

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA

UNAN-LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.



II MAESTRÍA EN INTEGRACIÓN REGIONAL

**TITULO: “ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO
MULTIDESTINO EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL
CENTROAMERICANA.AÑO, 2003-2007.”**

Tesina para optar al Título de *Magíster* en Integración Regional.

AUTORA: Licda. VIANNEY DEL CARMEN FORNOS GARCÍA.

TUTORA: MSc. CORALIA DREYFUS

(Técnico en Competitividad Turística del CCT).

León, Nicaragua, C.A., julio del 2008.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios el Todo poderos por ser el dador y fuente de sabiduría.

A mis padres: Oldemar Fornos y Melania García, por su apoyo incondicional en tos mis proyectos emprendidos.

A mi hijo: Edward Dávila Fornos, por todas las horas que mi trabajo y formación han restado a su acompañamiento en el cotidiano vivir.

A la memoria de mi abuela Petrona Cardoza, por todas las noches que me acompañó, por los muchos años de entrega y sus sabios consejos.

A mi amiga Maureen Cortés, quien siempre estuvo dándome ánimo e incentivándome a continuar cuando mis fuerzas y voluntad se debilitaban.

A todos y cada uno de mis compañeros, amigos y maestros, quienes contribuyeron al alcance de esta realización profesional.

Y finalmente a la fé y la esperanza de que pronto veamos a nuestra amada Centroamérica como una región integrada, llena de paz y prosperidad para todos sus ciudadanos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA Y U RELACIÓN CON EL MODELO DE INTEGRACIÓN REGIONAL.....	4
--	---

1. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA INTEGRACIÓN CENTRAMERICANA.....	5
1.2. PROCESO DE ESQUIPULAS.....	9
1.3. EL TRATADO CONSTITUTIVO AL PARLAMENTO CENTROAMERICANO Y OTRAS INSTANCIAS POLÍTICAS.....	12
1.4. EL CONVENIO CONSTITUTIVO DE LA COMISIÓN CENTROAMERICANA DE AMBIENTE Y DESARROLLO.....	12
2. EL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTRAMERICANA (SICA).....	13
2.1. PROCESO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA.....	15
2.3. CENTROAMÉRICA HACIA UNA ESTRATEGIA INTEGRAL.....	16
2.4. UN PROCESO DE INTEGRACIÓN EN MARCHA.....	19
3. LA UNIÓN EUROPEA COMO MODELO DE INTEGRACIÓN.....	21
3.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL MODELO DE LA INTEGRACIÓN EUROPEA.....	22
3.2. CONVENIOS DE COOPERACIÓN ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y AMÉRICA LATINA PARA FINACIAR PROGRAMAS Y PLANES DE DESARROLLO REGIONAL.....	26
3.3. FUNCIONALIDAD DE LA COOPERACIÓN EXTERNA EN LA UNIÓN EUROPEA.....	27
3.4. BASES LEGALES PARA LA COOPERACIÓN EXTERNA EN LA UNIÓN EUROPEA.....	28
3.5. SITUACIÓN ACTUAL DE COOPERACIÓN ENTRE LA UE Y AMÉRICA LATINA.....	29
3.6. COOPERACIÓN UNIÓN EUROPEA-AMÉRICA CENTRAL.....	30
3.7. ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA PARA AMÉRICA CENTRAL.....	31
3.7.1. ACUERDOS PRESIDENCIALES SOBRE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA C.A.....	32

CAPITULO II. ÓRGANOS POLÍTICOS Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL TURISMO REGIONAL CENTROAMERICANO.....	35
---	----

2.1. SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA) Y LA ALIANZA C.A. PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (ALIDES).....	35
2.1.1. EL SICA.....	35
2.1.1.1. LA REUNIÓN DE PRESIDENTES.....	35
2.1.1.2. EL CONSEJO DE MINISTROS.....	36
2.1.1.3. EL COMITÉ EJECUTIVO.....	36

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

2.1.1.4. LA SECRETARÍA GENERAL.....	36
2.1.1.5. LA REUNIÓN DE VICE-PRESIDENTES.....	36
2.1.1.6. EL COMITÉ CONSULTIVO.....	36
2.1.1.7. EL PARLAMENTO CENTROAMERICANO.....	37
2.1.1.8. LA CORTE CENTROAMERICANA DE JUSTICIA.....	37
2.2. LA ALIDES.....	37
2.3. EL TRATADO DE LA INTEGRACIÓN SOCIAL CENTROAMERICANA.....	38
2.4. EL TRATADO MARCO DE SEGURIDAD DEMOCRÁTICA.....	39
2.5. CONFORMACIÓN DEL MARCO POLÍTICO REGIONAL EN MATERIA DE TURISMO.....	39
2.5.1. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO C.A.....	41
2.5.2. VISIÓN DEL CCT.....	41
2.5.3. MISIÓN DEL CCT.....	42
2.6. LA AGENCIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA (CATA).....	43
2.6.1. VISIÓN DE LA CATA.....	44
2.6.2. MISIÓN DE LA CATA.....	44
2.6.3. OBJETIVOS GENERALES DE LA CATA.....	44
2.6.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA CATA.....	44
2.6.5. ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO POR LA CATA.....	45
2.7. PRINCIPIOS Y VALORES DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA DE C.A.....	46
2.7.1. PRINCIPIOS.....	46
2.7.2. VALORES.....	47
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO GLOBAL Y REGIONAL DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL DE C.A.....	48
3.1. DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE INTERÉS.....	48
3.2. CONTEXTO REFERENCIAL DEL TURISMO MULTIDESTINO.....	50
3.2.1. LOS TRES SUBÍNDICES DE COMPETITIVIDAD EN TURISMO.....	50
3.2.2. LOS TRES PILARES DE LA COMPETITIVIDAD.....	51
3.3. TENDENCIAS INTERNACIONALES DEL TURISMO.....	52
3.4. TENDENCIAS DEL TURISMO EN CENTROAMERICA.....	52
3.5. PERFIL POR PAÍS DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LA REGIÓN.....	55
3.6. COMPORTAMIENTO DE LOS MERCADOS GLOBALES Y GRUPOS DE MERCADOS.....	57
3.6.1. PATRONES DE COOPERACIÓN MULTINACIONAL.....	57

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

3.7. IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING INTERNACIONAL.....	58
3.7.1. IMPLICACIONES EN LA PREPARACIÓN DEL MARKETING.....	60
3.7.2. GRUPOS COMERCIALES REGIONALES Y MERCADOS EMERGENTE.....	63
3.7.3. IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING EN EL TURISMO MULTIDESTINO.....	64
CAPÍTULO IV. EL ROL DEL SECTOR PRIVADO Y LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN LA OFERTA Y LA DEMANDA ACTUAL DEL TURISMO MULTIDESTINO EN C.A.....	
4.1. ESTRATÉGIA REGIONAL DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MULTIDESTINO.....	66
4.2. ESTRUCTURA DELA APTC O CATA.....	67
4.3. INTEGRACIÓNDE TOUOPERADORES REGIONALES Y CÁMARAS DE TURISMO.....	68
4.3.1. VISIÓN.....	68
4.3.2. MISIÓN.....	68
4.3.3. LAS ÁREAS DE ACCIÓN PRIORITARIAS DE LA FEDERACIÓN.....	68
4.4. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE C.A.....	69
4.4.1. PRINCIPALES PROYECTOS EN EJECUCIÓN.....	69
4.4.2. PRINCIAPLES ACTIVIDADES.....	70
4.4.3. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO DE PRODUCTOS REGIONALES.....	70
4.4.4. ACCIONES REALIZADAS EN LA CREACIÓN DE LA RUTA COLONIAL Y DE LOS VOLCANES....	71
4.4.5. ACCIONES EN PROCESO.....	71
4.5. FORMACIÓN TURÍSTICA.....	71
4.5.1. PLAN DE FORMACIÓN EN BASE A NECESIDADES DEL SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO.....	71
4.5.2. OTRA FORMACIÓN.....	72
4.6. PROMOCIÓN Y MERCADEO.....	72
4.7. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.....	72
4.7.1. RESULTADOS ESPERADOS.....	73
4.8. OTROS TEMAS DE INTERÉS.....	73
4.9. CARACTERÍSTICAS Y ALCANCE DE LA MARCA TURÍSTICA C.A.....	74
4.10. LAS RUTAS TURÍSTICAS REGIONALES.....	75
4.11. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA OFERATA TURÍSTICA DE C.A.....	78
4.11.1. SEGMENTACIÓN DE OPERADORES TURÍSTICOS.....	79
4.11.2. ANÁLISIS DE LA INTERMEDIACIÓN.....	81
4.11.3. GRUPOS DE CLIENTES POTENCIALES.....	82

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO
DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

CAPÍTULO V. DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL DESARROLLO DE LA INTEGRACIÓN C.A. (FODA).....	83
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES.....	89
BIBLIOGRAFIA.....	93
ANEXO.....	96

INTRODUCCIÓN.

El tema de estudio “Análisis coyuntural del desarrollo del Turismo Multidestino en el marco del Sistema de la Integración Centroamericana”, hace una evaluación de los principales acontecimientos que se han desarrollado en Centroamérica, en relación al plano económico y político de la oferta turística del multidestino, en el marco de la Integración regional con la finalidad de detectar cuales son los principales avances, obstáculos y oportunidades que se le presentan a la región en el plano de competitividad y calidad de la oferta turística al ofrecer a Centroamérica como un multidestino acogido bajo una marca turística regional, en el periodo correspondiente del 2003-2007.

En el marco del desarrollo internacional del turismo una de las principales tendencias es la optimización en los viajes; es decir el desplazamiento de turistas por distintos fines e intereses, eligiendo sus destinos de viajes tomando como referencia ciertas características asociadas al tiempo, costo y distancia. De esto parte el nuevo concepto de multidestino que consiste en conocer la mayor cantidad de sitios y experiencias en el tiempo disponible para tales viajes, utilizando como herramienta fundamental a los suplidores de servicios turísticos; en este caso las tour operadoras o agencias de viajes son las entes encargadas de la comercialización y promoción de los destinos, productos o subproductos que forman parte de la oferta turística de cada región, para lo cual se hará una evaluación de las tareas realizadas por el sector público y privado dentro del contexto del desarrollo integracionista de la región.

