ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción de Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA

TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE

JICA

SITCA
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

SICA
Sistema de la Integración Centroamericana

Proyecto
Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo
Comunitario Sostenible en la Región del SICA

Coordinación institucional
Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

Elaboración técnica
Msc. Katherine Vado Rivera
Coordinación Interinstitucional SITCA–JICA y experta local

Revisión técnica
Mami Sakurai /Experta Principal del Proyecto (Asesora Jefa) – JICA
Tomomi Sato /Experta del Proyecto (Coordinadora) – JICA
Fernanda Zamora/Responsable de comunicación SITCA
Luisa López /Coordinadora de Desarrollo Turístico y Competitividad SITCA

Diseño y línea gráfica
Katherine Vado Rivera

Fotografías:
Banco de Fotos SITCA

Primera edición
Julio de 2026

© 2026 Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN 01

II. MARCO ESTRATÉGICO 02

Sobre el proyecto TCS
Contexto regional
Contribución ODS

III. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN 05

Situación actual
Análisis FODA
Activos existentes

IV. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN 08

Objetivo General
Objetivos específicos

V. PÚBLICO OBJETIVO 09

VI. POSICIONAMIENTO Y NARRATIVA 10

Propuesta de valor
Mensaje clave del proyecto

VII. EJES ESTRATÉGICOS 12

VIII. CANALES Y HERRAMIENTAS 13

Canales y herramientas
Desarrollo de kit para comunidades

IX. PLANIFICACIÓN DE IMPLEMENTACIÓN 16

Modelo de implementación
Matriz integral de implantación

X. GOBERNANZA Y SUSTENTABILIDAD 20

Sustentabilidad regional
Sustentabilidad local

I. Introducción

El Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA (Proyecto TCS), implementado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y las Autoridades Nacionales de Turismo (ANT's) de los países participantes, busca fortalecer las capacidades de la gestión de destino y del mercadeo turístico de las comunidades y de las autoridades para impulsar un modelo de turismo comunitario sostenible que contribuya al desarrollo local, la conservación del patrimonio y la integración regional.

En este contexto, la comunicación constituye un componente estratégico para divulgar el concepto de Turismo Comunitario Sostenible (TCS), visibilizar los avances del Proyecto, fortalecer el intercambio de conocimientos entre los países participantes, promover las experiencias de las comunidades piloto y generar una identidad común que favorezca el reconocimiento del turismo comunitario sostenible como una alternativa de desarrollo en la región.

La presente Estrategia de Comunicación establece el marco orientador para planificar, coordinar y ejecutar las acciones de comunicación del Proyecto durante y posterior a su implementación. Asimismo, proporciona lineamientos para garantizar mensajes coherentes, fortalecer la articulación entre los diferentes actores involucrados y maximizar el alcance de los resultados mediante el uso integrado de canales institucionales, digitales y territoriales.

Más que un instrumento de difusión, esta estrategia constituye una herramienta de gestión que orienta la producción de contenidos, la comunicación institucional, la promoción de las comunidades participantes y la sistematización de las experiencias generadas por el proyecto, contribuyendo a la sostenibilidad y apropiación de sus resultados.





II. Marco estratégico

2.1 Sobre el Proyecto TCS

El Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA (Proyecto TCS) es un proyecto de cooperación técnica directamente brindada por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), implementada en coordinación con la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y las Autoridades Nacionales de Turismo de los países participantes. El Proyecto TCS tiene como propósito fortalecer las capacidades de comunidades locales y autoridades para el desarrollo del turismo comunitario sostenible en la región del SICA, impulsando la articulación regional, el intercambio de conocimientos y el fortalecimiento de las comunidades piloto como modelo para la gestión sostenible de los destinos turísticos.

- **Fortalecimiento de las capacidades de gestión de destinos**
- **Fortalecimiento de las capacidades del mercadeo**
- **Propuesta de directrices de Turismo Comunitario Sostenible**

TURISMO
COMUNITARIO
SOSTENIBLE

II. Marco estratégico

2.2 Contexto regional

La región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) posee una amplia diversidad de recursos naturales, culturales e históricos que la convierten en un destino con alto potencial para el desarrollo del turismo sostenible. Su riqueza biológica, la diversidad de sus paisajes, el patrimonio cultural de sus comunidades y la cercanía geográfica entre los países ofrecen oportunidades para fortalecer una oferta turística regional basada en la autenticidad, la sostenibilidad y la integración.

