Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2014 - DICIEMBRE 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Desarrollo de un Modelo de Turismo Sostenible en la Costa Norte de Honduras.

Número de proyecto: HO-M1011 - Nro. Operación: ATN/ME-10096-HO

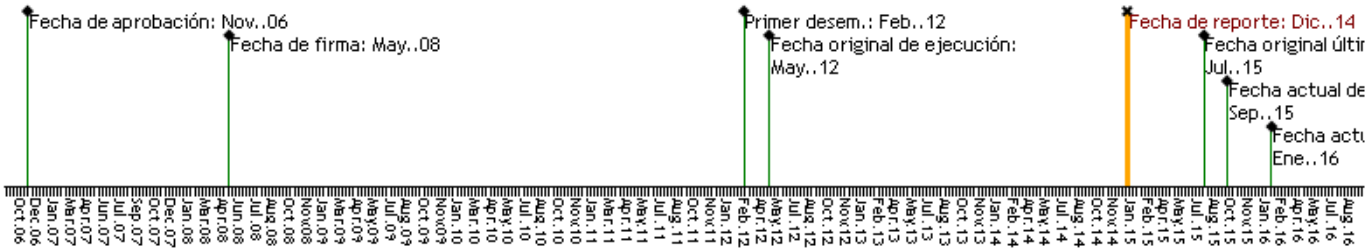
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
HONDURAS	HONDURAS	ENV - Medio ambiente	TOUR - Turismo sostenible

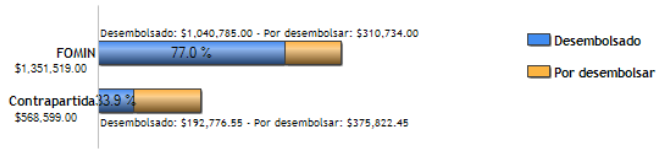
Agencia ejecutora: Cámara Nacional de Turismo de Honduras

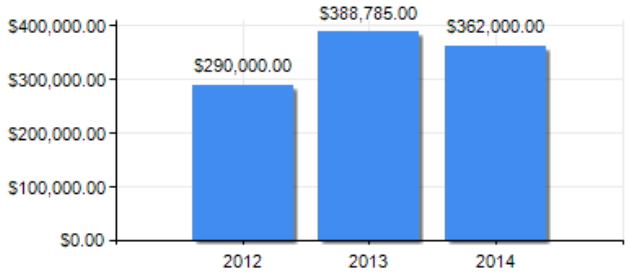
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castillo, Fausto Tomás

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

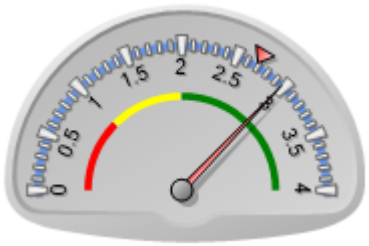


RECURSOS

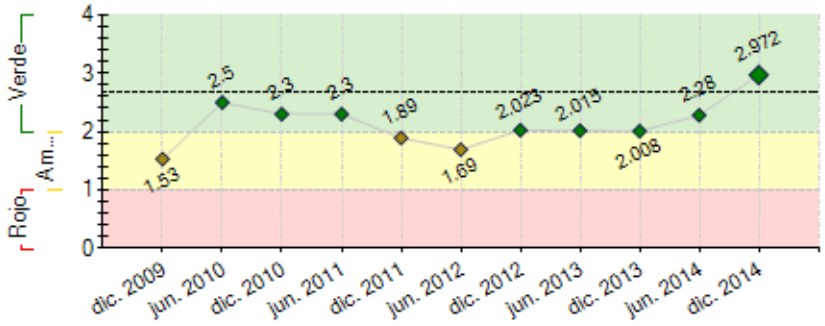




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.972
Promedio FOMIN: 2.688

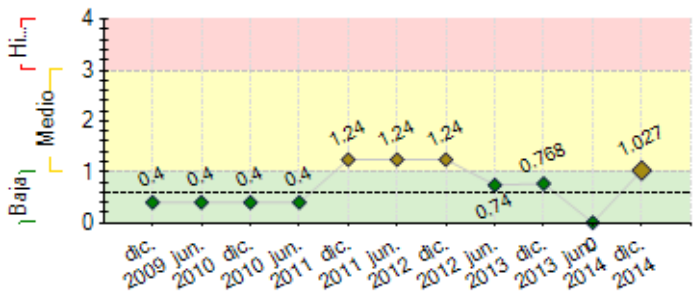


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	0
Adquisiciones:	0
Capacidad Técnica:	0



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.6

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Firmada alianza público-privada del destino con 18 actores mediante 4 instancias coordinadas por la Cámara de Turismo e integradas por empresas, comunidades, academia, áreas protegidas y gobierno local y central.