Claramente Centroamérica, tiene muchas características que la hacen ser una zona con un importante potencial turístico y en los últimos diez años ha mostrado un muy significativo desarrollo en la oferta de servicios turísticos y algunos avances en la estructuración de la comercialización y la normativa que rige la práctica de actividades turísticas de distintas índole en la región; lo cual dicho sea de paso se ha visto impulsado por los eventos en materia de integración regional.

Actualmente no es posible armonizar en una sola política turística los principales elementos que beneficien equitativamente a todos los países de la región, y haciendo falta camino por recorrer para estructurar más ofertas turísticas del multidestino que supla las necesidades

latentes en las nuevas tendencias del turismo internacional; además de que al momento de la comercialización se generen beneficios equitativos para cada uno de los involucrados; sin embargo, se han alcanzado logros muy significativos como lo es el lanzamiento de una Marca Turística centroamericana, la cual ha sido de gran utilidad para acercarnos a la competitividad comercial y lograr una aproximación a un desarrollo sostenible del turismo en la región.

Con este estudio se presenta un análisis FODA de la situación de Centroamérica en relación a la promoción de la oferta turística del multidestino y la estructuración del marco institucional que rige las acciones, funcionalidad y diseño del multiproducto, para determinar si está a la altura de las exigencias del turista contemporáneo y si se contribuye positivamente al avance y fortalecimiento del proceso de la integración regional, lo que permitirá alcanzar un mayor beneficio y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos centroamericanos.

El método utilizado en este proyecto de investigación es en principio el analítico, ya que se estudió la conformación y funcionamiento de los actores públicos y privados involucrados en el desarrollo de la oferta turística multidestino centroamericano, para determinar la importancia y el tipo de relación existente entre ambos grupos, partiendo del método exploratorio, que permitió reunir la información requerida de las distintas fuentes, incluyendo la determinación de los expertos, la observación, atención y descripción de otros estudios realizados; que permitieron reunir los hechos o atributos de los fenómenos, para definir los conceptos y hacer el análisis crítico pertinente al caso. A la vez se utilizó el método inductivo, porque el estudio presenta datos concretos que se analizan comparativamente con otros hechos observados, para encontrar elementos relevantes que permitan determinar si los avances del proceso de la integración turística en Centroamérica se encausan hacia un resultado óptimo y equitativo para todos los involucrados.

Según los medios utilizados para obtener los datos en esta investigación son de carácter documental; alcanzando un nivel de conocimiento descriptivo.

Los tipos de fuentes correspondientes a esta investigación refieren a: Bibliográficas, hemerográficas, de sitios web y archivistas, respaldadas con la información de expertos y la observación y análisis de la autora; entre las principales fuentes destacan:

Secretaría de la Integración Turística Centroamericana (SITCA) y Dirección de Turismo de la SG-SICA. “Memorias laborales 2007”

Guía sobre la cooperación. Unión-Europea- América Latina. 2007.

Estrategia Regional de Integración y Desarrollo Turístico en Centroamérica (CCT)

Boletín de Estadísticas Turísticas de Centroamérica, 2002-2006. (SITCA)

Propuesta para la negociación del acuerdo de Asociación Europa-Centroamérica, desde la sociedad civil de Centroamericana, marzo 2007. (CC-SICA).

La Integración Centroamericana: Beneficios y Costos. Marzo, 2004. (CC-SICA Y CEPAL)

Marketing Internacional. Cateora- Graham.

Sitios de Internet referidos:

<http://www.sgsica.int> (SICA)

<http://www.oit.or.cr/mdtsanjo/actrav/integ-ac/final.htm> (Marco histórico de la Integración centroamericana)

<http://www.sica.int/cct> (Consejo Centroamericano de Turismo y SICA).

El trabajo está estructurado en siete capítulos que desarrollan los objetivos perseguidos en la investigación.

Capítulo I- Antecedentes históricos de la integración centroamericana y su relación con el modelo de integración europeo: se hace una síntesis comparativa entre ambos procesos de integración regional, con la finalidad de conocer la génesis de los órganos e instituciones que rigen las actividades integracionistas en ambas regiones y conocer en sí la naturaleza de cada caso. Capítulo II- Órganos políticos y estructura organizacional del turismo regional

en Centroamérica: explica la estructura jerárquica y la funcionabilidad del desarrollo del turismo regional y los avances que se han realizado en materia de integración turística. Capítulo III-Análisis del comportamiento del mercado global y regional del turismo multideestino en el marco de la integración regional en C.A., hace referencia al comportamiento global del mercado internacional en la industria de los viajes, a las tendencias internacionales del turismo y se explica como estas afectan directa o indirectamente los procesos integracionistas del turismo en la región centroamericana, además se hace un análisis de las estrategias del marketing que se están y deben implementarse de acuerdo con los fenómenos del mercado. Capítulo IV-El rol del sector privado y la cooperación internacional en la oferta y la demanda actual del turismo multideestino en C.A., se especifican las tareas, planes y programas que se están trabajando en relación al desarrollo del multideestino en C.A; a la vez que se destaca la importancia de la cooperación internacional y los avances de la integración regional temas económicos y socio-políticos competentes a las naciones en vías de desarrollo, inmersas en un mundo globalizado. Capítulo V- Diagnóstico de la oferta multideestino en el desarrollo de la integración regional en C.A., el cual se hizo a través de un análisis FODA, se sintetizan las principales Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades que en general se encontraron en la realización de esta investigación, centrado en la oferta del multideestino centroamericano. Capítulo VI- Conclusiones y consideraciones finales, se plantea la valoración de la autora en relación a los hallazgos y análisis de los resultados del tema propuesto. Y finalmente la bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA Y SU RELACIÓN CON EL MODELO DE INTEGRACIÓN EUROPEO.

La región centroamericana nace a la vida independiente el 15 de septiembre de 1821 y luego se constituye una República Federal de 1821 a 1838, compuesta por cinco estados: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, cuyo territorio donde se asentaba lo comprendía el antiguo Reino de Guatemala. El 22 de noviembre de 1824, se promulgó la Constitución de la República Federal de Centroamérica y el Gobierno de la República Federal se componía de tres Poderes: legislativo, ejecutivo y judicial, habiendo por lo tanto en los orígenes de esta región una verdadera integración política, luego vinieron intereses separatistas de algunos estados lo que produjo la disolución efectiva de la Federación en 1838, durante el siglo XIX hubieron muchos intentos unionistas de volver a la Federación, pero no pudieron consolidarse, igual suerte corrieron muchos otros intentos que surgieron a inicios del siglo XX.

Es conveniente mencionar aquí, que Centroamérica puede tener diferentes aseveraciones en relación al espacio geográfico y límites de su territorio. Los cuales de cierta forma han sido motivo de las históricas contiendas entre los pueblos de la región por motivos de soberanía y territorio. Para darnos una idea de la importancia de una aseveración de esta índole, y ya que a la vez implica una definición histórica y política, se puede ver en la formulación que se sustentó en la cumbre de Tuxtla, México, donde se reunieron los jefes de Estados de México y Centroamérica. En ese conclave se habló de la “Centroamérica Histórica” haciendo énfasis de que se trataba de cinco países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Conviene destacar que desde el punto de vista geográfico, Paul Kirchhoff (1943), planteó el concepto de Mesoamérica, este contenido se basa en la cultura común de los pueblos (aspecto etnográfico) y la posición geográfica del territorio, que se encuentra en el medio divisorio de las dos grandes masas de América (América del Norte y América del Sur); de tal forma que incluyendo a las Antillas, Belice y Panamá estaríamos hablando de América Central. Esto provoca que el término “América Central” tienda normalmente a

definirse en forma vaga y diversa: a veces como los cinco primeros países, otras como a los siete, algunas veces incluyendo parte de Norte y Sudamérica, y otras incluyendo la cuenca del Caribe¹.

Para fines de este estudio comprenderán los siete países (Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá), los cuales están implicados en el proceso de la Integración Regional Centroamericana y en el desarrollo del Turismo Multidestino; se considera importante hacer la aclaración, ya que en algunos casos aparecerá el término Centroamérica, generalmente para referirse a los cinco países y en otros casos como América Central, esta vez refiriéndose a los siete. Obviamente esto variará en dependencia de la percepción y las perspectivas ya sean; históricas, políticas e ideológicas.

1. LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. (SINOPSIS)

1.1. ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS CENTROAMERICANOS (ODECA).²

Centroamericana necesitaba encontrar una fórmula práctica de organización en el Siglo XX, y la iniciativa partió del Ministro de Relaciones Exteriores de El Salvador, Don Roberto Canessa, quien convocó a una reunión de ministros de relaciones exteriores de Centroamérica, la que se inauguró solemnemente en San Salvador, el 8 de octubre de 1951. En dicha sesión los señores Ministros manifestaron que: “No se podrá obtener de esta primera Conferencia de Cancilleres una solución completa sobre un determinado problema, para ello necesitamos la creación de un *Organismo* que se encargue permanentemente de buscar soluciones adecuadas, es la única solución práctica para todos aquellos que tenemos la última decisión de llegar a la unión de nuestros Estados por medio del progreso y la

¹ SANTANA, A., “Límites y fronteras del Istmo Centroamericano”, *Paraninfo: Revista del Instituto de ciencias del hombre. Rafael Heliodoro Valle*, n.23, (2003), 31-55. Tegucigalpa, Honduras.C.A.*El autor es mexicano, profesor de la Universidad Autónoma del Estado de México.

² VILLALTA, A. E., “Resumen de los Antecedentes de la Integración Centroamericana”, *Material didáctico para los estudiantes de la segunda edición del a Maestría en Integración Regional., León, Nic. (2006)* * La autora es Abogada y Notaria de El Salvador, Profesora de Derecho Internacional Público y de Derecho Internacional Privado. Fue Miembro por El Salvador de la Comisión Preparatoria del SICA.

cooperación pacífica entre ellos”.³ Es así como esta reunión dio origen el 14 de octubre de 1951 a la “*Carta de la Organización de los Estados Centroamericanos (ODECA)*”, conocida como “*Carta de San Salvador*”, suscrita por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, fijando la nueva Organización como sede la ciudad de San Salvador.