En los últimos años, los países de la región han impulsado iniciativas orientadas a diversificar la oferta turística, promover un desarrollo más equilibrado de los territorios y fortalecer la participación de las comunidades en la actividad turística. En este contexto, el turismo comunitario sostenible ha adquirido una creciente relevancia como un modelo que contribuye a la generación de oportunidades económicas, la conservación del patrimonio natural y cultural y el fortalecimiento de la identidad local.

No obstante, persisten desafíos relacionados con el fortalecimiento de capacidades locales, la articulación entre actores, la visibilidad de las experiencias comunitarias, el acceso a mercados y el posicionamiento del turismo comunitario como un segmento competitivo dentro de la oferta regional. Asimismo, la comunicación de estas iniciativas suele desarrollarse de manera dispersa, con diferentes niveles de capacidad institucional y sin una narrativa regional que permita destacar el valor agregado de las experiencias promovidas en los distintos países.



2.3 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA contribuye al cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible mediante el fortalecimiento de capacidades, la promoción del turismo comunitario sostenible y la cooperación regional como herramientas para impulsar un desarrollo inclusivo y resiliente.

Su implementación guarda una relación directa con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico. El proyecto promueve el desarrollo del turismo comunitario sostenible como un mecanismo para generar oportunidades económicas en los territorios participantes, fortalecer las capacidades de las comunidades y diversificar la oferta turística regional. De manera particular, contribuye a la meta 8.9, orientada a formular y aplicar políticas para promover un turismo sostenible que genere empleo, promueva la cultura y los productos locales.

ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles. Las acciones del proyecto fomentan la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural de las comunidades participantes, fortaleciendo la gestión sostenible de los destinos turísticos y promoviendo el reconocimiento de la identidad local como un elemento diferenciador de la oferta turística.

ODS 12. Producción y consumo responsables. El proyecto impulsa prácticas de turismo sostenible que favorecen el uso responsable de los recursos, la conservación del entorno y la promoción de modelos de desarrollo compatibles con la sostenibilidad ambiental, social y económica de los territorios.

ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos. El proyecto se desarrolla mediante un esquema de cooperación internacional que articula a JICA, SITCA, las Autoridades Nacionales de Turismo de los países participantes y las comunidades locales, fortaleciendo la coordinación regional, el intercambio de conocimientos y la construcción conjunta de capacidades para el desarrollo del turismo comunitario sostenible.

La Estrategia de Comunicación constituye una herramienta transversal para visibilizar los resultados del proyecto, facilitar el intercambio de experiencias entre los países participantes y fortalecer el posicionamiento del turismo comunitario sostenible como un modelo de desarrollo que contribuye al cumplimiento de la Agenda 2030.

III. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción de Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA



III. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

3.1 Situación actual

El Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA se encuentra en una etapa de implementación orientada al fortalecimiento de capacidades institucionales y comunitarias, el acompañamiento a las comunidades piloto y la generación de herramientas técnicas que contribuyan al desarrollo del turismo comunitario sostenible en la región.

Durante esta fase inicial se han desarrollado acciones de coordinación entre JICA, SITCA y las Autoridades Nacionales de Turismo de los países participantes, así como actividades de definición de Turismo Comunitario Sostenible en el Proyecto TCS y criterios de selección de comunidades piloto en el Proyecto TCS, elaboración de líneas base, formulación de planes de acción y definición de la identidad visual del Proyecto TCS. Paralelamente, se avanza en el desarrollo del micrositio del Proyecto TCS y en la producción de materiales que permitirán fortalecer su visibilidad y facilitar la difusión de sus resultados.

No obstante, las acciones de comunicación se encuentran aún en un proceso de consolidación y responden principalmente a necesidades específicas de divulgación institucional y seguimiento técnico. En consecuencia, la producción de contenidos, el uso de canales digitales, la difusión de resultados y la coordinación entre los diferentes actores involucrados requieren un marco estratégico que asegure coherencia en los mensajes, una identidad comunicacional consistente y una planificación articulada de las acciones de

Fortaleza

Respaldo institucional de JICA, SITCA y Autoridades Nacionales de Turismo

Enfoque regional que favorece el intercambio de experiencias y buenas prácticas.

