PLAN ESTRATÉGICO Y OPERATIVO

Institución: 501 - Instituto Hondureño de Turismo

EJERCICIO: 2024

MISIÓN: Somos la institución encargada de estimular y promover el turismo como una actividad económica sostenible e inclusiva que impulse el desarrollo equitativo para el beneficio de todos los hondureños y hondureñas, ejecutando las políticas públicas del Estado y de la Secretaría de Turismo por medio de la conservación de los recursos que habilitan las condiciones propicias para el turismo del país.

VISIÓN: Ser la institución que posicione el turismo sostenible e inclusivo por medio de una amplia oferta de destinos turísticos diversificada, competitiva y de calidad que detonará la inversión y desarrollo de las comunidades para el crecimiento económico equitativo del país.

OBJETIVO: **1 - Promocionar y comercializar los destinos turísticos para incrementar el ingreso de visitantes, implementando acciones que contengan un enfoque de turismo sostenible e inclusivo, posicionando a Honduras como un destino competitivo en sus mercados prioritarios.**

Objetivo Operativo: 1 Incrementar la llegada de visitantes nacionales e internacionales, mediante estrategias de promoción.

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad	Producción Anual
1 - Estrategias de promoción y mercadeo de los destinos turísticos, implementadas como una herramienta de desarrollo sostenible para beneficio de la sociedad hondureña.	416 - INTERVENCION	6 - Mensual	356
2 - Participación institucional en las Ruedas de negocios internacionales.	984 - RUEDA DE NEGOCIOS	6 - Mensual	9
3 - Presentaciones de país enfocadas en culturas vivas, turismo comunitario y diversos productos turísticos realizadas.	584 - PRESENTACIÓN	6 - Mensual	2
4 - Negociaciones finalizadas través de la participación en ruedas de negocios.	454 - NEGOCIACION	6 - Mensual	50
5 - Plan de Promoción especializada con la FCCA elaborado.	264 - PLAN	6 - Mensual	1
6 - Plan estratégico de promoción y mercadeo elaborado.	264 - PLAN	6 - Mensual	1
7 - Eventos regionales participados u organizados.	39 - EVENTO	6 - Mensual	4
8 - Ferias y eventos nacionales realizados (Gastronómicas, emprendedores turísticos)	43 - FERIA	6 - Mensual	3
9 - Viajes de Familiarización Organizados para promoción de país.	988 - VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN	6 - Mensual	2
10 - Campañas de promoción turísticas en medios tradicionales o digitales.	14 - CAMPAÑA	6 - Mensual	12
11 - Publicaciones de campañas realizadas en plataformas digitales.	77 - PUBLICACIÓN	6 - Mensual	260
12 - Estrategias digitales en redes sociales realizadas (para tener un mayor radio de visualizaciones).	75 - PORCENTAJE	6 - Mensual	1
13 - Participación en ferias internacionales de la Industrias MICE.	39 - EVENTO	6 - Mensual	4
14 - Eventos captados para el fortalecimiento del de turismo reuniones y negocios (MICE).	43 - FERIA	6 - Mensual	2
15 - Cartas de entendimiento firmadas con los burós de convenciones a nivel regional y nacional	1001 - CARTA DE ENTENDIMIENTO	6 - Mensual	4

OBJETIVO: **2 - Mejorar la oferta turística del país mediante estrategias participativas e inclusivas que fomenten la sostenibilidad, competitividad y calidad de sector para incrementar la afluencia de turistas e ingreso de divisas.**

Objetivo Operativo: 1 Potenciar la oferta turística del país con la integración y participación de los actores locales, mediante acciones que impulsen el desarrollo económico del país mejora de la calidad de vida de los hondureños.

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad	Producción Anual
1 - Oferta en destinos turísticos fortalecida entregada a la población hondureña.	992 - ASISTENCIA TÉCNICA	6 - Mensual	63
2 - Asistencias técnicas brindadas para la implementación de procesos para la gestión de la calidad (normativas del sector: SICCS, Lancha segura, normativa de actividades de aventura turísticas y acciones para la prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo).	992 - ASISTENCIA TÉCNICA	6 - Mensual	25

OBJETIVO: **2 - Mejorar la oferta turística del país mediante estrategias participativas e inclusivas que fomenten la sostenibilidad, competitividad y calidad de sector para incrementar la afluencia de turistas e ingreso de divisas.**

Objetivo Operativo: 1 Potenciar la oferta turística del país con la integración y participación de los actores locales, mediante acciones que impulsen el desarrollo económico del país mejora de la calidad de vida de los hondureños.

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad	Producción Anual
3 - Asistencias Técnicas brindadas a los destinos turísticos en la temática de sostenibilidad y responsabilidad ambiental.	992 - ASISTENCIA TÉCNICA	6 - Mensual	4
4 - Asistencias Técnicas brindadas a los destinos turísticos mediante la implementación del Programa Bandera Azul Ecológica.	992 - ASISTENCIA TÉCNICA	6 - Mensual	15
5 - Intervenciones en la mejora de infraestructura turística realizada.	986 - OBRA MEJORADA	6 - Mensual	2
6 - Inspección y/o supervisiones para el desarrollo y/o mejoramiento de infraestructura turística.	129 - SUPERVISION	6 - Mensual	16

OBJETIVO: **3 - Generar una cultura turística a través de la educación formal y no formal para preservar nuestra identidad y nuestros valores a efecto de promover el turismo como instrumento de desarrollo sostenible.**

Objetivo Operativo: 1 Fortalecer los destinos turísticos a través de la organización de gestión de destinos turísticos.

Producto	Unidad de Medida	Periodicidad	Producción Anual
1 - Intervenciones realizadas para el fortalecimiento de la gestión participativa de los destinos turísticos a los actores públicos, privados, academia y comunidades.	416 - INTERVENCION	6 - Mensual	143
2 - Empresas con distintivo de calidad turística local en los destinos, otorgados.	275 - EMPRESA	6 - Mensual	22
3 - Sistematización del levantamiento de información estadísticas en los Destinos, realizado.	542 - DESTINO TURISTICO	6 - Mensual	10
4 - Asociaciones comunitarias beneficiadas con proyectos para mejorar la experiencia del turista.	7 - ASOCIACION	6 - Mensual	50
5 - Talleres de capacitación en temas de turismo y gestión empresarial dirigidos a prestadores de servicios, docentes, funcionarios públicos, estudiantes, etnias, jóvenes, mujeres y otros grupos vulnerables.	1039 - TALLERE DE CAPACITACION	6 - Mensual	60