En dicha Carta se expresaba: “Que para el desarrollo progresivo de sus instituciones y la solución común de sus problemas es indispensable la cooperación fraternal y organizada de todos, que es necesario eliminar las barreras artificiales que separan a los pueblos centroamericanos y lograr la voluntad conjunta de resolver los problemas y defender sus intereses mediante la acción colectiva y sistematizada; que los procedimientos ensayados en el curso de la vida independiente de las Repúblicas Centroamericanas para la reintegración a su antigua unidad, han resultado ineficaces; y que el Derecho Internacional Moderno ofrece fórmulas adecuadas para esa finalidad, mediante la institución de Organismos Regionales”.⁴

La institucionalidad en la Organización de los Estados Centroamericanos se desarrolló de la forma siguiente: La *Reunión de Presidentes*, que es el Órgano Supremo de la Organización integrado por los cinco Presidentes de las Repúblicas Centroamericanas; la *Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores*, que es el Órgano principal de la Organización; la *Reunión Eventual de Ministros* de otro Ramo, que se convoca por interés de alguno de los Estados Miembros; la *Oficina Centroamericana*, que es la Secretaría General de la Organización y que tiene su sede en la capital de la República de El Salvador, estando al frente de ella un Secretario General elegido por la Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores y el *Consejo Económico*, cuyas funciones son señaladas por la Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores.⁵ El único órgano permanente de la Carta de San Salvador (ODECA), lo constituyó la Oficina Centroamericana, por lo que su evolución no marchó con la celeridad deseada, no obstante, que todas las esperanzas estaban volcadas en ella a fin de fortalecer las relaciones centroamericanas que llevarían hacia la Unión.

³ La Unión de Centroamérica, Alberto Herrarte, 1964, Guatemala.

⁴ Carta de San Salvador de 1951.

⁵ Carta de San Salvador de 1951.

En este mismo período, al mismo tiempo que se buscaba mayor vinculación política mediante la creación de la ODECA, también se procuraba una mayor vinculación económica y es así como durante en el IV Período de Sesiones de la Comisión Económica para la América Latina (CEPAL) efectuado en 1951, se acordó a solicitud de los gobiernos centroamericanos la formación de un Comité de Cooperación Económica del Istmo Centroamericano, en vista de los vínculos geográficos e históricos que unen a Centroamérica. Este Comité se reunió por primera vez en Tegucigalpa, Honduras, del 23 al 28 de agosto de 1952 iniciando de esta manera el proceso de integración económica centroamericana con el objeto de alcanzar un verdadero mercado común centroamericano, en dicha reunión se estableció la necesidad de integrar las economías de Centroamérica y para lograr la misma, ésta debería darse en forma gradual y progresiva, esto llevó a la creación del “*Tratado General de Integración Económica Centroamericana*”, suscrito el 13 de diciembre de 1960, en Managua, Nicaragua, el que crea el Consejo Económico Centroamericano integrado por los Ministros de Economía de cada uno de los Estados Miembros; la Secretaría Permanente de Integración Económica Centroamericana (SIECA) con sede en Guatemala y el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), con sede en Tegucigalpa, Honduras. Dicho Tratado estableció las bases para llegar a un Mercado Común Centroamericano en un plazo de cinco años a partir de la vigencia del Convenio.

Asimismo, se estipuló “que los organismos creados por el mismo entrarán a formar parte de la Organización de Estados Centroamericanos, mediando un Convenio de vinculación y de reestructuración de la ODECA, que permita a los Organismos creados por este Tratado conservar todas las modalidades de que han sido dotados en su estructura y funcionamiento”⁶. Otra disposición importante del Tratado, fue la de establecer en un plazo de cinco años, la unión aduanera. Por esta velocidad que llevaba la integración económica, hubo necesidad de adecuar la integración política, ya que la primera para que pueda ser perdurable, debe ir de la mano de cierto grado de integración política, debido a que la sola integración económica sin la perspectiva de una unidad política puede llevar a una carrera competitiva de desastrosas consecuencias para los Estados Asociados.

⁶ Tratado General de Integración Económica Centroamericana, 1960.

En este sentido, es que el 12 de diciembre de 1962, en la ciudad de Panamá, República de Panamá, los gobiernos de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, y Nicaragua deciden *sustituir* la Carta suscrita el 14 de octubre de 1951 “Carta de San Salvador” por la “Carta de la Organización de los Estados Centroamericanos”, conocida posteriormente como “Carta de Panamá”, no obstante, que el artículo 30 de la misma disponía que el Convenio conservara el nombre de “Carta de San Salvador”, estableciendo: “Que es necesario dotar a los cinco Estados de un instrumento más eficaz, estableciendo órganos que aseguren su progreso económico y social, eliminen las barreras que los dividen, mejoren en forma constante las condiciones de vida de sus pueblos, garanticen la estabilidad y la expansión de la industria y confirmen la solidaridad centroamericana”. En dicha Carta se determina que Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua son una *Comunidad Económico-Política* que aspira a la integración de Centroamérica. Esta Carta quedó abierta a la República de Panamá para que, en cualquier tiempo, pueda adherirse a la misma y formar parte de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA).

En estas nuevas circunstancias, el comercio intrazonal centroamericano había experimentado un constante crecimiento debido al mercado común, sin embargo, a partir de 1969 la crisis entre El Salvador y Honduras debilitó estas organizaciones provocando problemas serios y una virtual paralización del proceso integrador, para salir del impasse se creó el Comité de Alto Nivel (CAN) formado por representantes de los cinco países a nivel ministerial y el 23 de marzo de 1976 presentó el Proyecto de “Tratado de la Comunidad Económica y Social Centroamericana”, por el cual la integración debería realizarse en un plazo de veinticinco años, en forma gradual y progresiva, teniendo como etapas intermedias el llegar a una unión aduanera, una unión monetaria, la libre circulación de trabajo y de prestación de servicios, una armonización tributaria, una política económica exterior común, entre otras.

En la práctica existían dos procesos, uno político bajo la coordinación de la ODECA, con sede en San Salvador, y otro económico diseñado en el Tratado General de Integración Económica, con sede en Guatemala, que llevaba una mayor velocidad, lo que provocó que

el proceso de integración económica avanzara en la región, no sucediendo lo mismo con el proceso político de unificación que llegó a paralizarse

1.2 PROCESO DE ESQUIPULAS:

Posteriormente, a finales de la década de 1970 en varios Estados de Centroamérica se dan una serie de conflictos internos, lo que provoca la necesidad de pacificar la región, lo que es posible a través de la ayuda internacional y de la voluntad política de los Estados Centroamericanos. Es en este marco que nace el “*Proceso de Contadora*” y el “*Proceso de Esquipulas*”, cuando a partir de 1980 Centroamérica experimenta cambios profundos, sin precedentes y atraviesa por uno de los procesos políticos, sociales y económicos de mayor intensidad en toda su historia.

Es precisamente en esta época que se desarrolla el proceso de pacificación y democratización en Centroamérica, que se inicia prácticamente en 1986, con el “Proceso de Esquipulas” que recogió todo el producto de un intenso periodo de negociaciones auspiciado por el “Grupo de Contadora” integrado por México, Venezuela, Colombia y Panamá, al cual se le une su “Grupo de Apoyo” constituido por Perú, Argentina, Brasil y Uruguay en la búsqueda de una salida negociada a la crisis regional, contando con el respaldo de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el que quedó plasmado en el “*Proyecto de Acta de Contadora para la Paz y la Cooperación en Centroamérica*”.

Es por esta razón, que se da la “*Declaración de Esquipulas I*” de 25 de mayo de 1986, se reconoció que la paz en Centroamérica sólo puede ser fruto de un auténtico proceso democrático, pluralista y participativo que implique la promoción de la justicia social, el respeto a los derechos humanos y la autodeterminación centroamericana, la soberanía e integridad territorial entre los Estados y el derecho de todas las Naciones. ⁷Este compromiso se ratificó el 6 y 8 de agosto de 1987, en el procedimiento para establecer la “*Paz Firme y Duradera en Centroamérica*” donde fue reiterado el compromiso de la democratización de los gobiernos y que recoge las recomendaciones del Grupo de Contadora, de Esquipulas I y se fundamenta además en los propósitos y principios

⁷ Declaración de Esquipulas I, Guatemala, 1986.

establecidos en la Carta de las Naciones Unidas y en la Carta de la Organización de los Estados Americanos.

Para la puesta en marcha de todos los compromisos asumidos en este Proceso de Esquipulas, los Presidentes de Centroamérica crearon la “Comisión Ejecutiva” integrada por los señores Ministros de Relaciones Exteriores de los Estados Centroamericanos, que tenía como función principal la verificación, control y seguimiento de todos los compromisos contenidos en este proceso. Es en este ambiente de identidad y solidaridad regional, que se concibió la idea de crear una “*Comunidad del Istmo Centroamericano*” en la cual todos debemos participar, de forma que avancemos con una convicción ampliamente compartida de la necesidad de una Centroamérica unida, con una participación plena de la población en los esfuerzos y beneficios de ese desarrollo.⁸

Es así, como en la “Declaración de Antigua”, República de Guatemala de 15, 16 y 17 de junio de 1990, los Señores Presidentes de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua con la presencia del señor Presidente de Panamá expresaron: “Que para crear una Comunidad Económica del Istmo Centroamericano, todos debemos participar, que nadie se quede atrás, por ello instamos a los diferentes grupos privados, asociaciones, cooperativas y organizaciones gremiales, sindicales, religiosas, culturales y de desarrollo, a los medios de comunicación y a toda nuestra población, para que a todos sus niveles, se sumen creativa y conjuntamente en sus respectivos campos de competencia y actuación a estos esfuerzos” y en esa misma Declaración en su numeral 26 acordaron: “Reestructurar, fortalecer y reactivar el proceso de integración, así como los organismos regionales centroamericanos, adecuando o rediseñando su marco jurídico e institucional para imprimirles renovado dinamismo y facilitar su readaptación a las nuevas estrategias de apertura externa y modernización productiva que emprenden los países centroamericanos, aspirando a la conformación y consolidación de la Comunidad Económica del Istmo Centroamericano”.⁹

Tomando en cuenta lo anterior, es que en la “Declaración de San Salvador” de junio de 1991, los señores Presidentes de Centroamérica instruyeron a la Comisión Ejecutiva, para

⁸ El libro de Centroamérica (un Instrumento Cívico de los Pueblos), educa 1996.

