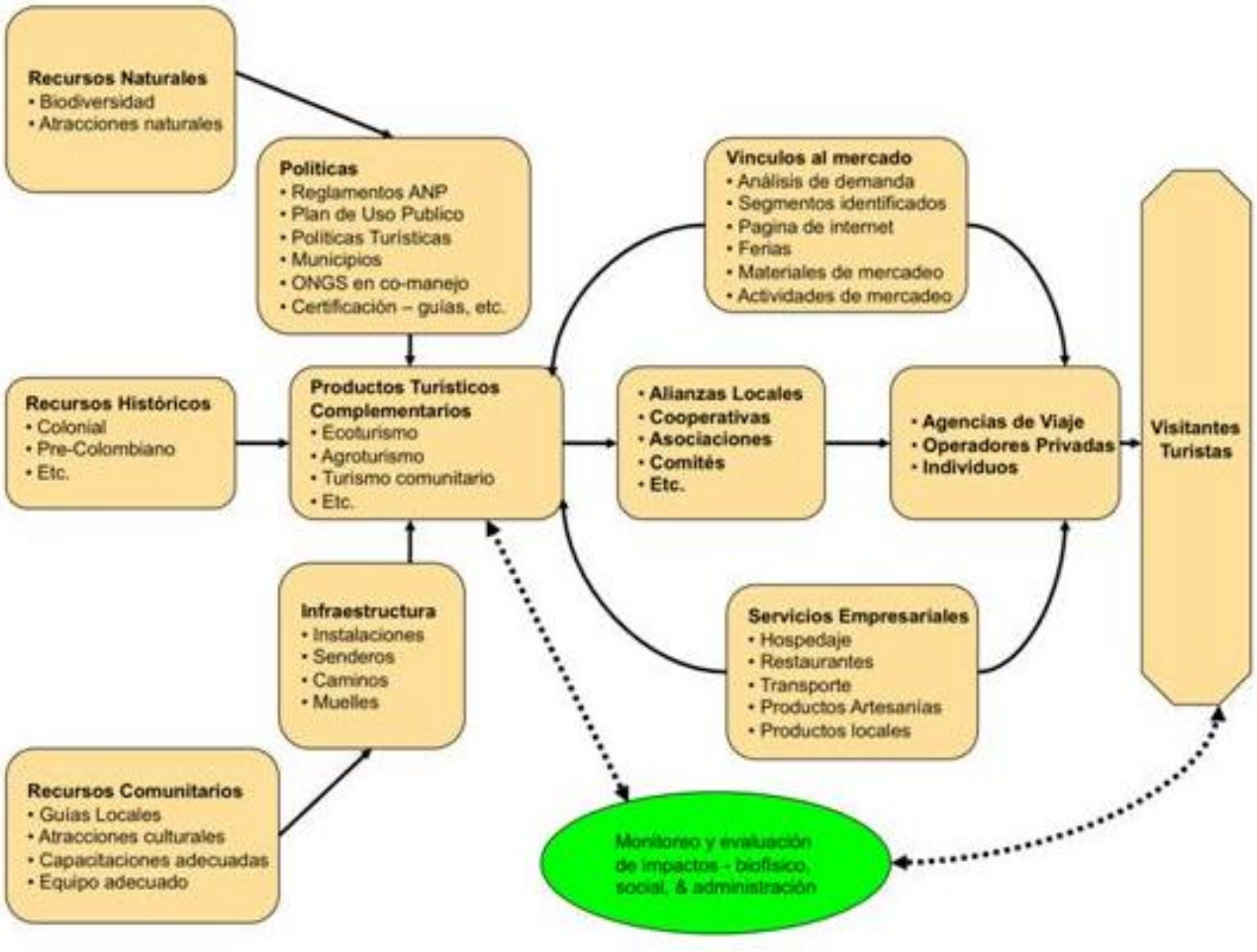
RECURSOS HISTÓRICOS

- Coloniales: iglesias, fuertes, arquitectura, etc.
- Pre-colombinos: sitios arqueológicos, arte rupestre, etc.
- Históricos: trenes, barcos y estructuras antiguas, como los edificios de las plantaciones de bananos.

RECURSOS DE LA COMUNIDAD

- Los guías locales y miembros de la comunidad interesados y dispuestos a participar en el turismo.
- Atracciones culturales: cocina local, ceremonias tradicionales, festivales, arquitectura/estilo de vida.
- Miembros de la comunidad local debidamente capacitados y preparados para interactuar con los turistas en un nivel básico.
- Equipo adecuado para trabajar con los turistas, como primeros auxilios, binoculares para la observación de bandadas de aves, equipos de seguridad, etc.

Gráfico 7: Cadena de Valor de Turismo



POLÍTICAS

- Reglamentos de las áreas naturales protegidas
- Visitas de gestión o de planes de uso público
- Políticas de turismo a nivel local, regional y nacional
- Apoyo local/municipal y políticas para el turismo
- Co-manejo de acuerdos entre las entidades gubernamentales y las ONGs
- Certificación de las normas básicas de los servicios turísticos e infraestructura

INFRAESTRUCTURA

- Instalaciones básicas como quioscos y señales
- Senderos
- Caminos de acceso
- Muelles

PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS

Estos son las posibles opciones de turismo, teniendo en cuenta todos los insumos. Algunos ejemplos de esta categoría son las siguientes:

- Ecoturismo
- Turismo rural
- Turismo comunitario
- Etc.

VINCULACIÓN CON EL MERCADO

Esto incluye dos fases: 1) la investigación y la adecuada identificación de mercados meta, y, 2) la creación de vínculos a través de diversos canales para comunicarse con los segmentos del mercado, incluye:

- Análisis de la demanda
- Identificación del segmento de mercado/s
- Sitio Web
- Materiales de mercadeo
- Ferias
- Otras actividades de comercialización

ALIANZAS LOCALES

Estas son organizaciones locales creadas para servir mejor al mercado, incluyen:

- Asociaciones comerciales
- Cámaras de comercio
- Cooperativas
- Comités

- Etc.

SERVICIOS COMERCIALES

Estos son por lo general del mercado privado, incluyen:

- Hoteles/Eco-albergues
- Restaurantes
- Transporte
- Artesanía
- Otros productos locales

EL MERCADO

- Agencias de viaje
- Operadores privados (entrantes/salientes)
- Individuales

VISITACIÓN

Por último, con todas estas diferentes entradas, tendrá un exitoso programa de visitas provisto de una base de negocio sostenible, así como un uso racional y sostenible de los recursos.

MONITOREO DE IMPACTOS Y MITIGACIÓN

Con el fin de garantizar que los productos sean sostenibles, es necesario un programa de monitoreo de impacto de visitas para supervisar los entornos biofísicos, sociales, culturales y administrativos.

5.1 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DE CADA CLUSTER TURÍSTICO

Clústeres:

1. Bahía de Tela - Lancetilla
2. La región de la Ceiba con áreas protegidas asociadas
3. Costa Garífuna Balfate - Sambo Creek a Río Esteben
4. Cayos Cochinos

5.1.1 BAHÍA DE TELA – LANCETILLA

Áreas protegidas:

- Parque Nacional Jeannette Kawas
- Parque Nacional Punta Izopo
- Jardines Botánicos Lancetilla

Comunidades clave:

- Tela
- Triunfo de la Cruz
- La Ensenada
- Tornabe
- Miami

RECURSOS - NATURALES, HISTÓRICOS Y DE LA COMUNIDAD:

***Naturales*:**
Como se indica en el sitio de análisis, las tres áreas protegidas son atracciones de clase mundial en lo que respecta a la biodiversidad, sus espectaculares paisajes y características únicas.

Históricos:
Al examinar el grupo en su conjunto, hay algunos recursos históricos sumamente importantes relacionados a la era de la "República Bananera" de la United Fruit Company. Formalmente establecida en Tela, centro de este grupo, donde existen muchos edificios históricos en peligro de destrucción y de que se pierdan para siempre. Jeannette Kawas tiene hoy en día las plantaciones de bananos y los edificios y la infraestructura del tren, sobrevivientes de la era del banano. Lancetilla tiene algunos edificios de importancia histórica, además de documentos de investigación que se remontan a la década de 1920. Actualmente estos recursos históricos están siendo sub utilizados o pasados por alto completamente.

Comunidad:

Extremadamente fuertes para las comunidades garífunas en términos de atractivos culturales. Sin embargo, las comunidades no están bien organizadas, hay una gran necesidad de entrenamiento en términos de hospitalidad, gestión de grupos, e interpretación básica de la naturaleza. Hay una fundamental falta de motivación para poner en marcha pequeñas empresas turísticas por muchas razones, más importante es que no están siendo integradas en la cadena de valores, ni por los operadores privados locales ni por la co-manejo de las organizaciones no gubernamentales responsables de la gestión de la conservación de las zonas. Esto ha traído como resultado una limitada o inexistente presencia de guías locales.

Para Lancetilla, ha habido progreso en el involucramiento de comunidades locales, hay 7 guías locales y una cooperativa de mujeres. Parece también que existen obstáculos a la participación de la comunidad, otra razón más por la que se origina un obvio distanciamiento. Sin embargo, hay un mercado potencial fuerte de productos locales, y hay una falta de espíritu empresarial. Los miembros de las comunidades locales se centran en los obstáculos en lugar de crear ideas novedosas para el auto-financiamiento y la creación de micro-empresas.