Identidad visual propia y herramientas de comunicación creadas.

Generación de conocimiento técnico y experiencias replicables.

Desarrollado micrositio como plataforma central de información sobre TCS y los avances del proyecto.

Oportunidades

Creciente interés por el turismo comunitario sostenible a nivel regional e internacional.

Uso de plataformas digitales y contenidos audiovisuales para ampliar el alcance.

Alianzas con organismos, academia, medios y sector privado.

Mayor visibilidad de las comunidades piloto y sus iniciativas.

Interés de los actores comunidades/ zonas participantes.

Existencia de promoción en el proyecto.

Debilidades

Proyecto en fase inicial, algunas comunidades/zonas deben definir su propia marca.

Capacidades de comunicación desiguales entre actores y países participantes.

Producción de contenidos dependiente de múltiples actores.

Disponibilidad limitada de material audiovisual de calidad en algunas comunidades piloto.

Ausencia de una narrativa regional consolidada que articule los resultados del proyecto.

Amenazas

Alta competencia por la atención en medios digitales, que puede limitar el alcance de los mensajes.

Cambios institucionales o administrativos que afecten la continuidad de las acciones de comunicación.

Difusión de información no oficial o descontextualizada que afecte la percepción del proyecto.

Factores externos (emergencias sanitarias, desastres naturales o crisis sociales).

3.3 Activos de apoyo de comunicación existentes

El proyecto cuenta con una serie de activos de comunicación que constituyen la base para el desarrollo de las acciones de divulgación, posicionamiento y gestión del conocimiento. Estos recursos permiten garantizar una comunicación institucional coherente y facilitar la difusión de los avances y resultados del proyecto.

1. Manual de identidad gráfica aprobado y con mejoras de armonización de marca.
2. Micrositio web en desarrollo con espacio para información de cáda comunidad/ zona participante.
3. Redes sociales institucionales. *Canales oficiales de JICA, SITCA e Autoridades Nacionales de Turismo para la difusión de contenidos del Proyecto TCS.*
4. Banco de recursos audiovisuales solicitado a los países
5. Especificaciones técnicas para recursos audiovisuales
6. Documentos técnicos del Proyecto TCS.
7. Desarrollo de materiales para eventos y actividades del Proyecto TCS.

Estos activos deben articularse de manera consistente con los objetivos de la estrategia de comunicación, de forma que cada recurso contribuya directamente al posicionamiento del proyecto, la visibilidad de las comunidades piloto y la sostenibilidad de los resultados una vez finalizada la cooperación técnica.





IV. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Objetivo General

Divulgar el concepto de Turismo Comunitario Sostenible (TCS) a través de fortalecimiento de la visibilidad del Proyecto y de las comunidades piloto del Proyecto TCS, mediante una comunicación estratégica, coherente, articulada y participativa que contribuya al reconocimiento del turismo comunitario sostenible en la región.

Objetivos Específicos

1. Divulgar el concepto y el valor de TCS, generando contenidos que favorezcan la apropiación, el aprendizaje y la sostenibilidad de los resultados del Proyecto por parte de las Autoridades y comunidades participantes.

2. Posicionar a las comunidades participantes como eje central de la comunicación del proyecto, resaltando su identidad, patrimonio, experiencias y aportes al turismo comunitario sostenible.

3. Difundir de manera oportuna y coherente los avances, resultados y buenas prácticas generadas durante la implementación del proyecto.

4. Fortalecer la articulación y el intercambio de información entre JICA, SITCA, las Autoridades Nacionales de Turismo y las comunidades participantes.

5. Promover el uso coordinado de los canales y herramientas de comunicación para ampliar el alcance y la visibilidad del proyecto.

V. PÚBLICO OBJETIVO

La estrategia de comunicación del proyecto identifica públicos prioritarios con diferentes niveles de interés e influencia. Para cada uno de ellos se establecen objetivos de comunicación y mensajes clave que orientarán el desarrollo de contenidos, la selección de canales y la ejecución de las acciones previstas, con el propósito de divulgar los avances del proyecto y promover el valor del turismo comunitario sostenible (TCS) como un modelo de desarrollo territorial.