⁹ Declaración de Antigua de 15, 16 y 17 de junio de 1990.

que en un plazo de 6 meses actualizaran el marco jurídico de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA), readecuándolo a la realidad y necesidades actuales, para alcanzar efectivamente la integración centroamericana.¹⁰

Es bajo este mandato y con la necesidad de contar con nuevos y modernos instrumentos jurídicos que reflejarán la nueva etapa de la integración centroamericana como una “Comunidad Económica, Política y Social”, que la Comisión Ejecutiva decide actualizar la “*Carta de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA)*”, suscrita en San Salvador, el 14 de octubre de 1951 y reformada el 12 de diciembre de 1962 en Panamá, por medio del “Protocolo de Tegucigalpa a la Carta de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA)”, que fue suscrito por los señores Presidentes Centroamericanos el 13 de diciembre de 1991 y que crea el “*Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)*” como el nuevo marco jurídico institucional de la integración Centroamericana, el cual fue anunciado en la “*Declaración de Tegucigalpa*” de 12 y 13 de diciembre de 1991, la que en su numeral 4. acordó: “celebrar el acontecimiento trascendental, en las relaciones de los Estados Centroamericanos, al haber firmado, en esta ciudad, el Protocolo de Reforma de la Carta de la *ODECA* constituyendo el “*Sistema de la Integración Centroamericana*” que enmarca toda la estructura orgánica de la región para realizar la integración en todos sus ámbitos, asegurando el seguimiento de las decisiones de la Reunión de Presidentes y coordinando la ejecución de las mismas en la perspectiva de la realización de Centroamérica como Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo”.¹¹

Entre los instrumentos más importantes **anteriores** al “Protocolo de Tegucigalpa” y suscritos durante el Proceso de Esquipulas, tenemos:

¹⁰ Declaración de San Salvador, de junio de 1991.

¹¹ Declaración de Tegucigalpa, de 12 y 13 de diciembre de 1991.

1.3. EL TRATADO CONSTITUTIVO AL PARLAMENTO CENTROAMERICANO Y OTRAS INSTANCIAS POLÍTICAS

Suscrito en la ciudad de Guatemala, República de Guatemala, el 6 de octubre de 1987 y al cual nos hemos referido anteriormente como el primer Instrumento que nace en el nuevo proceso de integración Centroamericana, y por el cual se constituye el “Parlamento Centroamericano” como órgano de planteamiento, análisis y recomendación sobre asuntos políticos, económicos, sociales y culturales que se fundamentan en la democracia representativa y participativa, en el pluralismo y en el respeto a las legislaciones nacionales y al derecho internacional.

1.4. EL CONVENIO CONSTITUTIVO DE LA COMISIÓN CENTROAMERICANA DE AMBIENTE Y DESARROLLO.

Suscrito en San José, Costa Rica, el 12 de diciembre de 1987, durante la “Cumbre de Presidentes” de San Isidro Coronado, por medio de este Convenio, los Estados Centroamericanos establecen un régimen regional de cooperación para la utilización óptima y racional de los recursos naturales del área, el control de la contaminación y el restablecimiento del equilibrio ecológico, para garantizar una mejor calidad de vida a la población del istmo centroamericano.

Por este Convenio se crea “la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD)”, encargada de la formulación de estrategias que promueven el desarrollo ambientalmente sustentable de los países de la región, que protejan su patrimonio natural, caracterizado por una alta diversidad biológica y tiene como responsabilidad esencial el propiciar la integración regional en materia de política ambiental.

2. EL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA)

La creación del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), representa la consagración de la visión más pragmática y futurista de los centroamericanos, es el resultado de los esfuerzos de una democracia participativa regional, proyectándose como la nueva organización regional diseñada para responder a las necesidades actuales del desarrollo.¹² En esta coyuntura, se hace necesario contar con un moderno marco jurídico institucional para el proceso de integración centroamericana, que recoja los principios y los compromisos fundamentales asumidos durante todo el “Proceso de Esquipulas”, con el objeto de llevar a Centroamérica hacia un modelo de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo; iniciándose prácticamente el proceso de integración en esta nueva etapa, a través de la integración política.

Es precisamente en el “*Protocolo de Tegucigalpa*”, donde se reafirma que la razón de ser del nuevo proceso de integración regional es la promoción de la persona humana y que así como la democracia es inseparable para el desarrollo, asimismo el desarrollo económico es inseparable del desarrollo social, cultural, político y ecológico y que para lograrlo es necesario la participación de todos los sectores sociales. El *Protocolo de Tegucigalpa*, es el molde que dio forma jurídica a la nueva Centroamérica al recoger las experiencias, principios, objetivos y anhelos contraídos por los Presidentes Centroamericanos durante el “Proceso de Esquipulas”.

De esta manera, el “*Protocolo de Tegucigalpa*” crea la nueva visión de Centroamérica como una región de “Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo”. El SICA es una región de *Paz*, porque actualmente las diferencias se resuelven por los medios de solución pacífica de los conflictos; de *Democracia* porque priva la participación ciudadana y el respeto a la voluntad popular, expresada en elecciones libres y periódicas; de *Libertad* ya que aspira a consolidar todas las libertades de la integración, esto es, libre movilidad de personas, bienes, servicios y capital; de *Desarrollo* basada en un esquema político, económico y

¹² Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) Comisión Preparatoria, 1993.

social, equilibrado e interdependiente, centrado en el ser humano y capaz de generar un mejoramiento de la calidad de vida, sin deteriorar el medio ambiente.

Bajo este nuevo esquema, la Centroamérica de hoy en día, cuenta con reuniones periódicas de Presidentes Centroamericanos y Jefes de Gobierno, instituidas en sus “Reuniones Cumbres”; con reuniones de Consejos de Ministros; con un Parlamento Centroamericano; con una Corte Centroamericana de Justicia, con una Secretaría General Comunitaria y con una Sociedad Civil Organizada. Esto ha facilitado para que Centroamérica se presente con una sola voz ante los Foros y Organismos Internacionales, es en este sentido, que el 12 de octubre de 1995, la Organización de las Naciones Unidas le concedió al Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) el status de Observador en la ONU¹³ con lo cual Centroamérica, como región, ha logrado el reconocimiento universal como nuevo actor en la escena internacional.

El “*Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)*”, es la expresión de la transformación que se opera en Centroamérica desde 1991, y es la estructura jurídica e institucional del nuevo proceso de integración. En su artículo 1 se establece que: “Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, son una Comunidad Económica-Política que aspira a la integración de Centroamérica”. Centroamérica ha optado desde el 13 de diciembre de 1991, por un eje estratégico de **desarrollo integral en lo económico, social, cultural, político y ecológico** y que tiene como base fundamental la tutela, respeto y promoción de los derechos humanos y que cuenta con un innovador “Modelo de Seguridad Democrática Regional” que crea las condiciones apropiadas para que los habitantes de la región puedan participar y beneficiarse equitativamente de este desarrollo.

El “Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)”, actualmente está integrado por Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá; la República Dominicana participa como Estado Asociado al Sistema. Centroamérica es hoy día una región más abierta, más ordenada, más democrática y más global, al abarcar los aspectos económicos, sociales, culturales, políticos, ecológicos y al promover el desarrollo integral

¹³ Informe del Secretario General A/50/499, octubre de 1995.

en forma armónica y equilibrada. La creación y entrada en vigencia del “*Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)*”, a través del Protocolo de Tegucigalpa, confirma el fortalecimiento de las instituciones democráticas en la región, así como el concretar el nuevo “Modelo de Seguridad Regional” de connotaciones profundamente humanistas, ya que está estrictamente vinculado al desarrollo de la persona humana.

2.1. PROCESO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA.

El proceso de integración económica se impulsa mediante la coordinación, armonización y convergencia de las políticas económicas, negociaciones comerciales extra regionales, infraestructura y servicios, con el fin de lograr la concreción de las diferentes etapas de la integración. El proceso de integración económica se regula por el “Protocolo de Guatemala”, en el marco del ordenamiento jurídico e institucional del SICA, el que es desarrollado mediante instrumentos complementarios o derivados.¹⁴

El Subsistema de la Integración Económica se ajustará a los principios de legalidad; consenso; gradualidad; flexibilidad, transparencia; reciprocidad; solidaridad; globalidad; simultaneidad y complementariedad.

Este proceso de integración económica debe transitar por el perfeccionamiento de los siguientes estadios: la zona de Libre Comercio Centroamericana; las Relaciones Comerciales Externas; la Unión Aduanera Centroamericana; la Libre Movilidad de los Factores Productivos y la Integración Monetaria Financiera Centroamericana.

Este proceso en Centroamérica está a cargo del Consejo de Ministros de Integración Económica, contando con una Secretaría Administrativa y Técnica, que es la SIECA (Secretaría de la Integración Económica Centroamericana), que está a cargo de un Secretario General, a quien corresponde la representación legal de este Subsistema.

En este sentido los Presidentes Centroamericanos en el 2002, acordaron potenciar todos los esfuerzos a fin de alcanzar la “Unión Aduanera” mediante la ejecución del “Plan de Acción

¹⁴ Artículo 1 Protocolo de Guatemala, de 29 de octubre de 1993.

de la Integración Económica Centroamericana”, constituyendo el paso decisivo para ascender hacia estados superiores de integración.

Los Tratados de Libre Comercio que está suscribiendo la región centroamericana, representan un reto para los Ministerios de Economía para tratar de encontrar mecanismos de negociación que permitan la libre circulación de mercancías no originarias, así como la negociación en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC) para lograr un arancel externo común y armonizar los compromisos internacionales.

2.3. CENTROAMÉRICA HACIA UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE DESARROLLO.

Centroamérica ha cambiado y está equipada de un bagaje de autodeterminación histórica y futurista, cuenta con nuevos y modernos instrumentos para promover el desarrollo del istmo sobre la base de una plataforma jurídico-política que permite profundizar y proyectar acciones tendientes a la consecución de la democracia y desarrollo.

Con la puesta en vigor del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), a través del Protocolo de Tegucigalpa la región ha demostrado su capacidad de decisión, sentando una señal de credibilidad para el futuro, fundamentada en la necesidad de la integración. La Centroamérica de hoy es diferente a la de ayer, está organizada jurídicamente como Sistema de la Integración Centroamericana, creado por su instrumento de mayor jerarquía, con alcance de constitución regional que es el “**Protocolo de Tegucigalpa**”, y con un marco legal derivado y complementario, en particular por el “Protocolo de Guatemala” al Tratado de Integración Económica Centroamericana; el Tratado de la Integración Social; el Tratado Marco de Seguridad Democrática, y especialmente, con el Parlamento Centroamericano, que es su órgano principal de deliberación e impulso político y la Corte Centroamericana de Justicia, como su Órgano Judicial Principal.