POLÍTICAS - ÁREAS PROTEGIDAS, MANEJO DE VISITANTES/USO PÚBLICO, LOCAL-REGIONAL-NACIONAL, CO-MANEJO DE LAS ONGs, CERTIFICACIÓN:

En un nivel superficial, las tres áreas protegidas están bien administradas con planes de gestión, planes de uso público, e incluso Planes Interpretativos del sitio en el caso de Lancetilla. A nivel funcional parece haber conflictos fundamentales de misión. Particularmente en el caso de PROLANSATE, parece que la organización responsable de la protección de los recursos biológicos lo es también en el negocio del turismo. Una de las principales debilidades, es la falta de incentivos para que los miembros de la comunidad local se integren y beneficien de las visitas a estas áreas protegidas. Están siendo simplemente un punto de paso entre los operadores locales y la co-manejo de las ONGs. Parece ser que debido a la grave insuficiencia de fondos y al poco éxito en la recaudación de los mismos, la co-manejo de las ONGs ve en las entradas y al turismo como un medio para sustentar sus operaciones administrativas. Esto también ha dado lugar a la falta de financiamiento para guardaparques - 6 para Jeannette Kawas, 1 para Punto de Izopo -, a la carencia de un esfuerzo sostenido en la aplicación de planes de uso público con sub-zonificación de cada una de las experiencias de los visitantes, y a un casi inexistente monitoreo del impacto de las visitas.

La incapacidad de la co-manejo de las ONGs para conseguir una financiación adecuada, ha creado una importante barrera para el desarrollo del turismo. En general, el papel de las ONGs es ser una incubadora de turismo para estimular un nivel adecuado de visitas y luego, conceder estas actividades a los actores locales con la debida supervisión de los efectos y la mitigación de salvaguardias. En cambio, parece que las ONGs han estado tratando de generar fondos para cubrir sus gastos de operaciones a través del cobro de tarifas de las actividades turísticas. La gestión de áreas protegidas y la administración, requiere de un financiamiento significativo y de un compromiso a largo plazo por parte del gobierno para proteger las áreas naturales a largo plazo. Esta es una de las áreas más importantes para abordar, ya que se encuentra en un nivel básico y socava toda la cadena de valores del turismo. Pro-Corredor tiene previsto invertir $ 3 millones de euros durante los próximos 3 años en el grupo. Si bien, estos fondos son valiosos para aumentar el personal de guardaparques, y efectuar otras

importantes inversiones, la falta de aplicación de los planes de uso público que fueron completados en el año 2004 es un motivo de preocupación. El conflicto de la misión, la falta de esfuerzo en la planificación/previsión del impacto de los visitantes, simples indicadores y estándares, son también motivo de preocupación. Cuando se le preguntó cómo iban a financiar el aumento sostenido de personal, infraestructura y trabajos de conservación, (después de los 3 años de financiamiento de Pro-Corredor) la respuesta fue que las cuotas de ingreso, generarían "beneficios". Basando en ésta perspectiva la probabilidad de éxito, no existe ningún área natural protegida en la región que sea "rentable". Las expectativas son los principales sitios arqueológicos antiguos maya como Tikal, Chichen Itza y Tulum. Estos pocos ejemplos se utilizan para financiar la totalidad de los sistemas nacionales. Es imperativo para las ONGs:

1. Centrarse en la manejo de áreas protegidas y gestionar el uso sostenible de los recursos.
2. Incubar actividades turísticas y luego otorgar concesiones para fomentar la participación local en la protección y para generar ingresos, actualmente las organizaciones no gubernamentales utilizan el turismo para financiar las operaciones y esto origina conflictos internos y con las comunidades.
3. Dada la falta de apoyo gubernamental, los conflictos con las comunidades, la limitada mano de obra y la situación financiera, las organizaciones no gubernamentales deben salir del negocio de turismo

Pro-Corredor ayudará a corto plazo, pero hay una falta de planificación a largo plazo.

CERTIFICACIÓN/ BUENAS PRÁCTICAS:

Algunos talleres se han llevado a cabo, se ha visto progresos en este ámbito. Sin embargo, no hay ninguna estrategia local para los capitanes de barco o el transporte terrestre.

INFRAESTRUCTURA:

Jeannette Kawas ha realizado una mejora constante con ensayos acuáticos y terrestres, centro de visitantes y señalización.

Punto Izopo ha preparado planes para diversificar la experiencia del visitante, pero necesita de manera significativa de financiamiento.

Lancetilla posee la más antigua y desarrollada infraestructura con un nuevo centro para visitantes, 2 km de senderos, área de nado, ha mejorado sus instalaciones de hospedaje nocturno y el restaurante, así como los planes para un nuevo centro de interpretación.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS:

Este grupo ofrece una agradable combinación de opciones. Si bien los viajes de un día a Punta Sal y Punta Izopo parecen similares, son experiencias bastante diferentes. Punta Sal realmente pone en relieve la magnitud y atracciones naturales de la región con una buena infraestructura para explorar, mientras que Punta Izopo está mucho menos desarrollada y tiene una de las más fuertes oportunidades culturales, los

Garífuna. Lancetilla por su parte, complementa estas experiencias con su más desarrollado componente educativo y la experiencia única de su jardín botánico.

Lo que parece faltar es un esfuerzo sostenido de comercialización de paquetes a estos destinos. Las compañías turísticas locales ofrecen paquetes a los tres destinos, sin embargo, ni el mercado regional ni el internacional están conscientes de que estas diversas experiencias están disponibles y de lo fácil que es visitar los tres destinos.

VINCULACIÓN CON EL MERCADO:

Análisis de la demanda/identificación del segmento de mercado: PROLANSATE ha identificado al "turismo educativo y científico" como su mercado meta. Lancetilla se ha centrado tradicionalmente en estos segmentos por su larga historia como jardín botánico. Lancetilla ha hecho un gran progreso y ha empezado a segmentar el mercado de visitantes nacionales e internacionales y a buscar estrategias para crear una combinación perfecta. No parece haber investigaciones sobre las motivaciones y preferencias de estos mercados meta, ni sobre el desarrollo de productos que atraen específicamente a éstos segmentos y/o que diferencian la experiencia de los otros segmentos.

MERCADEO:

La confusión en el mercado radica en la premisa de: ¿quién está vendiendo estas experiencias/viajes? Hay muchos canales de distribución - desde organizaciones no gubernamentales, sector privado, organismos internacionales tratando de ayudar, etc.; el visitante realmente no recibe un mensaje claro sobre cómo y por qué visitar el destino. El mercadeo y la publicidad son extremadamente caros, y esto necesita consolidarse y sumar recursos con un mensaje claro. Cada organización tiene varios sitios web, cada operador privado tiene también sus propios sitios, y también aparecen en escena, algunos sitios web más elaborados como Honduras Tips. Todas las organizaciones tienen material impreso con información básica sobre los sitios. Esta promoción confusa no es inusual en el desarrollo de los destinos. Sin embargo, para mejorar la experiencia, es importante identificar claramente los mercados meta y desarrollar productos diseñados específicamente para estos grupos, así como diferenciarlas actividades de las ONGs de otros proveedores locales de servicios. Por ejemplo, el PROLANSATE y los Tours Garífuna tienen dos diferentes mercados meta. Esto debe ser comunicado claramente al mercado y estas organizaciones deben colaborar. Cada dólar de la comercialización debe ser altamente estimulado con una estrategia específica.

ALIANZAS LOCALES:

Hay una excelente oportunidad para la coordinación a través de la Plataforma de Turismo Sostenible de Tela. Esta organización se formó en 2007 y tiene representantes de casi todas las principales partes interesadas - la única excepción son Los Micos Resort. Esto es exactamente lo que éste grupo requiere para empezar a posicionarse como un destino de primera en Honduras.

AGENCIAS DE VIAJE/TOUR OPERADORAS:

La principales tour operadoras privadas con sede en Tela son Garífuna Tours, Honduras Caribbean Tours y Caribbean Expeditions. Parece que todas están ofreciendo el mismo producto y compitiendo con el precio. Ésta en una características común, y a medida que crezca el mercado habrán más probabilidades para una consolidación. Lancetilla y el PROLANSATE ofrecen casi los mismos productos en sus respectivos ámbitos con una ligera diferencia de posicionamiento inclinado al mercado científico-educativo, sin embargo, hay muy poca diferencia en los itinerarios y actividades. La preocupación es que todas estas entidades por lo general pasan por encima de las comunidades locales, excepto en el caso de los servicios específicos. Mientras que los operadores privados necesitan sobrevivir en un mercado altamente competitivo, parece haber oportunidades para que Lancetilla y el PROLANSATE diversifiquen su cartera de productos con la construcción de capacidades locales en las comunidades y la creación de nuevos productos.

En cuanto a los viajeros individuales, sin duda, uno de los desafíos es averiguar cuáles son las opciones para las actividades. En particular los visitantes internacionales, necesitan gastar para la búsqueda de información acerca de los tours educativos de PROLANSATE, o Garífuna Tours, uno o dos días. Afortunadamente, la Plataforma para el Turismo Sostenible de Tela está consciente de este desafío.

SERVICIOS EMPRESARIALES:

Uno de los principales atractivos de Tela es su hermosa playa. Lo que impacta a los visitantes primerizos es el mal estado en general y la deficiente infraestructura de la misma. Cuando uno pasa un poco más de tiempo en Tela, otra particularidad que llama la atención es la cantidad de edificios históricos deteriorados existentes y cómo todos estos se están cayendo a pedazos. Crear una variedad de opciones de hospedaje y alimentación, es parte de la creación de un destino turístico atractivo y de la construcción de un fuerte conglomerado de turistas, sin embrago, el número de restaurantes y opciones de alojamiento son limitadas. Actualmente hay muy pocos hoteles que cumplen con los estándares internacionales y con playas seguras. Tela podría ser un destino muy atractivo si hubiese inversión pública para la limpieza de la costa de la playa y un tratamiento adecuado de saneamiento.