Público objetivo	¿Qué queremos lograr?	Mensaje principal
Comunidades piloto	Fortalecer su apropiación del proyecto y consolidarlas como las principales voceras de sus territorios y experiencias.	El proyecto dinamiza sus actividades económicas, fortalece sus capacidades y visibiliza su identidad local.
Visitantes nacionales e internacionales	Despertar el interés por conocer experiencias auténticas y responsables en las comunidades participantes.	El turismo comunitario sostenible ofrece experiencias auténticas que generan beneficios para las comunidades y los territorios.
Operadores turísticos y agencias de viajes	Promover la incorporación de la oferta de turismo comunitario sostenible en sus productos y canales de comercialización.	Las comunidades son aliados estratégicos para diversificar y enriquecer la oferta turística regional.
Autoridades de Turismo	Fortalecer el compromiso institucional y la articulación para impulsar el turismo comunitario sostenible.	El turismo comunitario sostenible contribuye al desarrollo territorial, la conservación del patrimonio y el bienestar de las comunidades.
Medios de comunicación	Generar cobertura y amplificar la difusión de las historias, experiencias y resultados del proyecto.	Las comunidades son protagonistas de historias de transformación, identidad y desarrollo sostenible.
Organismos de cooperación y aliados estratégicos	Visibilizar los resultados, impactos y oportunidades de colaboración generadas por el proyecto.	El proyecto impulsa capacidades, alianzas e iniciativas que fortalecen el turismo comunitario sostenible en la región.
Comunidades interesadas en implementar el modelo TCS	Motivar a otras comunidades para el aprendizaje e impulso de nuevas iniciativas bajo el modelo TCS	El modelo TCS impulsa el desarrollo local, promueve la conservación y fortalece el bienestar de las comunidades

VI. POSICIONAMIENTO Y NARRATIVA DEL PROYECTO

6.1 Propuesta de Valor

El Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA impulsa un modelo de turismo que sitúa a las comunidades en el centro del desarrollo, fortaleciendo sus capacidades para gestionar y promover experiencias auténticas que generan beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales. Mediante la cooperación regional y el intercambio de conocimientos y el desarrollo de directrices regionales para su implementación y promoción, el proyecto contribuye a fortalecer una oferta turística más sostenible, inclusiva y competitiva para la región.



MENSAJES CLAVE

6.2 Mensajes clave del proyecto

La comunicación del proyecto se sustentará en un conjunto de mensajes clave que oriantaran el valor del turismo comunitario sostenible y las directrices regio ales que contribuiran a su implementacion y prmocion en la region SICS.

- Las comunidades son el corazón del turismo comunitario sostenible.
- El turismo comunitario sostenible fortalece las capacidades locales y mejora las oportunidades de desarrollo de las comunidades.
- La identidad, la cultura y el patrimonio de las comunidades constituyen su principal valor diferencial.
- La cooperación regional fortalece el intercambio de conocimientos y el desarrollo de destinos más sostenibles
- El turismo comunitario sostenible genera beneficios para las personas, los territorios y el medio ambiente.
- Las directrices regionales fortalecerán la implementación y promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la región SICA.

La comunicación del proyecto deberá mantener un lenguaje cercano, inspirador y auténtico, reflejando la diversidad cultural de las comunidades y el carácter colaborativo de la iniciativa. Los contenidos deberán caracterizarse por ser:

Claro: comunicando información de manera sencilla, precisa y comprensible para diferentes públicos.

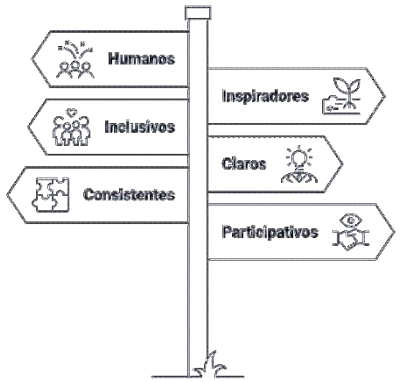
Humano: priorizando las historias, experiencias y voces de las comunidades.

Consistente: manteniendo una identidad visual y narrativa uniforme en todos los canales de comunicación.