El Secretario General de la ONU en su informe de octubre de 1995 sobre la situación en Centroamérica, al referirse al Sistema de la Integración Centroamericana, expresó: “Que el SICA refleja la nueva realidad regional, a saber una Centroamérica más abierta, más ordenada y democrática”.¹⁵

La Centroamérica de Hoy como región tiene foros de cooperación con la Unión Europea, China, Japón, Corea, presentándose en todos en estos foros con una sola voz. En la XIX Reunión Ordinaria de Presidentes Centroamericanos, celebrada el 12 de julio de 1997 en la ciudad de Panamá y acompañados esta vez por el Presidente de la República Dominicana y el Vice-primer Ministro de Belice, en calidad de observadores, entre otros, acordaron: revisar y fortalecer el proceso de integración Centroamericana, en particular la institucionalidad regional en que se sustenta, y con el fin de enfrentar con eficiencia y eficacia los desafíos de la próxima centuria y hacer de esa manera posible la inserción de Centroamérica en las corrientes mundiales de comercio y de inversión, dotándola de la capacidad necesaria para competir con éxito el nuevo orden mundial que se viene gestando y enfrentar los desafíos internacionales de la globalización.

En ese mismo año, en Managua, Nicaragua, el 2 de septiembre de 1997 bajo este nuevo esquema de integración, los Presidentes Centroamericanos decidieron ir más allá del mismo y suscribir su histórica “**Declaración de Nicaragua**” en la que proclamaron al mundo su voluntad de avanzar de una manera gradual y progresiva hacia “**La Unión Centroamericana**” como expresión superior de la Asociación Comunitaria establecida en el Protocolo de Tegucigalpa.

La Unión Centroamericana permitirá que todos los sectores sociales de la región aprovechen al máximo la estratégica ubicación geográfica del área, su potencial económico, su vasta riqueza ecológica y su vigoroso y abundante recurso humano en el nuevo orden mundial.

Con este nuevo esquema y de cara a este siglo, Centroamérica se presenta ante el mundo y a la globalización misma, con el objeto de insertarse con éxito al nuevo modelo económico mundial y mejorar de esta manera sus relaciones comerciales con el exterior, en este

¹⁵ Informe del Secretario General A/50/499, octubre de 1995.

sentido, la región Centroamericana ha suscrito y ratificado tratados de libre comercio con los Estados Unidos Mexicanos, Chile, República Dominicana y con los Estados Unidos de América.

Recientemente y con el objeto de consolidar el proceso de integración centroamericana, durante la “XXIII Cumbre Ordinaria de Presidentes y Jefes de Gobierno del SICA”, celebrada en Belice el 19 de diciembre de 2003, los mandatarios instruyeron a sus Cancilleres, evaluar y sugerir adecuaciones a las decisiones presidenciales de Panamá del 12 de julio de 1997, para que a la brevedad posible, presentaran una propuesta de reforma integral de la Institucionalidad Centroamericana. En ese mismo sentido, la Cumbre Extraordinaria de Presidentes, celebrada en la ciudad de Guatemala, el 26 de febrero de 2004, acordó conformar una **Comisión Ad-hoc**, que se encargará de la elaboración de una propuesta para el “Replanteamiento Integral de la Institucionalidad Centroamericana”.

En la “XXIV Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los países del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA)”, celebrada en la ciudad de Guatemala, el 29 de junio de 2004, en relación al acuerdo presidencial de realizar un “Replanteamiento Integral de la Institucionalidad Centroamericana”, la Comisión Ad-hoc presentó el documento titulado “Elementos para un Replanteamiento Integral de la Institucionalidad Centroamericana”, en el que entre otros objetivos destaca la necesidad de propiciar la participación universal y uniforme de todos los Estados del Sistema en los Tratados, Órganos y Organismos del mismo.

En tal sentido, los señores Presidentes acordaron: instruir al Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores para que tomando en cuenta los elementos planteados por la Comisión Ad-hoc presente un acuerdo consensuado en un plazo de dos meses, en ocasión de la Cumbre Extraordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno del SICA, a realizarse en El Salvador. En dicha Cumbre el resultado de este replanteamiento fue imprimirle una mayor coherencia y efectividad al Sistema de la Integración Centroamericana, a fin de que responda de una manera más eficiente y efectiva a los nuevos retos que se derivan del escenario internacional actual.

2.4. UN PROCESO DE INTEGRACIÓN EN MARCHA.

El proceso de la integración centroamericana se encuentra actualmente en una etapa de mayor profundización a consecuencia de los Tratados de Libre Comercio suscritos con varios países como: Chile, México, Panamá, República Dominicana y Estados Unidos de América; por la apuesta de llegar a la etapa final de la Unión Aduanera con la adopción de un Arancel Externo Común en la región, y por las negociaciones preliminares de un Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea, lo que confirma que Centroamérica no se equivocó al escoger un regionalismo abierto para coadyuvar al Modelo de Desarrollo e Integración, esto también ha dado lugar a la participación de todos los países centroamericanos en la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La crisis económica y política que afectó a la región centroamericana en la década de los ochenta, provocó que en los noventa se diera la construcción gradual de un nuevo estilo de desarrollo en la región, en el que se aprovechó tanto las ventajas de una vinculación creciente en la economía mundial, como las oportunidades que ofrece la integración entre los países de la región, lo que la diferencia de la integración de los años sesenta que se fundamentó en la sustitución de importaciones al interior del Mercado Común Centroamericano.

El proceso de integración centroamericana ha sido beneficioso para el ámbito económico y comercial de la región tanto en su conjunto, como para cada uno de los países que la conforman, teniendo en esta última década el Mercado Común Centroamericano una fuerte expansión, sin embargo todavía no se ha podido superar los rezagos sociales provocados por la crisis de los ochenta en la región, es por ello que una estrategia centrada en el comercio es insuficiente como estrategia de desarrollo, necesitándose una “acción regional multidimensional”, que vaya más allá del comercio.

Los Tratados de Libre Comercio han contribuido significativamente en la región Centroamericana al mejorar la institucionalidad y al adoptar estándares más elevados en el manejo de las disciplinas comerciales, de negocios y de inversiones. Para ello, los países centroamericanos están afrontando varios retos y desafíos en su proceso de integración como la consolidación y profundización democrática, la gobernabilidad (buen gobierno), el

fortalecimiento de la institucionalidad de la integración, todo esto con el objeto de obtener mayor estabilidad y seguridad jurídica.¹⁶

La agenda multidimensional regional centroamericana está comprometida con la paz y la democracia, con el crecimiento económico, con el desarrollo social y con la sostenibilidad ambiental. En este sentido, el proceso de integración centroamericana ha presentado al mundo la creación de una nueva visión en materia de “Desarrollo Sostenible” y de “Seguridad Democrática” surgidos de la propia dinámica regional, razón por la cual, la integración centroamericana no puede ser simplemente política, ni simplemente económica, sino concebida de manera multidimensional para obtener las metas a las que Centroamérica viene aspirando.

De tal manera, que el proceso de integración centroamericana con su acción regional multidimensional, ha contribuido de una manera positiva al desarrollo económico, al desarrollo sostenible y a la Seguridad Democrática de la región, causando impactos favorables sobre el mismo desarrollo.

Los beneficios del libre comercio en la región centroamericana se vinculan principalmente con la generación de inversión y con el fortalecimiento de las instituciones de los países de la región, así como la adopción de disciplinas comerciales y de manejo de inversiones y negocios con estándares más elevados, contribuyendo de esta manera en el fortalecimiento de la institucionalidad de los países centroamericanos, lo que generará mayor capacidad de atraer inversiones a través de un marco jurídico más firme.

La incorporación de los países centroamericanos a la OMC, ha provocado una readecuación de la normativa comercial con el objeto de darle cumplimiento a los compromisos asumidos en ese marco multilateral, como lo es la revisión de los instrumentos jurídicos de la integración regional, así como la adopción de leyes generales para la aplicación de los acuerdos de la OMC.

Estos nuevos retos y desafíos que enfrenta el proceso de integración centroamericana, la fortalece y pone a prueba una vez más sus principios y valores compartidos, que nos

¹⁶ La Integración Centroamericana: Beneficios y Costos (SG-SICA y CEPAL), 2004

llevarán sin duda alguna hacia la unión política y económica y a consolidar la paz y la seguridad en la región, teniendo siempre como principios rectores en este proceso, nuestra fe por la democracia, el desarrollo y la integración. Solamente de esta manera Centroamérica replanteará y renovará su proceso de integración regional, con el objeto de llegar a los máximos estadios de la integración, mejorando de esta manera la calidad de vida de los centroamericanos.

3. LA UNIÓN EUROPEA COMO MODELO DE INTEGRACIÓN.

La Unión Europea (UE) es una familia de países democráticos que trabajan juntos para mejorar la vida de los ciudadanos y para construir un mundo mejor. En solo medio siglo de existencia, la Unión Europea ha traído la paz y la prosperidad a Europa, ha creado una moneda única y un mercado único sin fronteras donde las mercancías, las personas, los servicios y los capitales pueden circular libremente. Se ha convertido en una potencia comercial importante y en líder mundial en ámbitos como: la protección del medio ambiente y la ayuda al desarrollo.

El éxito de la Unión Europea se debe en gran parte a su peculiar forma de funcionamiento. La UE no es una federación como los Estados Unidos, ni una mera organización de cooperación entre gobiernos, como las Naciones Unidas. En realidad la Unión Europea es única. Los países que la constituyen siguen siendo naciones soberanas e independientes, pero comparten su soberanía para ser más fuertes y tener una influencia mundial que ninguno de ellos podría ejercer individualmente.

Compartir la soberanía significa, en la práctica, que los Estados miembros declaran algunos de sus poderes decisorios en las instituciones comunes creadas por ellos para poder tomar democráticamente y a nivel europeo decisiones sobre asuntos específicos de interés conjunto.

Algo importante que destacar en éste modelo de integración, son los conceptos de *Supranacionalidad* y *soberanía*, la forma de asumir acuerdos que conlleven a intereses comunes - aunque algunos estados no estén de acuerdo-, y la manera de recaudar los

recursos propios para mantener en pie la funcionabilidad del sistema integracionista. Aspectos importantes a considerar en el caso de la Integración Centroamericana, en donde aún se presentan muchas debilidades en cuanto a la funcionabilidad de los órganos creados en el proceso de integración regional.