Elaborado un análisis de flujo turístico y perfil del turista de 2013 y 2014 que será difundido a los actores clave del territorio para toma de decisiones. El Instituto Hondureño de Turismo y la academia han sido clave en los resultados.

Se implementan medidas de preservación medioambiental en el territorio.

Conformado el Consejo Regional de Mercadeo entre Tela y La Ceiba; principal referente para construir la estrategia de comercialización para el Destino.
En consenso se creó la marca "Atlántida" como el nombre del destino e imagen compartida y su slogan "Corazón del Caribe Centroamericano". Se han priorizado los mercados meta y acciones de relaciones públicas y uso de medios digitales: www.visitatlantida.com actualmente en construcción y el fampage visitatlantida ya funcionando.

Se cuenta con 28 capacitadores en el destino que dan capacitación y asistencia técnica actualmente a 30 hoteles, 50 restaurantes, 60 pequeños emprendimientos turísticos la mayoría Garífunas, 5 asociaciones turísticas, 20 guías de turismo de aventura. 2000 personas capacitadas en total.
Establecido el sistema de calidad que implementarán las empresas: Distintivo Atlántida Calidad Turística que promueve la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en las empresas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El proyecto ya está en la fase en que se hará mucho contacto directo con el potencial turista, que es una de las más esperadas por los beneficiarios. Por ello, es de suma importancia mantener y mejorar la calidad de los servicios e instalaciones, y todos los proveedores de servicios turísticos deben trabajar unidos. Es momento de poner en práctica el reglamento de calidad que se ha elaborado para cada sector. Previo a la llegada de Turistas de Semana Santa, ya debería estar en ejecución el fondo de inversión, para hacer las mejoras correspondientes según los criterios de selección definidos. Se deben reforzar las acciones de sensibilización y el Reglamento de Buenas Prácticas Ambientales, principalmente con las empresas que forman parte de la Alianza, y motivarles a implementar el código de conducta ambiental. Durante las actividades de lanzamiento de la Marca Atlántida, con agrado se observó el compromiso que hay de parte de las autoridades locales de los territorios involucrados, así como el reconocimiento a los beneficios del proyecto por parte del Instituto Hondureño de Turismo y CANATURH.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

1. Se elaboró la estrategia de promoción y comercialización del destino con una imagen colectiva compartida de Atlántida.

2. Se incorporan recomendaciones de auditoría de medio término sobre: priorización de rubros, figura legal de alianza, trabajo con redes.

3. Avances importantes en la definición e innovación de la cocina de Atlántida, 50 restaurantes participando y capacitándose en cocina y manipulación higiénica de alimentos.

4. Elaborado Reglamento de Fondo de Coinversión de Atlántida para financiamiento de infraestructura productiva en el territorio.

5. 350 personas capacitados en Cultura Turística: guías, taxistas, meseros, recepcionistas, camareras, cocineros.

6. Definidas las Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para ser implementadas por las empresas con asistencia técnica.

7. Los operadores de turismo construyen paquetes conforme a criterios y experiencias Atlántida y son asistidos en el proceso.