TONO Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

Inspirador: mostrando el impacto positivo del turismo comunitario sostenible.

Participativo: promoviendo la interacción, el intercambio de experiencias y la apropiación del proyecto por parte de las comunidades y los actores involucrados.



Inclusivo: utilizando un lenguaje respetuoso, accesible y representativo de la diversidad cultural de la región.

VII. EJES ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN

Comunicación Institucional	Comunicación Comunitaria	Comunicación Digital	Comunicación públicas y prensa	Comunicación gestión de conocimiento
Propósito				
Fortalecer la comunicación institucional del proyecto, asegurando una imagen coherente, mensajes alineados y una adecuada articulación entre JICA, SITCA, las Autoridades Nacionales de Turismo y los demás socios involucrados	Visibilizar a las comunidades como eje central del proyecto, promoviendo una comunicación participativa que fortalezca el sentido de pertenencia, rescate su identidad y destaque el valor de sus experiencias de turismo comunitario.	Ampliar el alcance y la visibilidad mediante el uso estratégico de plataformas digitales que faciliten el acceso a la información, promuevan la interacción con las audiencias y fortalezcan el posicionamiento de las comunidades y zonas.	Fortalecer el posicionamiento del proyecto mediante relaciones estratégicas con medios de comunicación, instituciones, socios y otros actores clave que contribuyan a ampliar la difusión de sus resultados.	Documentar, sistematizar y difundir los aprendizajes, metodologías y buenas prácticas generadas durante la implementación del proyecto, favoreciendo su intercambio y aprovechamiento del conocimiento generado.
Líneas Estratégicas				
Garantizar el uso consistente de la identidad visual del proyecto.	Priorizar las historias y voces de las comunidades y oferta de turismo.	Aprovechar las redes sociales para divulgar contenidos de valor.	Promover la cobertura de actividades e hitos del proyecto	Sistematizar experiencias y lecciones aprendidas.
Comunicar de manera oportuna los avances, resultados e hitos	Fortalecer el reconocimiento del patrimonio natural, cultural y humano.	Priorizar formatos visuales y audiovisuales.	Generar contenidos de interés periodístico centrados en las comunidades.	Generar productos de conocimiento que faciliten la replicabilidad de las experiencias.
Fortalecer la coordinación entre los actores institucionales.	Promover la participación de los actores locales en la generación de contenidos.	Favorecer la interacción y participación de las diferentes audiencias	Fortalecer la participación del proyecto en eventos, ferias y espacios especializados.	Promover el intercambio regional de conocimientos.
Consolidar una imagen institucional basada en la cooperación, la transparencia y el compromiso con el desarrollo sostenible.	Difundir experiencias, buenas prácticas y testimonios.	Apitalizar toda información derivada del proyecto.	Impulsar alianzas con actores que amplifiquen el alcance de la comunicación.	Preservar la memoria institucional del proyecto como legado para futuras iniciativas.

VIII. CANALES Y HERRAMIENTAS

8.1 Matriz de canales y herramientas regional

Para garantizar una comunicación efectiva y alcanzar a los diferentes públicos objetivo, el proyecto empleará un conjunto de canales y herramientas a nivel regio al que permitirán informar, inspirar, promover la participación y visibilizar los resultados del proyecto y de las comunidades participantes. La selección de cada canal responde a las características de las audiencias y a los objetivos de comunicación definidos en la presente estrategia.

Canal / Herramienta	Objetivo	Público principal	Tipo de contenido	Frecuencia
Micrositio TCS	Centralizar la información del proyecto.	Todos	Noticias, comunidades, recursos, documentos y resultados.	Actualización permanente
Redes sociales	Generar visibilidad e interacción	Público general, viajeros y aliados[1]	Historias, fotografías, videos, campañas y efemérides.	3–4 publicaciones por semana
Material audiovisual	Mostrar el impacto del proyecto.	Público general y medios	Videos, cápsulas, entrevistas, fotografías y testimonios	Según planificación
Videos de cápsulas informativas	Informar avances y experiencias	Instituciones y aliados	Noticias, resultados y agenda.	Mensual
Comunicados de prensa	Difundir hitos relevantes.	Medios de comunicación	Notas de prensa y entrevistas.	Según hitos
Eventos y ferias	Promover el proyecto y las comunidades.	Instituciones, operadores y público especializado	Presentaciones, exposiciones y material promocional.	Según calendario anual
Publicaciones técnicas	Compartir conocimiento y resultados	Instituciones, academia y cooperación	Estudios, guías, sistematizaciones e informes	Según entregables
Material promocional	Reforzar la identidad de las comunidades y proyecto	Todos los públicos	Brochures, infografías, banners y merchandising.	Según necesidad