Otro problema, es la falta de opciones de transporte para visitar Lancetilla, Triunfo de la Cruz y otras zonas cercanas. Las únicas opciones son los autobuses públicos o los taxis. La mayoría de los turistas buscan un sistema de transporte que les permita tener mayor flexibilidad en el caso de que deseen permanecer más tiempo o salir antes. Un sistema básico de transporte mejoraría la conexión con los diferentes destinos y atraería a turistas internacionales.Con Los Micos Resort próximamente en línea, esto probablemente genere una base sostenible para un sistema de transporte.

Para las comidas tradicionales Garífuna en las diferentes comunidades, es importante diversificar el menú. "El plato" es pescado frito. Hay muchos más platos tradicionales, y los restaurantes deberían experimentar con algunas ideas nuevas.

VISITANTES:

Desafortunadamente, no sabemos lo que actualmente piensan los visitantes sobre su experiencia en la Bahía de Tela. Esto pone en relieve la falta de recopilación de información y monitoreo de los impactosde los visitantes.

MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS VISITANTES:

Es de suma importancia que las organizaciones que participan en la gestión de las áreas protegidas inicien un programa de monitoreo del impacto de las visitas. Esto incluye:

- Impactos biofísicos - daños al medio ambiente
- Impactos administrativos - cuáles son las necesidades de personal y de infraestructura para los planes de uso público
- Social - satisfacción del visitante y, cuando aplique, el impacto del turismo en o cerca de la comunidad
- Cultural – el impacto del turista en las prácticas tradicionales y actividades.

5.1.2 REGIÓN DE LA CEIBA, CON ÁREAS PROTEGIDAS ASOCIADAS

Áreas protegidas:

- Parque Nacional Pico Bonito
- Corredor Río Cangrejal
- Refugio de vida silvestre Cuero y Salado
- Parque Nacional Nombre de Dios

Comunidades clave:

- La Ceiba
- Barra Salado
- El Pino
- El Naranjo/Las Mangas

RECURSOS - NATURALES, HISTÓRICOS Y DE LA COMUNIDAD:

Naturales:

Este es probablemente uno de los grupos más fuertes de la región por sus variados atractivos naturales. Desde una excelente observación de la vida silvestre en Cuero y Saldo, a las aguas cristalinas y blancas para paseos en balsa y kayak en el Río Cangrejal, hasta excursiones en la selva de Pico Bonito. Realmente cuenta con magníficas características naturales.

Históricos:

Hay edificios históricos muy interesantes en La Ceiba que deben ser protegidos. La Ceiba tiene el potencial para convertirse en el "New Orleans" de América Central, pero muchos, si no todos los edificios históricos, están en peligro de colapsar. El tren de vía estrecha de Cuero y Salado, con su gran planta y otras obras de infraestructura son grandes recursos potenciales. También hay algunos sitios arqueológicos precolombinos que están siendo investigados. Existe en esta zona un gran potencial.

Comunidad:

Las comunidades están cada vez más organizadas y más comprometidas con las actividades turísticas. Se ha producido un flujo interminable de ONGs locales e internacionales que ofrecen diferentes cursos de capacitación y planes que nunca parecen durar más del ciclo de uno o dos años de financiamiento. Sin embargo, en cada una de las áreas hay una organización a nivel comunitario, algunos guías locales, y algunas diferentes alianzas y redes. Para el Refugio de Vida Silvestre de Cuero y Salado, la co-manejo de ONG - Fundación Cuero y Salado (FUCSA) - debe crear incentivos en las comunidades locales para invertir en actividades turísticas. A su vez, tanto FUCSA como los operadores privados en La Ceiba, necesitan apoyar e integrar nuevas actividades en sus ofertas. Si bien es cierto, todavía se encuentran en una fase temprana de desarrollo, todos los recursos de la comunidad podrían ser fuertes con inversiones adicionales e incentivos.

POLÍTICAS - ÁREAS PROTEGIDAS, MANEJO DE VISITANTES/USO PÚBLICO, LOCAL-REGIONAL-NACIONAL, CO-MANEJO DE LAS ONGs, CERTIFICACIÓN:

En un nivel superficial, las tres áreas protegidas están bien administradas con planes de manejo y planes de uso público. A nivel funcional hay una falta de aplicación de los planes de uso público, particularmente en el de monitoreo y mitigación del impacto de los visitantes. El Parque Nacional Pico Bonito y FUPNAPIB han hecho un buen trabajo en la integración de las comunidades locales y de otros interesados en las estrategias de visitas a Pico Bonito. Tanto en el punto de acceso a Zacate como en el Río Cangrejal, han participado las comunidades locales.

El caso de Cuero y Salado es un poco más complicado. Como se ha mencionado, hay una cierta cantidad de "comunidad desgastadas" por los interminables talleres. Sin embargo, hay un núcleo sólido de 3 de guías locales con 3 más en formación, y un fuerte compromiso turístico de las comunidades locales. La falta de recursos para la gestión de áreas protegidas es, sin duda, parte del problema. Sin embargo, no parecen haber incentivos reales para que los miembros de la comunidad inviertan como pequeña empresa en actividades turísticas. Lo sintomático del problema es el mantenimiento del motor de barco. Casi el 100% de las visitas a Salado Barra es por barco. FUCSA cuenta con 4 motores (1 dedicado a la conservación, y 3 al turismo). Es normal que 2 de los motores no estén funcionando. Cuando los grupos arriban, a veces tienen que esperar dos horas, ya que sólo uno o dos barcos pueden salir al mismo tiempo, lo que hace que el visitante tenga una pobre experiencia. FUCSA necesita asegurarse de que existan los incentivos en el lugar no sólo para la reparación y el mantenimiento básico, sino también para el financiamiento de nuevas embarcaciones y de motores más silenciosos y más eficientes. El restaurante "concesión" tampoco está funcionando óptimamente. Uno de los mayores problemas es que no hay energía eléctrica, por lo que los grupos deben reservar los pedidos con anticipación para comer un plato típico. No hay ningún interés por parte de la concesión en crear un menú que no requiera de pollo o pescado. Otro desafío es llegar a Salado Barra, para lo que se necesita tomar un tren (de vía estrecha)

que es administrado por el gobierno federal, y que además no rinde cuentas ni a las comunidades ni al refugio de vida silvestre. Esto supone un deficiente calendario de llegadas y salidas del tren. Hay un pobre sistema de comunicación, debido a que el gerente del tren a menudo no responde su teléfono celular.

El municipio de La Ceiba no es pro-activo en lo que respecta a la diversificación de la oferta de servicios turísticos. La administración actual parece estar comprometida a dar fortalecimiento a los festivales - principalmente el Carnaval – y a no mejorar los conglomerados.

INFRAESTRUCTURA:

Mejoras importantes en Pico Bonito, con senderos adicionales, un centro de visitantes y un puente en las cuencas del Río Cangrejal, así como otros dos senderos en la comunidad.
Mejora del camino a las Cascada de Zacate. En Cuero y Salado han construido un centro de visitantes/restaurante, un hospedaje básico estilo ecolodge, y está desarrollando un sendero comunal en Salado Barra. Está programado que los 9,5 kilómetros de la vía estrecha del ferrocarril sean reconstruidos en el 2009.

Los caminos de acceso no están bien señalizados. Los botes y motores de Cuero y Salado no cumplen con las expectativas del mercado.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS:

El Parque Nacional Pico Bonito, el Río Cangrejal y la Reserva de Vida Silvestre de Cuero y Salado ofrecen diferentes actividades complementarias. Existe una gran mezcla de ecoturismo, turismo de aventura y turismo comunitario. Al igual que la Bahía de Tela, el desafío consiste en comunicar y dar a conocer éstas atracciones a los visitantes. La mayoría de turistas desconocen las oportunidades o bien, no están lo suficientemente informados como para saber lo cerca o accesibles que son estas opciones.

VINCULACIÓN CON EL MERCADO:

Análisis de la demanda/identificación del segmento de mercado: El mercado nacional y particularmente el internacional, consideran los atractivos que ofrece este clúster como actividades preferidas. Una de las estrategias para este clúster es expandirse a nuevos segmentos de mercado. Uno de los segmentos de mercado tradicionales ha sido el mercado internacional de "mochileros", conocido por su apretado presupuesto y falta de voluntad para pagar por el valor agregado. Si bien este es un segmento viable, los ecoturistas de alto nivel norteamericanos y europeos tienden a gastar de 5 a 6 veces más por día/viaje. El Lodge en Pico Bonito así como también la Palma Real han creado una oportunidad para prestar servicios a este segmento. El clúster en su conjunto tiene que trabajar en esto y brindar precios al por mayor para el Lodge y el Palma Real y al por menor para los viajeros individuales. El clúster también tiene que estar pendiente de las temporadas de visitas de los turistas, y ajustar sus servicios de acuerdo a esto (Enero - Marzo norteamericanos; Abril - Junio hondureños; Julio - Agosto europeos/centroamericanos). El clúster también necesita mercadearlos destinos, no sólo los productos específicos, sino toda la cartera. Hay una gran cantidad de escuelas de buceo en las Islas de la Bahía, las

cuales necesitan esperar 24 horas antes a los vuelos internacionales, que podrían ser un segmento lucrativo.

Los tour operadores locales también ofrecen productos similares a precios competitivos. Existe cierta diferenciación en aventura/rafting de agua blanca, pero es bastante competitivo.