Si bien es cierto el proceso de la Integración Regional en Centroamérica, tiene sus propias características que lo diferencian de la UE, habrá que considerar que un proceso de integración, depende en gran medida en lograr que los estados dejen de ser absolutamente soberanos; es decir que rompan un poco con los conceptos tradicionales asociados al orden Westfaliano, los cuales tiene una dimensión nacional-estatal, mientras que el proceso de integración plantea el análisis por encima o por debajo de una estructura de estado-nación, como lo establece el modelo integracionista de la UE.

El principal reto para Centroamérica es lograr establecer un sistema de integración en el cual se aprenda a convivir con los vecinos perdiendo o cediendo alguna parte de soberanía, mientras se adquieren nuevas técnicas para resolver las asimetrías entre los estados partes.

El modelo de Integración Regional de la Unión Europea, contiene muchas fortalezas que se deberían considerar para lograr el desarrollo y avance de la integración regional centroamericana; sobre todo en los puntos que refieren a la democracia, la paz, la protección del medio ambiente y la libre circulación de personas, bienes, servicios y mercancías.

3.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL MODELO DE INTEGRACIÓN EUROPEA.

La Unión Europea de hoy es el resultado del esfuerzo y de las realizaciones concretas de los impulsores del comunitarismo en Europa.¹⁷

Constituye el ejemplo más avanzado del mundo de la Integración de un conjunto de países que ejercen conjuntamente su soberanía en ámbitos de decisiva importancia para la ciudadanía: moneda única, libre circulación de personas, servicios, mercancías y capitales,

¹⁷ Fontaine Pascal. Doce lecciones sobre Europa. Comunidades europeas, noviembre, 2003.
O [www. Europa.eu.int/comm/publications](http://www.Europa.eu.int/comm/publications).

progreso social e igualdad de condiciones de competencia para aprovechar al máximo un mercado interior abierto y dinámico.

Entre 1945 y 1950, un grupo de estadistas, entre los que figuran: Konrad Adenauer, Winston Churchill, Alcide de Gasperi y Robert Schuman, emprenden la tarea de persuadir a sus pueblos de la necesidad de entrar en una nueva era, la de la estructuración de Europa Occidental en torno a una nueva organización basada en los intereses comunes de sus pueblos.

Robert Schuman (Ministro Francés de Asuntos Exteriores) recogió una idea originalmente concebida por Jean Monnet, y el 9 de mayo de 1950, propuso la creación de una Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA). Esto gradualmente permitió la transición de una Europa en Guerra a una Europa en reconciliación. Fue el comienzo de más de medio siglo de cooperación pacífica entre los estados miembros de las Comunidades Europeas.

Con el tratado de Maastricht, firmado en 1992¹⁸, nace la Unión Europea (UE) sobre la base de unas instituciones reforzadas y dotadas de más amplias responsabilidades. Si bien la Unión Europea se ha constituido a partir de objetivos políticos, han sido sus bases económicas las que han dado dinamismo y determinación a su éxito. El gran mercado interior integrado por todos los estados miembros y la moneda única, constituyen el fundamento de la UE; esto a su vez ha favorecido la apertura de un gran mercado único, suprimiendo los obstáculos a los intercambios y las rigideces administrativas que dificultan los procesos económicos y comerciales.

Medio siglo de integración europea ha demostrado que el conjunto comunitario tiene un peso enorme, no solo desde el punto de vista económico, social, tecnológico y comercial, sino también político. Esto demuestra que las simples fuerzas del mercado o la acción unilateral de un país no bastan para satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

La UE. es portadora de un mensaje y un modelo de sociedad a los que la gran mayoría de sus ciudadanos se adhiere. Los derechos humanos, la solidaridad social, la libertad de

¹⁸ http://europa.eu.int/eur-lex/es/tetries/dat/EU_consol.html

empresa, la distribución equitativa de los frutos del crecimiento, el derecho a un medioambiente protegido, el respeto a la diversidad cultural, lingüística y religiosa y una síntesis armoniosa de tradición y progreso constituyen el autentico patrimonio de valores de los europeos.

Las bases constitucionales de este conjunto, las establecen:

- a) **El tratado de Paris constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA) de 1951.**
- b) **Los Tratados de Roma constitutivos de la Comunidad Económica Europea (CEE) y la Comunidad Europea de la Energía Atómica (CEEa), de 1957.**

Estos tratados fundamentales en conjunto de los que posteriormente los modificaron (Acta Única de Europa, 1986; El Tratado de la Unión Europea, 1992; El Tratado de Ámsterdam, 1997 y el Tratado de Niza, 2001), han creado entre los estados miembros unos estrechos vínculos jurídicos. La unión Europea genera por sí misma una legislación que se aplica directamente a los ciudadanos europeos y crea unos derechos específicos a favor de estos.

Desde comienzos de la década de los setenta, se impulsó la necesidad de la convergencia de las economías y de la unión monetaria cuando la suspensión de la convertibilidad del dólar en oro daba paso a una era de gran inestabilidad monetaria mundial, agravada por las consecuencias de los choques petrolíferos de 1973 y 1979. Creándose así en 1979 el Sistema Monetario Europeo (SME), el cual contribuyó a estabilizar las relaciones de cambio y a inspirar a los Estados miembros una política de rigor que les permitiera mantener entre sí los vínculos de solidaridad y la disciplina de un espacio económico abierto.

Uno de los más significativos logros, que se dan a raíz de la modificación en los Tratados fundamentales; lo conforma la consecución en 1992, del Mercado Único Europeo, que posibilitó en la práctica las cuatro libertades fundamentales de circulación referentes a personas, capitales, mercancías y servicios por todo el territorio de la UE, las cuales habían

sido deterioradas como consecuencias de la proliferación de respuestas proteccionistas nacionales a la crisis de los años setenta, derivada del primer choque del petróleo en 1973.¹⁹

Paralelamente otro acontecimiento importante de destacar es; la Comunidad Económica Europea que se afirma en el plano internacional, al reforzar los vínculos contractuales establecidos con los países del sur del Mediterráneo y con los de África, del Caribe y del Pacífico (conocido como “países ACP”), asociados gracias a los sucesivos Convenios de Lomé (1975-1989: Lomé I,II,III y IV) y al Acuerdo de Cotonú, firmado en junio del 2000, relativos a los intercambios comerciales y la ayuda al desarrollo.

Con la entrada en el siglo XXI²⁰, los europeos deben hacer frente conjuntamente a los desafíos de la Globalización, lo cual impulsa la modernización de las economías. En la “Estrategia de Lisboa”, adoptada por la UE en marzo del 2000, se fijó como objetivo adaptar la economía europea a las nuevas condiciones de la economía mundial; para hacer frente a la competencia de los Estados Unidos y los países recientemente industrializados.

En 1999, doce de los entonces quince países miembros, dieron un paso más en la integración y acordaron la unión monetaria al sustituir sus monedas nacionales por el EURO, la moneda común europea, que entró en circulación física el 1 de enero del 2002. En el 2007, Eslovenia se unió al Euro. El 1 de mayo del 2004 se produjo la mayor ampliación de la UE, con la entrada de Polonia, Hungría, La República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Lituania, Letonia, Estonia, Malta y Chipre. El 1 de enero del 2007, se adhirió Bulgaria y Rumania, elevándose así el número a 27 estados miembros.

Durante estos últimos años, la UE no solo ha crecido en el número de sus miembros; sino que también ha profundizado su integración mediante los Tratados y más recientemente por el Tratado en que se establece una sola Constitución para Europa, aprobado por 25 de los Estados miembros en junio del 2004, el cual fue firmado en Roma el 29 de octubre del mismo año y que se encuentra en fase de ratificación actualmente.

¹⁹ http://europa.eu.int/eur-lex/essearch/teatries_other.html

²⁰ www.europa.eu.int/comm/publications

Aún con todas las debilidades que la UE posea como modelo de Integración es importante destacar que representa en principio una gran apuesta de paz y es actualmente un sistema institucional que no tiene paralelo en ninguna otra organización internacional o supranacional. El método comunitario, está basado en un diálogo permanente entre intereses nacionales e interés común y es respetuoso de las diversidades nacionales al mismo tiempo en que genera una identidad propia de la Unión, entre todos los ciudadanos que la integran. Por tanto la Unión Europea constituye la respuesta más adecuada al gigantesco desafío de la globalización.

La región centroamericana no está exenta de los embates de la globalización; motivo por el cual urge establecer un sistema integracionista sólido, capaz de mantener en pie la democracia y la paz entre las naciones, capaz de solucionar el decrecimiento y empobrecimiento de las economías nacionales, para encontrar alternativas de desarrollo que conduzcan a un bien común, que es posible alcanzar trabajando en conjunto como un gran bloque, tal y como ha venido haciéndose en el caso modelo citado.

3.2 CONVENIOS DE COOPERACIÓN ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y AMÉRICA LATINA PARA FINANCIAR PROGRAMAS Y PLANES DE DESARROLLO REGIONAL. BASES QUE LO SUSTENTAN.

La declaración interinstitucional “Consenso europeo para la política de desarrollo de 2005”,²¹ las nuevas perspectivas financieras 2007-2013 y sus repercusiones en la cooperación entre la UE y La América Latina; reforzada con la nueva base jurídica desarrollada en los nuevos programas horizontales, y sobre todo, en el nuevo instrumento de cooperación al desarrollo del 2007., son los acontecimientos novedosos que han permitido la ampliación y efectividad de la cooperación entre los países miembros de la UE y los del bloque Latinoamericano.

En los últimos años la UE ha demostrado particular importancia al campo de la cooperación al desarrollo y las relaciones exteriores, sustentándose estas en bases en lo jurídico y lo presupuestario. Esto ha permitido que la UE se convierta en el primer contribuyente del

²¹ http://www.ec.europa.eu/comm/external_relations/la/index.htm

planeta en el campo de la cooperación, instituyendo a la *Comisión europea* como la institución gestora de esta ayuda a los países con los cuales se establezca algún convenio. Estos convenios se establecen en los llamados *Programas regionales* y los objetivos, logros y perspectivas van encuadrados en un proceso de integración.

Cabe mencionar que existen otros grandes donantes internacionales a parte de la UE, quienes también participan en programas de cooperación dirigidos a indistintos bloques integracionistas o países individuales que establecen convenios bilaterales de cooperación.

3.3. FUNCIONALIDAD DE LA COOPERACIÓN EXTERNA EN LA UNIÓN EUROPEA.

En cuanto a las relaciones exteriores la Unión Europea se encuentra en un punto intermedio en el camino de hablar con una sola voz ante los diversos foros internacionales.