[1] *Eventualmente se deben crear redes específicas para cada comunidad y para una futura red, con fines comerciales.*

8.2 Kit de herramientas de comunicación para las comunidades participantes

Con el propósito de fortalecer las capacidades de comunicación de las comunidades participantes y promover una comunicación coherente, atractiva y sostenible, el proyecto impulsará el desarrollo de un Kit de Herramientas de Comunicación que servirá como recurso práctico para apoyar la promoción de los territorios y sus experiencias de turismo comunitario sostenible.

Este kit será desarrollado de manera participativa, considerando la identidad, las características y las necesidades de cada comunidad, con el fin de que los materiales reflejen su autenticidad y contribuyan al fortalecimiento de su posicionamiento turístico.

Como parte de esta iniciativa, se promoverá el fortalecimiento o actualización de la identidad visual de las comunidades, cuando sea pertinente, procurando que cada territorio disponga de una imagen gráfica consistente y alineada con su propuesta de valor, sin perder su identidad propia.

Asimismo, el kit incorporará recursos gráficos, audiovisuales y metodológicos que faciliten la producción de contenidos para medios digitales e impresos, así como materiales de apoyo para actividades de promoción, capacitación y divulgación. Entre estos recursos podrán incluirse plantillas para publicaciones en redes sociales, bancos de imágenes y fotografías, elementos gráficos, guías para la producción de contenido audiovisual, mensajes clave, presentaciones, material promocional y otros recursos que contribuyan a fortalecer la comunicación de las comunidades.

Más allá de constituir un conjunto de materiales de apoyo, el Kit de Herramientas de Comunicación busca dejar capacidades instaladas en las comunidades y Autoridades de Turismo participantes, favoreciendo la apropiación de la estrategia de comunicación y garantizando que los recursos desarrollados continúen utilizándose y actualizándose una vez finalizada la cooperación técnica.



IX. PLANIFICACIÓN DE IMPLEMENTACIÓN



9.1 Modelo de implementación de la estrategia de comunicación

Con La implementación de la estrategia de comunicación se desarrollará de manera progresiva, acompañando la evolución del proyecto y el nivel de madurez de las comunidades participantes. Este modelo permite que la comunicación responda a las necesidades de cada etapa del proyecto, transitando desde la comunicación institucional hacia una comunicación con enfoque promocional, donde las comunidades se convierten en las principales protagonistas.

Cada fase representa un nivel de evolución de la comunicación. Si bien tienen objetivos específicos, las acciones de una fase no concluyen al iniciar la siguiente, sino que se fortalecen y complementan de manera gradual hasta consolidar una estrategia integral de comunicación.

Fase 1. Visibilización del Proyecto

La primera fase tiene como propósito dar a conocer el Proyecto, sus objetivos, alcance y actores estratégicos, posicionándolo como una iniciativa regional impulsada por JICA y SITCA en coordinación con las Autoridades Nacionales de Turismo. Durante esta etapa, la comunicación tendrá un enfoque principalmente institucional, orientado a presentar el proyecto, explicar su propósito y la definición de TCS aplicada en ello, dar visibilidad a las comunidades participantes y generar reconocimiento sobre el papel que desempeña la cooperación regional en el fortalecimiento del turismo comunitario sostenible.

- Los principales productos de esta fase incluyen el lanzamiento de la identidad visual del proyecto, el micrositio, los canales digitales, los materiales institucionales y los primeros contenidos de divulgación.

Fase 2. Fortalecimiento de la identidad de las comunidades

Una vez consolidada la comunicación institucional del proyecto, la estrategia evoluciona hacia las comunidades participantes, convirtiéndolas en el eje central de la narrativa.