8. Lanzamiento oficial del Destino Atlántida y la imagen colectiva compartida.

9. Se elaboró el reglamento de la asociación de operadores de lancha de Tela

10. Certificación Internacional de 21 guías de Rafting

11. Elaborado Análisis estadístico de Atlántida 2013 – 2014

13. Se documentaron en medio audiovisuales medidas de preservación ambiental implementadas en el territorio.

14. Firma de Convenio con institución financiera para acceso a crédito de pequeños emprendimientos.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.	**R.1**	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio	0				50 Ene. 2015	0	
	R.2	Un aumento de al menos 60% de pernoctaciones de turistas en las MIPYMES turísticas y comunidades indígenas y afrodescendientes	0				60 Ene. 2015	0	
	R.3	Un aumento en al menos 100% del gasto local en productos artesanales y servicios turísticos ofrecidos por las MIPYMES turísticas locales	0				100 Ene. 2015	0	
	R.4	Por lo menos 5 de las redes actualmente existentes (turísticas y productivas) han fortalecido su capacidad competitiva en el mercado turístico	0				5 Ene. 2015	0	
	R.5	Por lo menos 5 nuevas redes (mono sectoriales o pluri-sectoriales) se han constituido en el territorio del proyecto (encadenamientos).	0				5 Ene. 2015	0	
	R.6	Sostenibilidad operativa y financiera de las redes turísticas que se formarán a lo largo del territorio del proyecto					 Ene. 2015	No	
	R.7	Implementación de una imagen y asociación de La Ceiba y Tela como destinos turísticos de calidad					 Ene. 2015	No	
	R.8	Al menos 6 asociaciones de entidades públicas y privadas para inversión y promoción del turismo se promueven con el proyecto	0				6 Ene. 2015	0	
Componente 1: Fortalecimiento del modelo de integración **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Plan Estratégico (plan de gestión) común del destino creado y aprobado en los 12 meses de iniciado el proyecto.	0				1 Jul. 2013	1 Jul. 2013	En curso
	C1.I2	La Alianza para el desarrollo del turismo sostenible de la costa norte de Honduras está oficialmente constituida	0				1 Ago. 2013	1 Ago. 2013	En curso
	C1.I3	Actores clave (funcionarios públicos, universidades, INFOP, empresarios turísticos, representantes de comunidades) sensibilizados en la necesidad de asociación.	0				220 Dic. 2012	225 Dic. 2012	En curso
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de Turismo Sostenible Integrado como participantes al proyecto	0				150 May. 2014	236 Dic. 2014	En curso
	C1.I5	Al finalizar el programa, estarán disponibles por lo menos un 10% de recursos adicionales del presupuesto original, por aportes en efectivo o especies de los actores involucrados	0				10 Ene. 2015		
Componente 2: Organización y desarrollo del portafolio de productos turísticos **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Al menos 10 mini-paquetes identificados a los 10 meses de inicio del proyecto	0				10 Sep. 2012	134 Ago. 2013	En curso
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de turismo sostenible	0				10 Mar. 2014	36 Mar. 2014	En curso
	C2.I3	Por lo menos 100 emprendedores locales de servicios turísticos en Tela y la Ceiba, vinculados a la oferta de los productos turísticos identificados	0				100 Feb. 2014	181 Feb. 2014	En curso
	C2.I4	8 senderos / recorridos turísticos que valorizan los atractivos culturales y naturales del territorio se han definido y señalizado (aproximadamente 30 kms.)	0				8 Jul. 2014	14 Mar. 2014	En curso
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0				10 Mar. 2014	18 Mar. 2014	En curso
	C2.I6	20 capacitadores expertos locales debidamente seleccionados y capacitados en temas distintos según las necesidades de los cursos (2 a 3 capacitadores expertos locales por temática)	0				20 Ago. 2013	65 Oct. 2014	En curso
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observaciones de aves	0				20 Dic. 2013	77 Dic. 2014	En curso
	C2.I8	250 Mipymes turísticas y productivas son involucradas en la oferta de nuevos productos y servicios. De estas, al menos 10% (25 Mipymes) son de nueva constitución con el apoyo del programa, y a su vez, el 60% de estas (15 Mipymes) serán creadas por mujeres o jóvenes del territorio	0				250 Ene. 2015		