La UE está compuesta por varias instituciones que se encargan de efectuar cada una de ellas una tarea importante, en medio del gran cúmulo de actividades que se realizan en una comunidad tan grande. En asuntos de comercio internacional la Comisión²² representa y habla en nombre de toda la UE, no puede decirse lo mismo de las relaciones internacionales donde existen discordancias en torno a algunos temas. No obstante, la Comisión negocia en nombre de la UE todo tipo de acuerdos internacionales, con contenidos no solamente comerciales que deben ser después aprobados por el Consejo y ratificados por el Parlamento Europeo.

La Comisión cuenta con servicios que diseñan y definen la estrategia de cooperación con más de 140 países y territorios repartidos por todos los continentes. Cuenta también con una Dirección General (Oficina de Cooperación Europe Aid) responsable de la gestión integral de la ayuda externa por un importe de más de 7,500 millones de Euros al año, excluyendo de este monto las ayudas previas que se otorgan a los países previos a la adhesión. Existe también un centenar de delegaciones de la Comisión europea en casi todos los países con los que la UE coopera; el papel de estas delegaciones es importante para llevar a cabo las relaciones bilaterales y el desarrollo de la asistencia exterior de la UE, que

²² <http://ec.europa.eu>

utilizará esta amplia red. Las delegaciones después de un tiempo se convertirán en delegaciones de la Unión Europea.

Los cuatro grandes objetivos de la Política Europea de Cooperación son:

- Estimular el desarrollo político, económico y social sostenible.
- Facilitar la integración de los países en desarrollo en la economía mundial.
- Reducir la pobreza en los países en desarrollo.
- Consolidar la Democracia, el Estado de Derecho, el respeto a los Derechos humanos y las libertades fundamentales.²³

3.4. BASES LEGALES PARA LA COOPERACIÓN EXTERNA EN LA UNIÓN EUROPEA.

En el caso de la asistencia al exterior, existen dos tipos de bases legales. Los países ACP, tienen como base legal los llamados Acuerdos de Cotonou (2002-2003), los cuales representan un auténtico tratado internacional en el campo de la cooperación, que liga a los 27 estados miembros de la UE con 77 países de las tres regiones. La Asamblea paritaria UE-ACP, es el principal foro de discusión y debate político sobre la utilización de los fondos y el desarrollo de los Acuerdos Cotonou. Su instrumento financiero, el Fondo Europeo de Desarrollo (FED), no forma parte del presupuesto comunitario sino que se construye a base de contribuciones de cada estado miembro y se gestiona mediante complejos mecanismos en los que están representados los países beneficiarios.

El otro tipo de base legal, las constituyen los reglamentos del Consejo y el Parlamento Europeo, establecidas a propuestas de la Comisión. Este no tiene el status de acuerdos internacionales pero constituyen el entramado jurídico que rige las relaciones de cooperación entre la UE y los estados receptores de la cooperación comunitaria. Para las negociaciones en este caso se sientan las bases sobre las que se construyen en los

²³ <http://www1.worldbank.org/harminization/Paris/ParisDeclarationspanish.pdf>

documentos estratégicos y los planes de actuaciones regionales y nacionales, documentos que se elaboran en estrecha colaboración entre la Comisión Europea y las autoridades nacionales del país receptor.

En total la UE dispone actualmente de once bases legales que habilitan a la Comisión Europea para ejecutar la asistencia exterior en representación de la UE.

3.5. SITUACIÓN ACTUAL DE COOPERACIÓN ENTRE LA UE Y AMÉRICA LATINA.

En relación a la situación actual de la cooperación entre la UE y América Latina, encontramos que la política global se inscribe actualmente dentro de la llamada “Asociación Estratégica Birregional” de la UE con América Latina y los países del Caribe. Esta asociación se inició en 1999 con la primera cumbre de jefes de Estados y de Gobierno, celebrada en Río de Janeiro (Brasil)²⁴ y ha continuado con cumbres periódicas similares como la de Madrid (España, 2002), la de Guadalajara (México, 2004) y la de Viena (Austria, 2006). Entre los principales ejes declarados, figuran:

- La profundización del dialogo político.
- La cooperación económica, científica y cultural.
- La consolidación de lazos comerciales.
- La inserción armoniosa de todas las partes de la economía global.

Las prioridades de cooperación en el caso de América Latina son las siguientes:

- Promoción de la cohesión social.
- Apoyo a los procesos de integración regional. Incluyendo la interconexión de redes de infraestructura, en coordinación con el apoyo del BEI y de otras instituciones.
- Apoyo al refuerzo de las instituciones públicas.
- Apoyo a la creación de un área común de educación superior UE-América Latina.

²⁴ http://ec.europa.eu/external_relations/andean/doc/rio_sum06_99.htm

- Promoción del desarrollo sostenible, con particular atención a la protección de los bosques y la biodiversidad.

La cumbre de Guadalajara²⁵, impulsó la cooperación estratégica en el terreno de la cohesión social, cuyos indicadores, para el caso de América Latina son los más bajos del planeta; también aquí se manifestó la voluntad común de fomentar un sistema internacional basado en los principios del multilateralismo y se reforzó por parte de la UE, el compromiso de apoyar la Integración Regional.

En la cumbre de Viena en mayo del 2006, se reforzó por parte de ambas regiones la asociación estratégica de fomentar una mayor cooperación en el ámbito de la educación (con especial atención en la educación superior) y en las intenciones de conseguir avanzar en la liberalización del comercio, incluido el de materias energéticas.

La cooperación de la UE con A.L se rige por el nuevo instrumento de cooperación al desarrollo, manteniéndose en tres niveles fundamentales:

- Los proyectos bilaterales con los países y las subregiones. (gobierno)
- Los programas regionales con el conjunto de la región latinoamericana. (sociedad civil e instituciones UE-AL).
- Los programas temáticos de cobertura universal.

3.6. COOPERACIÓN UNIÓN EUROPEA- AMÉRICA CENTRAL.

El elemento fundamental de las relaciones entre la UE y AC, es el diálogo de San José,²⁶ foro de discusión política iniciado en 1984 con el fin principal de apoyar la resolución de conflictos, la democratización y el desarrollo. Se renovó en Florencia (1996) y Madrid (2002), ampliando su alcance a cuestiones de integración regional, seguridad, medio ambiente y catástrofe naturales, relaciones birregionales y concertación política sobre asuntos internacionales. La última versión de este diálogo se firmó en diciembre del 2003,

²⁵ http://ec.europa.eu/external_relations/news/patten/speech04_61.htm

²⁶ <http://www.iadb.org/intal/tratados/mcca>

bajo la forma de un acuerdo político y de cooperación, que sucede al diálogo de San José y a los anteriores acuerdos de cooperación, firmados en 1985 y renovado en 1993.

La UE es el segundo socio comercial de la región centroamericana con un 10% del comercio total, superado por los EE.UU. (43% del total). Para la UE, estos intercambios solo representan el 0,4 % de su comercio total²⁷. Las relaciones comerciales en el caso, están sujetas al sistema de preferencias generalizadas.

Entre los logros que más destacan en materia de cooperación entre la UE y AC, es importante señalar la materialización de importantes programas de promoción de las DDHH y la Democracia, el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, la reducción de la pobreza, la protección al medio ambiente y la seguridad alimentaria, el desarrollo rural y el alivio de la deuda.

3.7. ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA PARA AMÉRICA CENTRAL.

Las asignaciones presupuestarias entre el 2002 y el 2006 ascienden a 581 millones de Euros repartidos de la siguiente manera:

- 31 millones para Costa Rica.
- 60 millones para El Salvador.
- 77 millones para Guatemala.
- 138 millones para Honduras.
- 176 millones para Nicaragua.
- 24 millones para Panamá.
- 75 millones para desarrollar programas a escala regional.

Los principales objetos de la ayuda en Agencia de Cooperación (AC), se focalizan en la Integración Regional, la prevención de catástrofes naturales, la gestión medioambiental, el

²⁷ http://ec.europa.eu/trade/issues/bilateral/regions/central_america/index_en.htm

apoyo a la buena gobernanza, la lucha contra la pobreza y la exclusión social, con especial atención a las minorías indígenas, el desarrollo local y rural, ente otros.

3.7.1. ACUERDOS PRESIDENCIALES SOBRE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA.

Acercándonos un poco a la parte medular del análisis del desarrollo del turismo multidestino en Centroamérica, cabe señalar que tal y como fue acordado en la XVIII Cumbre de Presidentes, celebrada en mayo de 1996 en Montelimar, Nicaragua se reconoce al sector turismo como una actividad económica estratégica y prioritaria para el desarrollo sostenible en Centroamérica. En dicho evento se propuso en el programa incrementar sustancialmente el turismo como un sector importante, capaz de generar empleo y divisas; planteándose la perspectiva que para lograrlo es sumamente necesaria la participación activa del sector privado; teniendo así los estados que asumir la creación de instrumentos que faciliten e incentiven el impulso de la actividad turística.

Dentro del programa de acción propuesto, una finalidad estratégica es lograr que el sector turismo incremente su participación en la economía de los países del área, aprovechando y conservando los valores socioculturales y ecológicos de Centroamérica.

La declaración presidencial emitida, también expresa que un desarrollo turístico de carácter global pasa necesariamente por la armonización de una política regional, que conciba a Centroamérica como un importante destino turístico integrado, que logre ser atractivo y accesible para los mercados internacionales, sin que los países de la región hagan de un lado las particularidades e intereses propios

El Turismo por tanto, constituye hoy por hoy un sector estratégico prioritario tanto a nivel nacional, como regional y se fundamenta en los acuerdos presidenciales que apoyan el desarrollo e integración del sector.

Esto se retoma y se reafirma en la XXII Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y Gobierno de Centroamérica, celebrada en San José, C.R, el 13 de diciembre del 2002, en donde se

emitió la Declaración de San José, que incluye el Plan de Acción en Materia de Turismo²⁸. Para dar cumplimiento a esta Declaración, se elaboró en junio del 2003, por representantes del sector público y privado regional, el *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS)*, que establece las áreas estratégicas y acciones centradas para el desarrollo e integración turística centroamericana, estableciéndose como prioridades actuales, las siguientes:

- Planificación turística y desarrollo de productos.
- Fomento de inversiones.
- Cultura y formación turística.
- Promoción y mercadeo turístico.