ALIANZAS LOCALES:

Lamentablemente, no hay una organización como la de la Plataforma para el Turismo Sostenible de Tela. Se recomienda que la Cámara de Turismo de La Ceiba inicie la formación de una organización similar que mancomune los recursos limitados provenientes del mercadeo y presente un mensaje coherente.

El ecoturismo en el Cangrejal es ideal para avanzar y diversificar los productos para el Corredor del Río Cangrejal. FUPNAPIB y la comunidad de El Pino necesitan realizar esfuerzos adicionales para asegurarse de que están incluidos. El Pino es un miembro de la Red Comunitaria, que incluye cinco o seis pequeñas comunidades (incluyendo Salado Barra), lo que podría ser importante.

Las compañías turísticas privadas, comunidades locales y ONGs, necesitan trabajar conjuntamente.

AGENCIAS DE VIAJE/TOUR OPERADORAS:

Existen cinco tour operadoras ubicadas en La Ceiba - Tourist Options, Garífuna Tours, La Moskitia Ecoaventuras, Omega Tours, y Jungle River. Omega y Jungle River se concentran exclusivamente en el Río Cangrejal. Como se mencionó anteriormente, todas ofrecen paquetes similares y precios competitivos. Como se mencionó también, las empresas turísticas necesitan trabajar conjuntamente con la co-manejo de las ONGs y las comunidades locales. Los incentivos para aumentar la cantidad de visitas, la inversión en infraestructura y otras oportunidades deben ser exploradas. Tanto las ONGs como las comunidades locales, necesitan comprender la estructura de precios para crear incentivos a los tour operadores privados para que se incrementen las visitas.

SERVICIOS EMPRESARIALES:

El transporte y la variedad de alojamientos de calidad son las dos áreas que restringen el turismo. La Ceiba ha venido promoviendo la idea de ser un "destino ecoturístico", pero casi no poseen opciones de hospedajes ecológicos fuera del Lodge de 4 estrellas en Pico Bonito. El Río Cangrejal está respondiendo a esta oportunidad de mercado con un número de desarrollo mediano en proceso o previstos. Algún tipo de sistema de empuje/promoción es necesario para reforzar las tres áreas. Los autobuses públicos o los taxis son las únicas opciones de transporte, y debido a las distancias - no funcionan bien para el turismo. La mancomunación de recursos y el poseer opciones de traslado hacia y desde el Cuero y Salado en la mañana y en la tarde tendría un impacto dramático. En el caso del Corredor del Río Cangrejal es más difícil, debido a que hay atracciones extendidas a más de 10 kilómetros, por lo que un simple traslado de ida y vuelta sólo tendría un impacto limitado. La clave es crear por ejemplo, un flujo sostenible y variado de visitas de pequeñas empresas de transporte.

Para los servicios de alimentación en esta zona, ambos, Cuero y Salado y el Cangrejal, necesitan contar con la fiabilidad de los servicios de alimentos. Una vez más, esto depende de un flujo sostenible de las visitas para mantener el negocio. Si bien la ubicación no ha adquirido ningún tipo de reputación por la singularidad de sus platillos, buen servicio, lugares entretenidos donde comer, etc., el mercado debe incluir los servicios de comidas en esos lugares. En la actualidad, el servicio de alimentos es tan independiente, que los grupos privados llevan sus comidas (en cajas por ejemplo) o bien elaboran un itinerario que prevea comer en La Ceiba.

Las artesanías están siendo promovidas por organizaciones de financiamiento, esto debe fomentarse a través de la concentración (de un stand en la estación de tren de carga dentro y fuera de las zonas de carga, por ejemplo) y en puntos estratégicos de compra. En resumen, a través de la creación de algunas tiendas de recuerdos. Las comunidades del Cangrejal han desarrollado una buena diversidad de productos, éstas deben trabajar juntas para desarrollar múltiples puntos de distribución/venta.

VISITANTES:

Desafortunadamente, no sabemos lo que actualmente piensan los visitantes sobre su experiencia en las diferentes zonas. Esto pone en relieve la poca recolección de información.

MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS VISITANTES:

Es de suma importancia que las organizaciones que participan en la gestión de las áreas protegidas inicien un programa de monitoreo del impacto de los visitantes. Esto incluye:

- Impactos biofísicos - daños al medio ambiente
- Impactos administrativos - cuáles son las necesidades de personal y de infraestructura para los planes de uso público
- Social - satisfacción del visitante y, cuando aplique, el impacto del turismo en o cerca de la comunidad
- Cultural – el impacto del turista en las prácticas tradicionales y actividades.

5.1.3 COSTA GARÍFUNA BALFATE

Empezando desde La Ceiba y yendo hacia el este, las comunidades trabajando en el desarrollo de actividades turísticas son:

1. Corozal (Garífuna)
2. Sambo Creek (Garífuna)
3. Jutiapa (Mestizo)
4. Nueva Armenia (Garífuna)
5. Río Esteban (Garífuna)
6. Río Coco (Mestizo)

RECURSOS - NATURALES, HISTÓRICOS Y DE LA COMUNIDAD:

La región de Balfate tiene una mezcla muy atractiva de atracciones naturales y comunales. Ésta es una nueva área y en términos generales, la cadena de valores del turismo es muy débil y/o carente de algunos insumos importantes. Dos aspectos de esta zona hacen que sea muy atractiva, la cultura Garífuna que complementa los atributos naturales del grupo La Ceiba, y la falta de un turismo en masa y de playas prístinas abiertas. Es evidente que la segunda atracción puede ser fácilmente destruida por una sobre visitación.

El atractivo natural a nivel comunitario incluye las áreas protegidas, cascadas, aguas termales, lagunas y manglares ideales para explorar en kayak o canoa. Estas atracciones están distribuidas sobre los 30 kilómetros de esta zona, mayormente concentradas al final de la carretera por la comunidad del Río Coco.

Los recursos culturales son más representativos en Río Esteban y Nueva Armenia, pues poseen un sentir muy Garífuna, así como también Sambo Creek y Corozal. El Festival Garífuna en Río Esteban es sin duda, uno de los principales eventos culturales de la zona. Las tradicionales actividades pesqueras y agrícolas no deben pasar desapercibidas por la comunidad para segmentos de mercado enfocados en la comunidad.

POLÍTICAS - ÁREAS PROTEGIDAS, MANEJO DE VISITANTES/USO PÚBLICO, LOCAL-REGIONAL-NACIONAL, CO-MANEJO DE LAS ONGs, CERTIFICACIÓN:

El esfuerzo principal de la política ha sido la de mejorar la carretera de acceso. Han nacido una serie de diferentes proyectos a pequeña escala financiados por ONGs, lo que incluye también el apoyo para la construcción de un restaurante y en la producción de artesanías en Río Esteban, la construcción de cabañas en Río Coco, artesanías, fabricación de muebles en Corozal, e incluso la búsqueda para desarrollar una escuela de buceo en Río Esteban. El recién declarado Parque Nacional Nombre de Dios, se encuentra en la parte occidental de esta zona. Las mejores prácticas de formación/capacitación y otros talleres han sido ofrecidas a estas comunidades.

Sin embargo, ninguna política general o de turismo para esta zona está siendo ejecutada en este momento.

INFRAESTRUCTURA:

Las rutas de acceso han mejorado, pero todavía los caminos están sin pavimentar. Hay varios cruces de ríos que también se han mejorado, pero que pueden ser barreras que impidan el acceso en caso de fuertes lluvias. Hay una serie de pasos comunales, generalmente cortos (menos de 1 km). No hay un centro oficial de visitantes, ni un punto central de las actividades turísticas.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS:

Ésta área complementa los otros dos grupos cercanos - La Ceiba y Cayos Cochinos. Debido a la proximidad con los Cayos Cochinos y a la histórica relación que estas comunidades tienen con los Cayos, existe la oportunidad de "llenar" un día de viaje a los Cayos Cochinos con una visita a ésta zona. También, apelando al hecho de que cada comunidad tiene una ligera diferente posición en el mercado, con Corozal cercano a La Ceiba; el punto de partida Sambo Creek para los Cayos Cochinos; Nueva Armenia un poco aislada y muy Garífuna cerca a la laguna, Río Esteban en el centro de la zona; y el majestuoso Río Coco al final de la carretera, se recomienda que cada comunidad se concentre en un producto básico diferente al de los demás. Esto los hará más atractivos para los viajeros independientes y aventureros, y para los tour operadores privados y los hoteles en La Ceiba.

VINCULACIÓN CON EL MERCADO:

Actualmente, ningún operador privado ofrece viajes a la zona este de Jutiapa de manera consistente. Al trabajar colectivamente, las comunidades deberán desarrollar servicios complementarios (cultural, natural, de servicio - restaurantes/baños) y algunos aspectos básicos de medio día, día completo y tal vez, viajes durante la noche. Invitar a los tour operadores privados locales a experimentar los productos, dará lugar a la retroalimentación. Básicamente se requiere perseverancia y determinación para desarrollar un destino. Tomando ventaja de todas las actividades de capacitación, la creación de una red, y siempre de la promoción, se dará lugar a que lentamente algunos operadores turísticos experimenten con nuevos destinos y actividades.

ALIANZAS LOCALES:

Tomando en cuenta los resultados de nuestra investigación, fueron identificadas dos alianzas, una de ella es la agrupación de las comunidades en el territorio, y la Cámara de los Cayos incluye la Fundación Cayos Cochinos - Río Esteban, Nueva Armenia, y Sambo Creek. Ambos son importantes para garantizar el desarrollo de productos complementarios y la promoción de los grupos, en lugar de simplemente tomar en cuenta un destino o un proveedor. Ambos son organizacionalmente débiles, pero se han puesto de acuerdo sobre la estructura organizacional y asuntos de liderazgo.