	C2.I9	Al menos un convenio de cooperación firmado con una institución de formación para la capacitación de los capacitadores en el primer año	0				1 Dic. 2012	7 Jun. 2013	En curso
	C2.I10	Al finalizar el proyecto, 60% de las empresas participantes han mejorado su calidad del servicios y han finalizado o por lo menos activado el proceso de mejora de la calidad	0				60 Ene. 2015		
	C2.I11	Al finalizar el proyecto, por lo menos el 40% de las empresas participantes han mejorado su acceso al crédito	0				40 Ene. 2015	50 Dic. 2014	En curso
	C2.I12	Al finalizar el proyecto, por lo menos 60% de los turistas declaran un nivel bueno de satisfacción con respecto a su experiencia en el área del proyecto	0				60 Ene. 2015		
	C2.I13	Revisión y aceptación del reglamento de operación del fondo especial de infraestructura productiva, considerando las necesidades de todas las partes interesadas, especialmente de los beneficiarios.	0				1 Sep. 2014	1 Oct. 2014	En curso
Componente 3: Preservación del Medio Ambiente **Peso:** 20% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C3.I1**	El 100% de los prestadores de servicios turísticos participantes en la alianza, cumplen con las normas medio ambientales aplicables al sector, por medio de la adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	50 Dic. 2014			100 Feb. 2015	45 Oct. 2014	En curso
	C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	1 Dic. 2014	1 Dic. 2014		2 Ene. 2015		Atrasado
	C3.I3	100% de los recorridos, senderos, cumplen con una señalización turística específica que sirva también para concientizar y sensibilizar los turistas y visitantes al respecto de la naturaleza y cultura local	0				100 Dic. 2014		
	C3.I4	Los cuatro parques naturales del territorio cuentan con sus planes de manejo, con lineamientos estratégicos de la integración de la infraestructura turística en las áreas protegidas a fin de favorecer la protección del patrimonio natural y a la vez fomentar el desarrollo económico de las poblaciones	0	2 Jun. 2014			4 Dic. 2014	7 Jun. 2014	En curso
	C3.I5	El 100% de los participantes al proyecto han aumentado su percepción / apropiación cultural del valor ambiental del patrimonio natural local	0				100 Dic. 2014		
Componente 4: Promoción y comercialización del destino **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1 Sep. 2014	1 Sep. 2014	En curso
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0				1 Oct. 2014	8 Oct. 2014	En curso
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0	2 Jul. 2014			4 Nov. 2014	7 Oct. 2014	En curso
	C4.I4	En el primer año de ejecución, promoción y comercialización de por lo menos 10 mini-paquetes en el mercado nacional	0				10 Feb. 2013	134 Jul. 2013	Finalizado
	C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0	4 Oct. 2014			10 Ene. 2015		Atrasado
	C4.I6	El flujo de turistas que pernoctan por lo menos una semana en el destino, han aumentado en un 25% con respecto al inicio del proyecto	0				25 Sep. 2014		Atrasado
	C4.I7	Formalizada la oficina de prensa a lo interno de la agencia ejecutora, para promover información de los atractivos turísticos a las poblaciones locales y turistas, así como sensibilizar a los actores clave (sector público, mayoristas, etc.) sobre el proyecto y desarrollo turístico del área	0				1 Dic. 2013	1 Ene. 2014	En curso
	C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0				1 Sep. 2014	1 Sep. 2014	En curso
	C4.I9	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 6 Fam-Trip para unos 20 actores cada uno (120 actores)	0				6 Dic. 2014	1 Mar. 2013	En curso
	C4.I10	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 3 press-tour para 20 periodistas nacionales e internacionales	0	1 Jul. 2014			3 Nov. 2014	2 Mar. 2014	En curso
	C4.I11	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la participación en 3 ferias regionales y/o internacionales de Turismo, relacionadas a la participación del gobierno	0				3 Nov. 2014	8 Jun. 2014	En curso
Componente 5: Monitoreo y replicabilidad del Modelo **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Identificado y estructurado un modelo SROI (Social Return of Investments) con por lo menos 15 indicadores a utilizarse para las actividades de monitoreo durante y después del proyecto	0				1 Dic. 2012	1 Dic. 2012	Finalizado
	C5.I2	Diseñados y organizados todos los formularios y fechas necesarias para la recolección de las informaciones según el modelo SROI definido	0				1 Dic. 2012	1 Dic. 2012	Finalizado
	C5.I3	Acuerdo establecido con todos los actores públicos y privados que será necesario involucrar para la recolección de las informaciones del modelo SROI	0				1 Ene. 2013	1 Abr. 2012	En curso
	C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto					Ene. 2015		
	C5.I5	Elaborado el documento de sistematización de la experiencia para la replicabilidad del modelo, a ser distribuido durante el taller de cierre	0				1 Abr. 2015		
	C5.I6	Por lo menos el 70% de la comunidad anfitriona, se declara satisfecha del desarrollo turístico alcanzado con el apoyo del programa.	0				70 Abr. 2015		

	Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas	1	Nov. 2008	4	Sep. 2008	Logrado
H1	Dos convenios suscritos entre CANATURH y las municipalidades de La Ceiba y Tela manifestando su interés en participar en la alianza	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H2	Se suscriben al menos dos convenios de colaboración con instituciones vinculadas al desarrollo turístico del Caribe Esmeralda	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H3	Caracterización o tipologia de actores claves del territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H4	Análisis Social Return of Investment (SROI) diseñado y funcionando en el territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H5	Un Plan estratégico de desarrollo de la alianza turística	1	Ago. 2013	1	Jun. 2013	Logrado
H6	Oficialización de la alianza para el desarrollo del turismo sostenible en la costa norte de Honduras	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H7	20 formadores seleccionados mediante criterios rigurosos	20	Ago. 2013	30	Jun. 2013	Logrado
H8	Definicion de contenidos y metodologías para los cursos de capacitación	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado

	con base en la demanda actual del sector turístico					
H9	[*] Recopilacion de la informacion clave (Definidos los segmentos de mercado de los productos turísticos).	1	Feb. 2014	1	Nov. 2013	Logrado
H10	[*] 10 productos turisticos diseñados	10	Feb. 2014	12	Ene. 2014	Logrado
H11	[*] 25 paquetes turísticos listos para la comercialización incluyendo el compromiso de las mipymes capacitadas	25	Mar. 2014	36	Mar. 2014	Logrado
H12	[*] Definida la estrategia de comunicación y comercialización del destino	1	Sep. 2014	1	Sep. 2014	Logrado
H13	Aplicada la encuesta de percepción del desarrollo turístico del territorio	1	Dic. 2014	1	Dic. 2014	Logrado

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Que los pequeños emprendimientos no cuenten con recursos disponibles para hacer inversiones mínimas para cumplir con las buenas prácticas de turismo sostenible promovidas por el Destino Atlántida.	Medio	Firma de convenios con Instituciones Financieras para facilitar el acceso a crédito. La elaboración del reglamento del Fondo de Coinversión Atlántida para la financiación de infraestructura productiva. Brindar asesoría y asistencia técnica a las MIPYMES a fin de orientarlas y puedan acceder al financiamiento	Coordinador del proyecto
2. Se han logrado captar fondos en especies por parte de las MiPyMes y otras cooperaciones, pero no ha sido el caso con los fondos de contraparte en efectivo requeridos por el Proyecto.	Medio	Presentar los resultados y los gastos de operación mínimos del proyecto a la fecha, acceder a nuevos y potenciales actores de gobierno y fondos privados con su involucramiento y activa participación en las actividades, como parte de la Organización de Gestión de Destino. Plantear estrategias de captación de fondos a corto, mediano y largo plazo tales como la instalación de una oficina de Atlántida en alianza con las municipalidades que funcione como un centro de información turística, tienda de artesanías y productos agroalimentarios de los emprendedores Atlántida y la intermediación de productos que genere los suficientes ingresos para auto sostenerse, con acciones de promoción e implementación del Distintivo Atlántida Calidad Turística. Búsqueda de alianzas financieras con instituciones que forman parte de los consejos técnicos y estructurar programas de responsabilidad social de empresas ancla en el territorio y a nivel nacional.	Coordinador del proyecto
3. El modelo ha planteado una estrategia de comercialización para el destino y definido la oferta turística, sin embargo los actores locales dedicados a la comercialización presentan debilidades técnicas y financieras y pueden no estar dispuestos a cambiar su forma actual de operación.	Medio	1. Establecimiento de agenda conjunta con mercadeo del Instituto Hondureño de Turismo. 2. Establecimiento de canales directos y de intermediación efectivos para la comercialización. Asistencia Técnica personalizada para la elaboración de paquetes dentro de las experiencias Atlántida. 3. Contratación de personal para relaciones públicas del Destino Atlántida.	Coordinador del proyecto
4. El problema seguridad del país y mala imagen vinculada a éste, se ha acrecentado rápidamente y ha incidido en el área de influencia del proyecto, sumado a la situación económica de la población que se ha tornado mas difícil. Esta situación dificulta la implementación de la estrategia de promoción y comercialización, por lo tanto se presentan dificultades para incidir en la decisión de los turistas (especialmente extranjero) .	Medio	1 Mantener una constante relación con los periódicos locales y nacionales con la promoción de la noticias positivas y evitar hacer eco de las negativas. 2. Contacto con revistas de turismo (en ámbito regional e internacional), sostener acercamientos con los entes públicos de control y prevención de la delincuencia trabajando con una estrategia conjunta. 3. Con el desarrollo económico esperado del presente proyecto y el involucramiento de la población local en varias actividades del mismo, se estima que pueda favorecer con una reducción de la criminalidad. 4. La percepción sobre inseguridad ha cambiado levemente y se torna positiva. El trabajo de los alcaldes en Tela y La Ceiba con obras de infraestructura, tales como la restauración de los antiguos muelles, adecuación de áreas de visitación turística, han generado un ambiente más positivo en la ciudad. Dentro de la implantación del modelo, se han incorporado las buenas prácticas del Distintivo Atlántida calidad Turística.	Coordinador del proyecto
5. El proyecto se fundamenta en la colaboración interinstitucional, que representa el verdadero valor agregado del mismo. Todas las instituciones involucradas se han mostrado muy interesadas a participar en el proyecto, sin embrago existe el riesgo que una limitada coordinación y la falta de voluntad a participar en algunas de las actividades, puedan afectar la implementación del proyecto y el logro de los objetivos	Baja	La estructura organizativa, el mecanismo de ejecución del proyecto, el desarrollo de una Alianza Interinstitucional y las actividades de sensibilización de las instituciones involucradas, contribuyen a mitigar el presente riesgo. El ambiente de colaboración está creado, hay alianzas técnicas funcionando. La buena voluntad y el compromiso de los actores en los distintos consejos técnicos de la alianza turística de Atlántida es evidente en los consejos, prueba de ello son los procesos de certificación que se han realizado de manera conjunta, el análisis estadístico, la definición y selección de una imagen compartida entre otros . Sin embargo es necesario formalizar los espacios a través de convenios que sirvan de herramienta para hacer planes de trabajo conjuntos con presupuestos compartidos en el futuro y como base para la sostenibilidad del modelo.	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Medio **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 5 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 3