En esta fase se priorizará el fortalecimiento de la identidad de cada territorio mediante procesos participativos de co-creación, el desarrollo o actualización de sus elementos de identidad visual cuando corresponda, la producción de contenidos que destaquen su patrimonio, cultura y experiencias, y la implementación del Kit de Herramientas de Comunicación para fortalecer sus capacidades de promoción.

- El objetivo es que las comunidades comiencen a comunicar con una identidad propia, utilizando herramientas que les permitan generar contenidos de manera autónoma y consistente.

Fase 3. Posicionamiento y promoción de la oferta turística

La tercera fase orienta la comunicación hacia el posicionamiento y promoción de la oferta turística desarrollada por las comunidades participantes. En esta etapa, la narrativa evoluciona desde la comunicación institucional hacia una comunicación de carácter promocional, enfocada en inspirar, atraer visitantes y fortalecer la comercialización de las experiencias turísticas. Las acciones estarán dirigidas a visibilizar la oferta turística de las comunidades mediante campañas de promoción, contenidos especializados, articulación con operadores turísticos, participación en espacios de promoción y el aprovechamiento de plataformas regionales que contribuyan a ampliar el alcance de las comunidades en los mercados turísticos.

- Como resultado, la estrategia busca que, al finalizar el proyecto, las comunidades cuenten con capacidades fortalecidas, herramientas de comunicación consolidadas y una presencia más sólida dentro de la oferta regional de turismo comunitario sostenible.

FASE 1
Visualización del proyecto

Enfoque. Institucional y posicionamiento regional

Dar a conocer el proyecto, sus objetivos, alcance y actores estratégicos en coordinación con las Autoridades Nacionales de Turismo. Busca visibilizar el rol de la cooperación regional.

RESULTADOS Y PRODUCTOS

- Lanzamiento oficial del micrositio TCS y de identidad visual del proyecto.
- Despliegue del micrositio oficial.
- Habilitación de canales digitales.
- Diseño de materiales institucionales.
- Primeros contenidos de divulgación de las comunidades participantes.

FASE 2
Fortalecimiento de la identidad

Enfoque. Participativo, narrativa de la identidad local

La narrativa evoluciona hacia el territorio. Se prioriza la co-creación de elementos visuales propios y la producción de relatos que destaquen el patrimonio, la cultura y las vivencias de cada comunidad.

RESULTADOS Y PRODUCTOS

- Co-creación de identidades visuales para cada territorio.
- Producción de contenidos sobre patrimonio y cultura local.
- Entrega e implementación del Kit de herramientas de comunicación.
- Capacitación para la generación autónoma y consistente de contenidos.

FASE 3
Promoción y comercialización

Enfoque. Comercial y promoción de la oferta de las comunidades/zonas

Tránsito hacia una narrativa inspiradora y comercial orientada a atraer visitantes. Se centra en el mercado, impulsando la sostenibilidad técnica y la autonomía de las comunidades al cierre del proyecto.

RESULTADOS Y PRODUCTOS

- Campañas de promoción turística regional.
- Generación de contenidos especializados de experiencias.
- Articulación estratégica con operadores turísticos privados.
- Aprovechamiento de plataformas y ferias comerciales regionales.
- Presencia consolidada dentro de la oferta regional de turismo.