AGENCIAS DE VIAJE/TOUR OPERADORAS:

Acosta Tours opera afuera de Sambo Creek para organizar tours a los Cayos Cochinos, las otras tour operadoras privadas son Tourist Options y Garífuna Tour (también se enfocan en giras a los Cayos Cochinos).

SERVICIOS EMPRESARIALES:

Fuera de algunas excepciones – Restaurante Rosie's en Río Esteban, Cabañas del Río Coco, y dos hoteles en Río Esteban -, hay un reducido número de servicios al este de Jutiapa. Corozal tiene un agradable hotel y restaurante (Ocean View), y Sambo Creek tiene varias opciones de alojamiento. Los tipos de transporte son autobús, taxi o coche privado. Hay planes para varias comunidades de extranjeros jubilados, a fin de que se puedan desarrollar más servicios.

VISITANTES:

Desafortunadamente, no sabemos lo que actualmente los visitantes piensan sobre su experiencia en las diferentes zonas. Esto pone en relieve la poca recolección de información.

MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS VISITANTES:

Debido al desarrollo en ésta área, es importante que la Costa Garífuna Balfate se posicione adecuadamente en el mercado. Las playas vírgenes, la falta de turismo en masa y su auténtica cultura, son sus principales atracciones. Mantener esto puede ser extremadamente difícil si de repente el destino es "descubierto" y no hay una adecuada supervisión del impacto de los visitantes y las estrategias de mitigación. El monitoreo del impacto social y cultural debería ser un aspecto más prioritario debido a las características únicas de la zona. La determinación y fijación de límites aceptables para los miembros de la comunidad es importante para evitar los conflictos y las discusiones sobre cómo compartir las tradiciones culturales con el público y, para establecer directrices que minimicen los impactos. Esto no significa que los impactos/efectos biofísicos y administrativos no son importantes. Esto significa que estas otras áreas necesitan ser evaluadas desde una perspectiva comunitaria y no estrictamente desde una perspectiva tradicional de gestión de áreas protegidas. Esto incluye:

- Impactos biofísicos - daños al medio ambiente
- Impactos administrativos - cuáles son las necesidades de personal y de infraestructura para los planes de uso público
- Social - satisfacción del visitante y, cuando aplique, el impacto del turismo en o cerca de la comunidad
- Cultural – el impacto del turista en las prácticas tradicionales y actividades.

5.1.4 CAYOS COCHINOS

RECURSOS - NATURALES, HISTÓRICOS Y DE LA COMUNIDAD:

La preservación de los recursos naturales marinos de los Cayos Cochinos es una prioridad global para The Nature Conservancy, la mayor organización para la conservación del mundo. Hay también algunos importantes recursos terrestres examinados en la sección de Análisis de Sitio. Está de más decir que ésta es una zona natural impresionante.

Culturalmente, hay dos villas Garífunas que históricamente han utilizado estas islas durante las temporadas de pesca. Tanto Chachajuate como East End agregan valor cultural a los Cayos Cochinos. Ambos poseen restaurantes y hospedajes para pasar la noche.

Cayo Menor es el centro administrativo del área protegida y está permanentemente provista con personal. Todas las islas son de propiedad privada, por lo que también se encuentra en la zona una mezcla de casas privadas y de "yachties"-veleros privados que van de paso.

Los miembros de la comunidad de los Cayos Cochinos se benefician de las visitas principalmente a través de los servicios - los servicios de barco para el turismo científico, las comidas del día y el alojamiento para los visitantes. Hay pocos guías locales, dado que la mayoría de los visitantes planifican su viaje con cualquiera de los tour operadores privados de La Ceiba o Sambo Creek, los que cuentan con sus propios guías.

POLÍTICAS - ÁREAS PROTEGIDAS, MANEJO DE VISITANTES/USO PÚBLICO, LOCAL-REGIONAL-NACIONAL, CO-MANEJO DE LAS ONGs, CERTIFICACIÓN:

La Fundación Cayos Cochinos es la ONG encargada de la gestión de la reserva marina. Similar al caso de PROLANSATE, parece haber un conflicto de intereses entre la misión de la organización y el interés de participar en el negocio del turismo. Hay por lo menos siete diferentes puntos de salida de barco para visitar los Cayos Cochinos y la sobre visitación es una grave amenaza. En los últimos años, la Fundación Cayos Cochinos ha participado en el turismo científico con WALLASEA, empresa de investigación voluntaria y científica. Es una empresa privada de origen británico con fines de lucro. También han trabajado con una empresa televisiva italiana que tiene un contrato para producir un programa similar al de "Survivor" para el mercado italiano, y existe un contrato con el operador privado español para ofrecer tours de "supervivencia" al mercado privado. Esto sin duda ha originado importantes ingresos para la organización que le ha ayudado a mantener su salud financiera. Existe un Plan de Gestión y un Plan de Uso Público. En el plan de uso público están incluidas recomendaciones para el desarrollo de indicadores de impacto y normas para los visitantes. Lamentablemente, muy poco se está haciendo para controlar los impactos causados por los visitantes en las áreas importantes. Un ejemplo irónico de ello es el del grupo que está haciendo la recolección de datos - WALLASEA, tiene los grupos más grandes y el que crea un mayor impacto al tratar de recoger los datos sobre los efectos. Sus recolectores están provocando el mayor impacto. El programa de televisión y los tours de supervivencia son los que principalmente están poniendo en peligro en Cayo Menor el hábitat de

especies terrestres. Lamentablemente, los ingresos adicionales se podrían haber utilizado para establecer un modelo/programa de vigilancia, mitigación y de medición del impacto de las visitas sobre los recursos naturales de la zona. Fundamentalmente este conflicto de misión está ocasionando la degradación de los recursos.

INFRAESTRUCTURA:

El Centro de Visitantes de Cayo Menor está provisto con baños y áreas de orientación para los visitantes del día. Hay una serie de cabañas para los investigadores, así como centros de investigación y restaurantes. Hay algunos senderos en Cayo Menor exclusivos para los investigadores (y el equipo). Cayo Mayor tiene un simple sendero desde East End, Plantation Beach Resort cuenta con dos senderos privados. No está permitido anclar en las zonas marinas protegidas, y en la actualidad no existe un sistema de boyas que permita amarrar los barcos. Actualmente hay ideas no oficialmente establecidas para elaborar senderos acuáticos de kayak de mar.

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS:

Como se ha mencionado anteriormente, los Cayos Cochinos complementan a la Costa Garífuna Balfate y a otras actividades grupales en La Ceiba. El medio ambiente de calidad de los arrecifes hacen al lugar uno de los mejores sitios para buceo en el Caribe. Las comunidades de East End y Chachajuate deben identificar a diferentes mercados meta a los cuales ofrecer servicios. Las comunidades de Corozal y Sambo Creek deberían desarrollar algunos productos complementarios - baile Garífuna, teatro, etc., - que podrían ofrecerse después de pasar un día en el arrecife. Las otras comunidades más al este deberían explorar múltiples opciones que se puedan realizar el último día de visita en los Cayos Cochinos y antes de regresar a La Ceiba.

VINCULACIÓN CON EL MERCADO:

Actualmente los operadores turísticos en La Ceiba están ofreciendo tours a los Cayos Cochinos, así como también algunos operadores de las Islas de la Bahía. La clave radica en la identificación de mercados meta viables. La mayoría del desarrollo hasta la fecha se ha concentrado en los viajeros con presupuesto. Si los viajeros científicos voluntarios son un segmento ya identificado, la gestión de los impactos de estos grupos debe ser imprescindible. Es importante crear más servicios de valor agregado manejados por las comunidades, como senderos acuáticos para kayak de mar.

ALIANZAS LOCALES:

Existe una organización – Cámara de Turismo de los Cayos Cochinos – que es organizativamente deficiente, pero que posee una estructura y que podría ser una excelente herramienta para el desarrollo futuro, concentrada en minimizar los impactos, la creación de productos complementarios y la integración de la comunidad.

AGENCIAS DE VIAJE/TOUR OPERADORAS:

Tourist Options, Acosta Tours y Garífuna Tours son las principales tour operadoras privadas y que mueven mayor cantidad de clientes. El reto consiste en atraer a nuevos segmentos de mercado a La Ceiba, esto desde que los Cayos Cochinos se han convertido en un destino bastante conocido.

SERVICIOS EMPRESARIALES:

El transporte está bastante desarrollado para las personas que visitan desde La Ceiba. Los tour operadores salen todos los días y los visitantes se ven en la necesidad de adquirir vehículos pick-up. Como ya se ha mencionado, la actual falta de control sobre el número de barcos que pueden visitar la zona debería ser una de las principales preocupaciones de la Fundación Cayos Cochinos.

Desafortunadamente, los alojamientos en general no cumplen con las expectativas de los mercados internacionales, con la excepción tal vez de Casa Paraíso en Cayo Culebra (que no ha sido visitado). Los alojamientos en Chachajuate son muy rústicos y únicamente accesibles para viajeros con presupuesto. El restaurante de East End fácilmente podría posicionarse como la mejor opción en Chachajuate. Lamentablemente, el diseño tan pobre (2 habitaciones con 10 camas en cada habitación) y la ubicación (a 10 pies de las casas de la comunidad vecina) de los alojamientos en East End, los hacen sólo atractivos para los grupos de bajo presupuesto. Es evidente que los impactos sociales de la construcción de un refugio en el centro de la comunidad no fueron considerados. Hay otra opción de alojamiento, Plantation Beach Resort. Éste está ubicado en Cayo Mayor, posee un hermoso bosque. Incluye 12 cabañas con servicio de restaurante y puntos de atraque para las embarcaciones. En algún momento ésta propiedad debe haber sido impresionante, pero el abandono y el deterioro de la infraestructura le ha hecho venirse abajo y ser un hospedaje potencialmente peligroso.