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN	El aporte de contraparte es una de las principales evidencias de que las instituciones tienen capacidad para continuar con las acciones de proyectos exitosos al concluir el apoyo de recursos del cooperante.Esto garantiza la sostenibilidad en el tiempo.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

1. Con la conformación de las instancias público-privadas , que se han unido con temas y objetivos comunes que conforman la Organización de Gestión de Destino/OGS, se ha logrado un importante apoyo en especies para el desarrollo de las actividades propuestas. No obstante, se requerirán fondos en efectivo para llevar acciones auto-sostenibles.
2. Se ha iniciado una estrategia de involucramiento de empresas líderes que, ya sea por iniciativas como responsabilidad social empresarial, por el beneficio de participar en la estrategia de promoción del destino o por obtener prestigio por un distintivo de calidad entre otras razones, se les invita a conformar una directiva con derecho a voz y voto en las decisiones del destino. El requisito es que financien a bajo costo la estructura operativa existente, cuya inversión inicial ya se ha dado con el presente proyecto.
3. Las alianzas con otros destinos que han mostrado interés en replicar este modelo, es otra de las acciones que se han iniciado, ya que a nivel de decisiones del gobierno central y la Cámara Nacional de Turismo de Honduras, podría presupuestarse dentro de una cartera de proyectos, la implantación de esta iniciativa.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. El proceso participativo llevado a cabo para la cuidadosa selección de la marca compartida "Atlántida", ha permitido el empoderamiento y generado buenos resultados y aceptación. Actores locales, prescriptores, turistas, medios de comunicación se sienten identificados con la marca y fácilmente se convierten en embajadores de la misma.	Implementation	Bados , Lourdes
2. El aprender haciendo y entrenamientos in situ, han sido herramientas clave para el éxito de la implantación del sistema de calidad. El cambio en actitudes, competencias y servicio, es evidente en aquellas MIPYMES quehan participado y se han comprometido con el proceso.	Implementation	Bados , Lourdes
3. Se ha participado en encuentros con líderes de otros destinos a nivel nacional que han manifestado especial interés en el desarrollo del modelo de turismo sostenible de Atlántida que promueve la colaboración entre los diferentes actores. Estos destinos se han convertido en aliados para procesos de inciedencia a nivel nacional con el gobierno central.	Sustainability	Bados , Lourdes