9.2 MATRIZ INTEGRAL DE IMPLEMETACIÓN

Línea estratégica	Actividad estratégica	KPI (Indicador)	Meta	Cronograma	Responsable(s)
Comunicación institucional	Difundir los avances, hitos y resultados del proyecto mediante los canales oficiales	% de hitos del proyecto comunicados oportunamente.	100 % de los hitos relevantes publicados.	Permanente	JICA, SITCA y Autoridades de Turismo
Comunicación comunitaria	Generar contenidos que visibilicen a las comunidades participantes y sus experiencias	Número de historias o experiencias comunitarias difundidas	Al menos una historia destacada por comunidad cada trimestre.	Trimestral	Comunidades, Autoridades de Turismo y equipo técnico.
Comunicación digital	Gestionar y actualizar el micrositio y las redes sociales del proyecto	Actualización periódica del micrositio y cumplimiento del calendario editorial	Micrositio actualizado y ≥90 % del calendario de contenidos ejecutado	Permanente	SITCA y equipo de comunicación.
Relaciones públicas y prensa	Promover la cobertura de actividades, eventos y resultados del proyecto	Número de publicaciones o menciones en medios de comunicación.	Al menos una acción de prensa por cada hito relevante del proyecto	Según hitos	JICA, SITCA y Autoridades de Turismo
Gestión del conocimiento	Sistematizar y difundir metodologías, aprendizajes y buenas prácticas.	Número de productos de conocimiento elaborados y difundidos	100 % de los productos técnicos del proyecto publicados y divulgados	Según entregables	Equipo técnico del proyecto.
Kit de herramientas de comunicación	Desarrollar y transferir herramientas de comunicación para fortalecer las capacidades locales.	Número de kits desarrollados e implementados en las comunidades participantes.	Un kit de comunicación implementado en cada comunidad participantes	Según cronograma del proyecto	Equipo técnico, Autoridades de Turismo y comunidades
Fortalecimiento de capacidades	Capacitar a ANTs y comunidades en el uso de las herramientas de comunicación.	Número de personas capacitadas y porcentaje de satisfacción.	100 % de las comunidades capacitadas y satisfacción ≥90 %.	Según plan de capacitación	Equipo técnico, JICA y SITCA.

X. GOBERNANZA Y SUSTENIBILIDAD DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción de Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA

10. Proyección del legado y sostenibilidad de la comunicación

La sostenibilidad de la estrategia de comunicación se fundamenta en un modelo de continuidad que integra dos niveles complementarios: el fortalecimiento de la capacidad regional para coordinar e impulsar las acciones de comunicación y promoción, y el fortalecimiento de las capacidades locales para que las comunidades gestionen de manera autónoma su comunicación y posicionamiento.

10.1 Sostenibilidad a nivel regional

La continuidad de las acciones regionales requerirá consolidar un modelo de gobernanza de la comunicación que fortalezca la articulación entre SITCA, las Autoridades Nacionales de Turismo y los demás actores regionales vinculados al turismo comunitario sostenible. En este contexto, se recomienda que SITCA fortalezca su capacidad institucional mediante un equipo técnico permanente para la gestión de la comunicación regional, integrado al menos por un especialista en comunicación estratégica y generación de contenidos, un diseñador gráfico y un especialista en desarrollo y administración de plataformas digitales con competencias en análisis de datos. Este equipo permitirá dar continuidad a la actualización del micrositio, la producción de contenidos regionales, la coordinación con los países, el seguimiento de indicadores y la implementación de campañas regionales de comunicación.

De forma complementaria, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) representa un aliado estratégico para la proyección internacional de las comunidades participantes. Una vez que las comunidades hayan fortalecido su identidad, consolidado su oferta turística y desarrollado capacidades de promoción (FASE 2 y 3), CATA podrá facilitar su incorporación progresiva en campañas regionales de mercadeo, acciones de promoción internacional, ruedas de negocios, ferias y otras iniciativas orientadas al posicionamiento de la región como un destino de turismo comunitario sostenible. De esta manera, SITCA y CATA desempeñan funciones complementarias: mientras SITCA lidera la coordinación y comunicación regional del proyecto, CATA fortalece la promoción y comercialización de la oferta turística en los mercados.



10.2 Sostenibilidad a nivel local

A nivel de las comunidades, el principal legado de la estrategia estará representado por las capacidades instaladas para gestionar su propia comunicación. El proyecto deberá promover procesos de co-creación que permitan fortalecer la identidad territorial, desarrollar o actualizar las marcas de las comunidades cuando sea pertinente, generar contenidos auténticos y consolidar herramientas de comunicación adaptadas a las características de cada territorio.
La implementación del Kit de Herramientas de Comunicación, acompañada de procesos de capacitación y asistencia técnica, permitirá que las comunidades cuenten con los conocimientos, recursos y metodologías necesarios para producir contenidos, gestionar sus canales de comunicación y promover sus experiencias turísticas con una mayor autonomía.

© 2026 Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

Esta publicación fue elaborada en el marco del proyecto Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción del Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA.

Las opiniones, análisis y recomendaciones contenidas en este documento constituyen una propuesta técnica desarrollada para el Proyecto.

Primera edición
Julio, 2026

Managua, Nicaragua

Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades para la Promoción de Turismo Comunitario Sostenible en la Región del SICA

© 2026 Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) y Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).