Hasta que no se cuente con segmentos del mercado que visiten constantemente los Cayos Cochinos y que sean verdaderamente exigentes, con disposición a pagar más por los servicios ofrecidos, la zona seguirá siendo una opción únicamente para pasar el día. La Fundación Cayos Cochinos seguramente debe preferir éste tipo de visita, debido a que hay menores efectos biofísicos de los que se dan cuando los huéspedes deciden pasar la noche en el lugar.

VISITANTES:

Desafortunadamente, no sabemos lo que actualmente piensan los visitantes sobre su experiencia en las diferentes zonas. Esto pone en relieve la poca recolección de información.

MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LOS VISITANTES:

Es necesario que la Fundación Cayos Cochinos inicie programas de estudio del impacto y monitoreo de las visitas. Esto incluye:

- Impactos biofísicos - daños al medio ambiente
- Impactos administrativos - cuáles son las necesidades de personal y de infraestructura para los planes de uso público
- Social - satisfacción del visitante y, cuando aplique, el impacto del turismo en o cerca de la comunidad
- Cultural – el impacto del turista en las prácticas tradicionales y actividades.

6 DESARROLLO DE PRODUCTOS Y ASOCIACIONES

Cada uno de los clúster turísticos ha desarrollado un portafolio de productos que resalta los atributos naturales de cada localidad. Las atracciones culturales e históricas se han incluido, hasta cierto grado, en el portafolio de productos. Se requieren cuatro pasos adicionales para posicionar adecuadamente a Caribe Esmeralda en el mercado:

1. Identificar las motivaciones y las preferencias del mercado objetivo
2. Ajustar los itinerarios para que atraigan al mercado objetivo específico
3. Paquetes de productos en cada clúster turístico
4. Paquetes de productos entre los clústeres turísticos

Mercados objetivos identificados en la actualidad:

1. Educativo – estudiantes nacionales
2. Educativo – estudiantes internacionales
3. Educativo – individuos internacionales
4. Científico / Voluntario – internacional
5. Aventura – nacional
6. Aventura – internacional
7. Ecoturismo – Nacional
8. Ecoturismo – Internacional
9. Cultural – Nacional
10. Cultural – Internacional

Cada uno de estos mercados objetivos tiene preferencias y niveles de precios diferentes, y por lo tanto pueden subdividirse. Por ejemplo, el mercado objetivo "Ecoturismo – internacional", se puede subdividir en:

1. Ecoturismo internacional – Centro América
2. Ecoturismo internacional – Norte América
3. Ecoturismo internacional – Europa

Cada uno de estos sub-segmentos tiene características únicas y sus propios patrones de visitación estacionales. Un componente clave del monitoreo de impactos por visitantes es evaluar la satisfacción del visitante y aprender sobre las preferencias de los diferentes segmentos del mercado. El hecho de incluir un guía de interpretación en un recorrido básico, no necesariamente va a satisfacer las necesidades del segmento de mercado educativo. Casi todos los operadores privados a lo largo del Caribe Esmeralda tienen guías bilingües y han incorporado interpretación natural y cultural. De hecho, los guías con más habilidades se encuentran en el mercado privado, en donde reciben mayores compensaciones por esa experiencia. ¿Qué componente educativo se ofrece que no sea yaparte de un paquete de "ecoturismo"?

Igualmente importante es cómo maximizar los beneficios. Ciertamente, el primer beneficio que usualmente se considera es el financiero. A partir del análisis de mercado, sabemos que los segmentos Europeo y Norteamericano gastan más por día durante sus visitas. También sabemos que el mercado nacional es el más grande por mucho, pero gasta menos. Entre los dos está el mercado Centroamericano.

Desde el análisis de la cadena de valores, existen limitaciones para alcanzar las expectativas del mercado Norteamericano en términos de hospedaje, guías, y preparación de alimentos. Los Europeos, en general, son más tolerantes en estas áreas. Por lo tanto, si se quiere que un producto tenga éxito, se requiere tener la capacidad, el entrenamiento y el equipo necesario para satisfacer las demandas del mercado. Atacar de manera agresiva al mercado Norteamericano con hospedajes deficientes, guías que no hablan inglés y servicio de alimentación en restaurantes locales sin entrenamiento en preparación de menús, no va a tener éxito deseado.

Para complicar esto, casi todos los mercados objetivos mencionados pueden ser divididos aún más en mayoristas/minorista. Esto significa que uno puede ser un intermediario –mayorista – (entre algún operador/distribuidor de los Estados Unidos, Universidades, etc.), o uno puede comunicarse directamente con individuos (minorista). Si se tiene la capacidad de ser un intermediario, se espera una comisión del 15 al 20%, y obviamente es menos rentable. Sin embargo, los intermediarios no tienen gastos de mercadeo.

Cada organización y clúster turísticos necesita considerar cómo posicionarse ante otros prestadores de servicios y atracciones, y ante otros destinos dentro del clúster, y también entre diferentes clústeres turísticos. Algo complicado, pero necesario para el éxito a largo plazo. Todos los destinos turísticos a nivel mundial enfrentan los mismos requerimientos.

También hay que considerar cómo hacer la transición a más valor agregado/segmentos de mercado más rentables. Muchas organizaciones necesitan evolucionar paulatinamente, e introducir de manera estratégica nuevos productos para nuevos mercados objetivos más específicos, conforme tienen más capacidad y recursos para satisfacer las expectativas adicionales que esto representa.

Gráfico 8: Ejemplo – Aparición de Diferentes Segmentos de Mercado Con Incremento de Precios



Para este análisis, observemos de cerca cada clúster turístico para identificar cuáles creemos que son los segmentos más viables durante el año. Después haremos algunas recomendaciones para paquetes entre-clústeres que atraigan a los segmentos que consideremos como más viables.

La Semana Santa y la primera semana en Agosto son temporadas de vacaciones bien reconocidas regionalmente. Particularmente durante la Semana Santa casi todos los prestadores de servicios turísticos funcionan más allá de su capacidad. Es importante planificar el manejo de las grandes cantidades de basura y desechos humanos, y particularmente en áreas frágiles, es necesario contar con lineamientos establecidos para minimizar los impactos adversos.

6.1 BAHÍA DE TELA – LANCETILLA

Áreas Protegidas:

- Parque Nacional Jeannette Kawas
- Parque Nacional Punta Izopo
- Jardines Botánicos de Lancetilla

Comunidades Clave:

- Tela
- Triunfo de la Cruz
- La Ensenada
- Tornabe
- Miami

SEGMENTOS DE MERCADO:

- Estudiantes Nacionales
- Estudiantes Internacionales
- Ecoturistas Europeos
- Ecoturistas Norteamericanos
- Recorridos Especializados – Observación de Aves, Plantas, Orquídeas, Mariposas

Estudiantes Nacionales:

Aunque los beneficios financieros de este segmento son mínimos, la inversión a largo plazo en el futuro es de extrema importancia. La infraestructura ya existe para servir a este mercado, y la clave es colocarla visitación en "temporadas contiguas a las altas" (antes y/o después de las temporadas altas), de manera que no desplacen a un segmento de mercado más lucrativo. Idealmente esto es en Mayo y de Septiembre a Noviembre. Sin embargo, sabemos que la preferencia generalmente es para el periodo de Mayo a Agosto. Este segmento es ideal para introducir nuevos servicios y productos, y para dar a los miembros de comunidades locales la experiencia de trabajar con grupos.

Estudiantes Internacionales:

Algunas características claves que este segmento busca son:

- Hacer conexiones locales
- Visitar lugares fuera de los tradicionales
- Proyectos de Voluntariado (limpieza de playas, apoyo a escuelas locales, etc.)
- Hospedaje en dormitorios sencillos y accesibles
- Sitios que puedan acomodar a grupos relativamente grandes (más de 15 personas)
- Localidades céntricas
- Apoyo a organizaciones conservacionistas locales
- Itinerarios de múltiples días

PROLANSATE y Lancetilla están bien posicionados para servir a este mercado. La infraestructura, las relaciones con comunidades locales, y el personal ya existen para manejar a estos grupos.

Itinerario de Muestra:

Día 1: Llegar a Lancetilla (noche: Lancetilla)
Día 2: AM Visitar los diferentes segmentos comunitarios de Lancetilla; PM Proyecto de Servicio (noche: Lancetilla)
Día 3: AM Traslado a Tornabe; PM Visita a Miami (noche: Tornabe)
Día 4: AM Punta Sal; PM Proyecto de Voluntariado (noche: Tornabe)
Día 5: AM Traslado a Triunfo de la Cruz; PM Proyecto de Voluntariado en Punta Izopo (noche: Triunfo de la Cruz)
Día 6: AM Visita a Ensenada; PM LIBRE (noche: Triunfo de la Cruz)
Día 7: Partida

Ecoturistas Europeos:

Este segmento está buscando atracciones naturales y culturales. El segmento Europeo es un poco más aventurero y usualmente dispuesto a rentar un carro y encontrar sus propios destinos. Se adaptan bien a condiciones más rústicas de hospedaje (justificadas), al igual que a las interacciones comunitarias, y les gusta el probar la comida local.

Itinerario de Muestra:

Día 1: Llegar a Tela y dormir en un hotel en la playa – Cesar Marisco / TelaMar / Otras opciones
Día 2: Punta Sal con visita a Miami (noche: Tela)
Día 3: Triunfo de la Cruz, Punta Izopo, recorrido comunitario con baile (noche: Triunfo de la Cruz)
Día 4: Lancetilla como visita a la comunidad (noche: Tela)

Ecoturistas Norteamericanos:

La venta es por operadores mayorista. Les gusta ver destacadas atracciones naturales y culturales, hospedaje de categoría, y requiere de preparación apropiada de alimentos o se enfermará.

Itinerario de Muestra:

Día 1: Llegada a Tela (noche: TelaMar)
Día 2: Punta Sal con visita a Miami (noche: TelaMar)
Día 3: Triunfo de la Cruz, Punta Izopo (noche: TelaMar)
Día 4: AM Lancetilla; PM partida a otro destino

Recorridos Especiales:

Estos se enfocan en ejemplos sobresalientes en un área particular, y usualmente son para extranjeros, particularmente grupos de observación de aves. Normalmente el itinerario es diseñado por un experto conocedor. Es importante evaluar los recursos y platicar con expertos para desarrollar itinerarios atractivos. Por ejemplo, Robert Gallardo sería un buen contacto para desarrollar un recorrido de tres días para observación de aves, mariposas y orquídeas. La estacionalidad suele ser muy importante.

6.2 REGIÓN DE LA CEIBA CON ÁREAS PROTEGIDAS ASOCIADAS

Áreas Protegidas:

- Parque Nacional Pico Bonito
- Corredor del Río Cangrejal
- Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado

Comunidades Clave:

- La Ceiba
- Barra Salado
- El Pino
- El Naranjo/Las Mangas

SEGMENTOS DE MERCADO:

- Aventura Internacional
- Ecoturistas Europeos
- Ecoturistas Norteamericanos
- Viajes de un día por Palma Real y The Lodge en Pico Bonito
- Recorridos Especiales: Observación de aves, plantas, orquídeas, mariposas

Aventura Internacional:

El Río Cangrejal y el descenso en balsa por los rápidos, así como los paseos en kayak son una atracción natural para este segmento. El reto es ampliarla actividad base, ya que el Río Cangrejal es un evento de un sólo día debido a su corta longitud. Una expansión lógica sería un día completo de kayaking en Cuero y Salado, incorporando una caminata moderada en Pico Bonito. Si se rehabilitara La Casona, la casa de plantación en Salado Barra, podría convertirse en una experiencia especial. Se pueden ubicar diferentes opciones de precios a partir de una selección de sitios de hospedaje (Cabañas del Bosque, Jungle River, Omega, The Lodge en Pico Bonito).

Itinerario de Muestra:

Día 1: Llegada a Río Cangrejal – nadar por la tarde
Día 2: Rápidos del Río Cangrejal
Día 3: Escalar Pico Bonito desde el Centro de Visitantes; PM Traslado a La Casona en Cuero y Salado; caminata nocturna (noche: La Casona)
Día 4: Kayaking a Barra Cerrado, acampar por la noche
Día 5: Regreso a La Ceiba

Itinerario de Muestra para Ecoturistas Europeos:

Día 1: Llegada a Cabañas del Bosque; PM Caminata por Sendero Comunitario
Día 2: AM Visita Comunitaria a El Naranjo/Las Mangas; PM Rápidos del Río Cangrejal (noche: Cabañas del Bosque)
Día 3: Caminata a Pico Bonito – Cataratas Zacate (noche: Cabañas del Bosque)
Día 4: Kayaking desde Boca del Toro a Salado Barra. Regreso a La Ceiba

Ecoturismo Norteamericano:

Día 1: Llegada a Cabañas Omega; PM nadar en Cangrejal
Día 2: AM Visita comunitaria a El Naranjo y Las Mangas; PM Rápidos del río Cangrejal (noche: Omega)
Día 3: AM Caminata Pico Bonito desde el Centro de Visitantes; PM Traslado a La Casona
Día 4: Recorrido temprano en bote para observación de manatíes; PM Regreso a La Ceiba

Viajes de un día por Palma Real y The Lodge en Pico Bonito:

Ambos hoteles están bien familiarizados con las diferentes atracciones del área. Un área con oportunidades para nuevos productos es qué recomendar a los huéspedes en un día lluvioso. Ecoturismo Cangrejal puede desarrollar un paquete excelente para visitar los diferentes sitios de sus miembros. Lo que se necesita es consistencia en el servicio y los precios de mayorista. La otra oportunidad es diversificar la experiencia (e improvisar de manera consistente) en Cuero y Salado. En primer lugar, se debe mejorar el paquete básico. Esto es, tomar el tren desde La Unión a Salado Barra; tener botes y guías en operación; y regresar a tiempo. Si se diseña adecuadamente, medio día, e incluso un día completo de recorridos en kayak puede convertirse en algo popular. Y si se cuenta con animales sanos y bien entrenados, los paseos a caballo son también algo popular que puede venderse a precios razonables. Remodelar La Casona y ofrecer un viaje en tren por la tarde, pasar la noche, y un recorrido al amanecer, puede ser atractivo, pero hay que recordar que los huéspedes ya están pagando por el hospedaje, de manera que esta opción podría ser prohibitiva.

Recorridos Especiales:

Estos se enfocan en ejemplos sobresalientes en un área en particular, y normalmente se ofrecen a turistas extranjeros, particularmente grupos de observadores de aves. Normalmente, un experto conocedor diseña el itinerario. Es importante evaluar los recursos y hablar con expertos para desarrollar itinerarios atractivos. Por ejemplo, Robert Gallardo es un buen contacto para desarrollar un recorrido de tres días para observar aves, mariposas y orquídeas. La estacionalidad es muy importante.

6.3 COSTA GARIFUNA BALFATE

Comenzando por La Ceiba y hacia el este, las comunidades que están trabajando en desarrollar actividades para el turismo son:

1. Corozal (Garífuna)
2. Sambo Creek (Garífuna)
3. Jutiapa (Mestizo)
4. Nueva Armenia (Garífuna)
5. Río Esteban (Garífuna)
6. Río Coco (Mestizo)

SEGMENTOS DE MERCADO:

- Europeo Rural/Ecoturistas
- Norteamericano Rural/Ecoturistas

Debido a la falta de muchos servicios, se recomienda desarrollar un itinerario básico, y conforme se desarrollen más productos, añadirlos paulatinamente al itinerario. Este itinerario puede ajustarse para apuntar a diferentes segmentos del mercado. El itinerario básico es:

Turismo Rural:

Día 1: La Ceiba a Río Coco; PM caminata a las cascadas/nadar
Día 2: Paseo en bote y snorkeling en Playa Manatí, día de campo en la playa, visita a la comunidad
Día 3: AM Recorrido por la fábrica de Casabe; recorrido por la comunidad; almuerzo y recorrido por la comunidad Río Esteban; regreso a La Ceiba

Ecoturista Norteamericano:

Día 1: La Ceiba a Río Coco; PM caminata hacia las cascadas/nadar
Día 2: Paseo en bote y snorkeling en Playa Manatí, día de campo en la playa
Día 3: Kayaking en Laguna Lis Lis; PM Almuerzo y recorrido comunitario en Río Esteban; regreso a La Ceiba

6.4 CAYOS COCHINOS

SEGMENTOS DE MERCADO:

- Científico Internacional / Voluntarios (múltiples días)
- Aventura Internacional (múltiples días)
- Sol y Playa
- Ecoturismo Europeo
- Ecoturismo Norteamericano

La Fundación Cayos Cochinos tiene programas bien establecidos para los dos primeros segmentos. Es importante mantener las encuestas de satisfacción del visitante y adicionalmente realizar investigación de mercado para mantener y expandir estos segmentos.

El segmento de Sol y Playa opera con individuos que tienen múltiples opciones desde La Ceiba y Sambo Creek; Palma Real y The Lodge en Pico Bonito tienen contratos actuales.

Ecoturistas Europeos y Norteamericanos:
Si los impactos del visitante son aceptables para cuando se tenga que pasar la noche en los sitios, este segmento tiene el potencial de pasar una o dos noches. Se recomienda que se hospeden ya sea en Plantation Beach Resort, o posiblemente en Casa Paraíso. El hospedaje en Chachajuate y East End está diseñado para viajeros con bajo presupuesto, y no satisfacen las demandas de este segmento. Esto no los excluye de utilizar nuevos productos o servicios existentes.

Itinerario de Muestra:

Día 1: Traslado a Cayos; AM Snorkeling; PM Almuerzo en Chachajuate, registrarse en el sitio de hospedaje
Día 2: AM Kayaking; PM Almuerzo en East End, caminata en Cayo Mayor
Día 3: AM Snorkeling/Regreso a La Ceiba

6.5 ITINERARIOS ENTRE CLUSTERS TURÍSTICOS

El Caribe Esmeralda debería promover de manera agresiva itinerarios entre conjuntos turísticos, para elevar el perfil de la región. Pensamos que el segmento más viable del mercado es el Ecoturista Europeo,

con mayor énfasis en atracciones basadas en comunidad y cultura. Para el Ecoturista Norteamericano, que tiene más énfasis en atracciones naturales y en actividades de fáciles a moderadas, pero que tiene el mismo interés en atracciones culturales y comunitarias, pueden ofrecerse versiones más cortas. Estos dos segmentos se complementan el uno al otro durante las temporadas, siendo los Norteamericanos los que llegan entre Enero y Marzo, y los Europeos entre Junio y Agosto.

Otros dos segmentos a considerar son el Educativo Internacional y el Científico/Voluntario.

EUROPEOS:

Día 1: Llegar a San Pedro Sula y trasladarse a Tela, relajarse en la playa
Día 2: Punta Sal con Miami
Día 3: Triunfo de la Cruz/Ensenada; Punta Izopo
Día 4: Visita a la Cooperativa de Mujeres en Lancetilla, nadar, comer en el restaurante antes de partir a La Ceiba (Cabañas del Bosque)
Día 5: AM Visita comunitaria a El Naranjo/Las Mangas; PM Rápidos
Día 6: Cuero y Salado; PM Caminata en Pico Bonito
Día 7: Traslado a Río Coco; Tarde nadando en las cascadas
Día 8: Playa Manatí / snorkeling/caminata corta
Día 9: AM Visita a la comunidad de Río Esteban; PM Traslado a Corozal (Ocean View)
Día 10: Traslado a Cayos Cochinos (Plantation Beach Resort); snorkeling
Día 11: Snorkeling regreso a La Ceiba
Día 12: Regreso a San Pedro Sula

NORTEAMERICANO:

Día 1: Llegada a San Pedro Sula y traslado a Tela, relajarse en la playa
Día 2: Punta Sal con Miami
Día 3: Triunfo de la Cruz / Ensenada; Punta Izopo
Día 4: Visitar la Cooperativa de Mujeres en Lancetilla, nadar, comer en el restaurante antes de partir a La Ceiba (Lodge en Pico Bonito)
Día 5: AM Visita comunitaria a El Naranjo / Las Mangas; PM Rápidos
Día 6: Cuero y Salado; PM Caminata en Pico Bonito
Día 7: Recorrido de un día a Cayos Cochinos
Día 8: Regreso a San Pedro Sula

SEGMENTO EDUCATIVO INTERNACIONAL:

Día 1: Llegada a Lancetilla
Día 2: AM Visitar los diferentes sectores comunitarios de Lancetilla; PM Proyecto de Servicio
Día 3: Traslado a Tornabe; PM Visita a Miami
Día 4: AM Punta Sal; PM Proyecto de Servicio

Día 5: AM Traslado a Triunfo de la Cruz; PM Proyecto de Servicio en Punta Izopo
Día 6: Visita a Ensenada; PM LIBRE
Día 7: Traslado a Cuero y Salado
Día 8: AM recorrido en bote temprano; PM Proyecto de Servicio
Día 9: AM Traslado a Cabañas del Bosque; PM LIBRE, nadar
Día 10: Visita a la comunidad; PM Rápidos
Día 11: Traslado a East End, Cayos Cochinos; PM Snorkeling
Día 12: Proyecto de Servicio
Día 13: Traslado a La Ceiba

CIENTÍFICO/VOLUNTARIO:

Día 1 – 7: Tornabe y colecta de datos para Jeannette Kawas
Día 8 – 12: Recolección de datos en Lancetilla
Día 13 – 20: Cayos Cochinos
Día 21: Partida

RECORRIDOS ESPECIALIZADOS EN OBSERVACIÓN DE AVES:

Día 1: Llegada a San Pedro Sula y Traslado a TelaMar
Día2: Punta Sal
Día 3: Observación de aves en Lancetilla; PM Traslado a Lodge Pico Bonito, después de la cena, observación de búhos
Día 4: Parque Nacional Pico Bonito
Día 5: Cayos Cochinos – Plantation Beach Resort
Día 6: Traslado a Olanchito
Día 7: Regreso a La Ceiba
Día 8: Partida

7 ASOCIÁNDOSE

Para que el Caribe Esmeralda se vuelva un destino de clase mundial, los diferentes actores necesitan trabajar juntos. El turismo es una de las industrias más competitivas y el cliente tiene, literalmente, todo el mundo para tomar una decisión. Cada actor tiene que comprender claramente cuál es su papel. Modelo tras modelo ha demostrado que el medio más efectivo para servir al mercado privado es crear incentivos de mercado privado para los proveedores de servicios. Sin embargo, la tendencia para el mercado privado es sobre-explotar y extraer los beneficios del turismo no-regulado. Así que para mantener la sostenibilidad, se debe mantener un sistema de confirmación (chequeo) y equilibrio que permita al mercado privado funcionar tan libremente como sea posible, pero que garantice la conservación de los recursos. Como se ha discutido, algunos segmentos del mercado son mejor atendidos por un actor que por otro.

Las ONGs que participan en el co-manejo (PROLANSATE, Lancetilla, FUPNAPIB, FUCSA, y Fundación Cayos Cochinos), deben entender claramente su papel con el turismo, ya que ellas son las responsables últimas de la conservación a largo plazo. Lo primero y más importante es que son organizaciones de conservación. NO son operadores privados. Cualquier participación en actividades de turismo se debe enfocar en crear la sostenibilidad, con énfasis en la conservación de los recursos naturales. No deben ver a las actividades de turismo como una manera de generar ganancias de operación. Esto es equivalente a formar negocios privados competitivos con ventajas injustas (acceso y sin impuestos, por ejemplo), y es un conflicto fundamental con su misión. Una de las grandes debilidades de la cadena de valores del turismo para Caribe Esmeralda es la ausencia de una clara definición de los papeles de las ONGs que participan en el co-manejo. Sin embargo, juegan un papel crítico y las ganancias por visitación deberían financiar el monitoreo y la mitigación de impactos por visitantes. Las áreas clave para las ONGs que participan en el co-manejo, con respecto al turismo, son:

- Incubadoras para micro-empresas de turismo sostenible
- Asegurar una educación ambiental apropiada para todos los visitantes
- Manejo de concesiones
- Manejo de impacto de visitantes, programas de monitoreo y mitigación
- Tomar acciones correctivas donde se justifique, usando un modelo de manejo adaptativo

Como incubadoras para micro-empresas de turismo sostenible, se requiere también crear incentivos para la participación de comunidades locales, una de las estrategias fundamentales del turismo sostenible. Esto implica obtener recursos para estudios de factibilidad, infraestructura, equipamiento, entrenamiento, etc. Esta área está bien comprendida por las ONGs. El siguiente paso es implementar un programa de monitoreo de impactos de visitantes, y después crear concesiones para miembros de la comunidad y/o para operadores privados. Las ONGs que participan en el co-manejo aún recibirían un porcentaje de las ganancias, al mismo tiempo que pueden mantenerse enfocadas en su misión: la conservación, en lugar de intentar manejar un negocio. Al manejar concesiones, las ONGs pueden tomar acciones correctivas en caso de existir impactos inaceptables.

Así que la clave para las asociaciones es que las ONGs que participan en el co-manejo deben desarrollar relaciones claras entre los socios, y crear incentivos para las comunidades locales y los operadores privados, reforzando los programas de turismo sostenible.

Los segmentos apropiados para las ONGs que participan en el co-manejo son:

a. Educativo – Estudiantes Nacionales
b. Educativo – Estudiantes Internacionales
c. Educativo – Individuos Internacionales
d. Científico/Voluntario - Internacional

A largo plazo, es mucho más eficiente para las ONGs el concesionar estas actividades al mercado privado.

El mercado privado debe comprometerse con las metas de conservación de las áreas protegidas, y estar dispuesto a pagar las cuotas de entrada. También deben involucrar a las comunidades locales. Sorprendentemente, uno de los retos para formar asociaciones es la falta de estructuras de precios escalonados para mayoristas y minoristas. Los operadores privados necesitan incentivos financieros que apoyen los programas, si es que van a seguir en el negocio. Un ejemplo es ofrecer 15-20% de comisión. Los encargados de áreas protegidas, en este caso, las ONGs, tienen la responsabilidad de crear experiencias seguras, educativas e interesantes. Si los recursos se manejan apropiadamente, y las comunidades locales y los operadores reciben incentivos, el mercado estará dispuesto a pagar por una experiencia de alta calidad.

8 EVALUACIÓN DE ENTRENAMIENTO Y RECOMENDACIONES

Entrenamientos PLANEADOS pasados y actuales

1. Construcción de caminos
2. Construcción de senderos – Río Zacate
3. Senderos Interpretativos
4. Implementación de Planes de Uso Público
5. Entrenamiento de Guías Naturalistas (12 guías)

    - Módulo I – Introducción a Recorridos (tours)
    - Módulo II – Estructura de Recorridos
    - Módulo III – Manejo de Grupos
    - Módulo IV – Uso de Lenguaje Interesante, Mercadeo y Estimación de Costos

6. Entrenando a Capacitadores – Guías de Naturaleza
7. Servicio al Cliente (Sambo Creek, Corozal, Balfate)
8. Preparación de Alimentos
9. Turismo Cultural

ENTRENAMIENTOS RECOMENDADOS:

La demanda por entrenamiento es ilimitada. El reto es identificar dos o tres talleres que representen un impacto significativo en la creación del destino Caribe Esmeralda como uno de los preferidos en Mesoamérica

Existen tres áreas que harían una diferencia significativa en esta etapa del desarrollo:

1. Replicar la Plataforma de Turismo Sostenible de Tela en La Ceiba y Cayos Cochinos/Costa Garífuna Balfate
2. Crear paquetes inter-destinos (entre clústeres turísticos) para diferentes objetivos de mercado, y definir claramente los papeles de las ONGs, comunidades, operadores privados y otros actores
3. Diseño, Implementación y Manejo de Concesiones