Partiendo de la misma naturaleza del turismo que además de ser multifuncional, es una práctica humana de carácter e interés internacional; es cuando toma relevancia el tema de la cooperación internacional, la cual ha representado un importante papel en el cumplimiento de los acuerdos establecidos en la Declaración de San José, ya que al declararse al turismo como sector estratégico prioritario, fue que se dio inicio a las labores intensivas que al región centroamericana está efectuando en dicha materia y los convenios de cooperación internacional son en gran medida las fuentes de financiación de planes y programas para el desarrollo del sector. Actualmente se cuenta con órganos y organismos que se encargan de gestionar y efectuar los planes y proyectos en relación al turismo en la región, que canalizan los montos presupuestarios que se obtiene a través de la cooperación.

Existen en el seno de la cooperación internacional, otras instituciones que están apoyando el desarrollo del turismo en la región centroamericana, a través de diversos proyectos de cooperación; cito algunos ejemplos:

- Agencia de Cooperación Alemana (GTZ)
- Organización de Estados Americanos (OEA)

²⁸ www.sica.int/cct.
info@sica.int.

- Programa Centro Cultural de Cooperación Para América Central (CCCAC)
- Agencia de Cooperación Española Internacional para el desarrollo (AECID)
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Programa Mesoamericano de Cooperación México-Centroamérica.
- UNICEF
- PAIRCA
- REPÚBLICA DE CHINA/TAIWAN
- COOPERACIÓN ITALIANA.

CAPITULO II. ÓRGANOS POLÍTICOS Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL TURISMO REGIONAL CENTROAMERICANO.

En este capítulo haremos mención brevemente del engranaje político que forma parte de la estructura orgánica del proceso de Integración en C.A., para poder comprender como se derivan los órganos e instituciones regionales que tiene a cargo el desarrollo integracionista y turístico de la región.

Debido a la multifuncionalidad del turismo es muy importante conocer los órganos políticos y no políticos implicados en el desarrollo del turismo regional, puesto que debido a la complejidad del sector se requiere establecer bases solidas en relación a la práctica turística, sobre todo porque es el patrimonio natural y cultural de las naciones la materia prima en el diseño de un multiproducto; por tanto los países están en la obligación de elaborar las bases jurídicas que protejan los recursos de la región, bajo el concepto de la sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos. Así como ir desarrollando y estableciendo las políticas, de una forma tal que contribuyan al proceso de integración regional.

2.1. EL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA) Y LA ALIANZA CENTROAMERICANA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (ALIDES).

2.1.1. EL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA), es la estructura jurídica e institucional del nuevo proceso de integración centroamericana y el “Protocolo de Tegucigalpa” que lo instituye, es el instrumento de mayor jerarquía del Sistema pues todos los demás instrumentos, tratados, acuerdos o decisiones regionales están supeditadas al mismo. Para la realización de sus fines, propósitos y principios, el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) cuenta con los siguientes Órganos:²⁹

2.1.1.1. LA REUNIÓN DE PRESIDENTES es el Órgano Supremo del Sistema, se integra por los Presidentes Constitucionales y Jefes de Gobierno de los Estados Miembros, sus decisiones se adoptan por consenso, entre sus funciones tenemos: “el definir y dirigir la política centroamericana, estableciendo las directrices sobre la integración de la región, así

²⁹ Artículo 12 del Protocolo de Tegucigalpa.

como las disposiciones necesarias para garantizar la coordinación y armonización de las actividades de los órganos e instituciones del área y la verificación, control y seguimiento de sus mandatos y decisiones”.³⁰

2.1.1.2. EL CONSEJO DE MINISTROS: integrado por los Ministros del Ramo y le corresponde dar el seguimiento que asegure la ejecución eficiente de las decisiones adoptadas por la Reunión de Presidentes en lo que concierne a su ramo y preparar los temas que pueden ser objeto de la mencionada Reunión. El *Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores* es el órgano principal de coordinación, correspondiéndole la elaboración de la agenda y la preparación de las Reuniones de Presidentes, la representación de la región ante la Comunidad Internacional, la ejecución de las decisiones de los Presidentes, la recomendación sobre el ingreso de nuevos miembros al Sistema, así como la decisión sobre la admisión de observadores.

2.1.1.3. EL COMITÉ EJECUTIVO: es un órgano Permanente del Sistema de la Integración Centroamericana y se integra con un representante de cada uno de los Estados Miembros, que son nombrados por sus Presidentes, por intermedio de los Ministros de Relaciones Exteriores.

2.1.1.4. LA SECRETARÍA GENERAL: es un órgano permanente del Sistema de Integración Centroamericana y está a cargo de un Secretario General que es el más alto funcionario administrativo del Sistema.

2.1.1.5. LA REUNIÓN DE VICEPRESIDENTES y Designados a la Presidencia de la República, como órgano de Asesoría y Consulta.

2.1.1.6. EL COMITÉ CONSULTIVO: está integrado por los Sectores Empresariales, laboral, académico y otras principales fuerzas vivas del Istmo Centroamericano representativos de los sectores académicos, sociales y culturales, comprometidos con el esfuerzo de integración de la región. En este Comité Consultivo es donde tiene participación la Sociedad Civil Centroamérica.

³⁰ Artículo 15 del Protocolo de Tegucigalpa.

2.1.1.7. EL PARLAMENTO CENTROAMERICANO: es el primer órgano que nace en el nuevo proceso de la Integración Centroamericana, el 6 de octubre de 1987 en la ciudad de Guatemala, República de Guatemala en donde se suscribe el “Tratado Constitutivo del Parlamento Centroamericano y otras Instancias Políticas”, en el cual en su artículo 1 se establece: “Que el Parlamento Centroamericano es un órgano de planteamiento, análisis y recomendación sobre asuntos políticos, económicos, sociales y culturales de interés común, con el fin de lograr una convivencia pacífica dentro de un marco de seguridad y bienestar social, que se fundamente en la democracia representativa y participativa, en el pluralismo y en el respeto a las legislaciones nacionales y al derecho internacional”.

2.1.1.8. LA CORTE CENTROAMERICANA DE JUSTICIA: es el órgano judicial principal y permanente del Sistema de la Integración Centroamericana, que garantiza el respeto del derecho en la interpretación y ejecución del Protocolo de Tegucigalpa y sus instrumentos complementarios o derivados del mismo, cuya jurisdicción y competencias regionales son de carácter obligatorio para los Estados Miembros siendo además el órgano contralor de la legalidad del Sistema. La Corte Centroamericana de Justicia, constituye un “Poder jurisdiccional” para los países Centroamericanos. La actual Corte Centroamericana de Justicia conforme a su Estatuto, es el órgano Judicial Principal y permanente del Sistema de la Integración Centroamericana, cuya jurisdicción y competencia regionales son de carácter obligatorio para los Estados, constituye además un órgano Supranacional que permitirá resolver los problemas propios del Sistema en forma pacífica y civilizada y con jurisdicción privativa para los Estados del Istmo.

2.2. LA ALIANZA CENTROAMERICANA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (ALIDES): se adopta el 12 de octubre de 1994, en Managua, Nicaragua durante la “Cumbre de Presidentes Centroamericanos”, como una estrategia nacional y regional en lo político, económico, social, cultural y ambiental, teniendo entre sus objetivos específicos, el apoyo a los procesos de paz y reconciliación, la promoción de la plena vigencia de los derechos humanos, el fortalecimiento del estado de derecho y las instituciones democráticas, el combate contra la corrupción y la impunidad, el perfeccionamiento de los mecanismos de

participación política y electoral, el combate de las causas que originan la violencia y la criminalidad, la reinserción de la población refugiada, desplazada y desarraigada en un entorno centroamericano, seguro y estable. La Alianza para el Desarrollo Sostenible le dio una visión más integral al “Modelo de Seguridad Democrática Regional”.

Bajo esta nueva opción, de una estrategia integral de desarrollo sostenible de la región es que Centroamérica ha construido un paradigma de progreso político, económico y social, equilibrado e interdependiente, centrado en el ser humano y capaz de propiciar un mejoramiento de la calidad de vida, sin deteriorar el medio ambiente.

En este nuevo esquema es fundamental mantener interrelacionados la Integración con el Desarrollo Sostenible y darle al medio ambiente un nivel de importancia igual a los otros del Sistema, por lo que, el “**Desarrollo Sostenible**” constituye la estrategia política central de los Estados y de la Región Centroamericana en su conjunto.

Al convertirse a la ALIDES en una estrategia integral propia de **Desarrollo Sostenible**, ha llevado a Centroamérica a crear su propio concepto de “**Desarrollo Sostenible**” siendo éste el siguiente: “El Desarrollo Sostenible es un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo por medio del crecimiento económico con equidad social y la transformación de los métodos de producción y de los patrones de consumo y que se sustenta en el equilibrio ecológico y el soporte vital de la región. Este proceso implica el respeto a la diversidad étnica y cultural regional, nacional y local, así como el fortalecimiento y la plena participación ciudadana, en convivencia pacífica y en armonía con la naturaleza, sin comprometer y garantizando la calidad de vida de las generaciones futuras”.³¹

2.3. EL TRATADO DE LA INTEGRACIÓN SOCIAL CENTROAMERICANA, conocido como “Tratado de San Salvador”, por haber sido suscrito en El Salvador, 30 de marzo de 1995, durante la “Cumbre de Presidentes”, por este Tratado se constituye el Subsistema Social de la Integración Centroamericana y se fundamenta en la premisa de que el ser humano constituye el centro y sujeto primordial del desarrollo, cuyo fin es promover mayores

³¹ Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible

oportunidades y una mejor calidad de vida y de trabajo a la población Centroamericana, asegurando su participación plena en los beneficios del desarrollo sostenible.

2.4. EL TRATADO MARCO DE SEGURIDAD DEMOCRÁTICA EN CENTROAMÉRICA, suscrito en San Pedro Sula, Honduras, durante la “Cumbre de Presidentes”, el 15 de diciembre de 1995, por este Tratado se concretó el “Nuevo Modelo de Seguridad Regional”, único, integral e indivisible, inspirado en los logros alcanzados en el intenso proceso de pacificación e integración de Centroamérica y está fundamentado en un enfoque multidimensional que cubre aspectos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales; orientando cada vez más sus recursos a la inversión social y que ofrece respuestas colectivas a las amenazas transnacionales.

La Agenda de Seguridad Centroamericana está fundamentada en el “Tratado Marco de Seguridad Democrática en Centroamérica” y en el funcionamiento de su “Modelo de Seguridad Regional” con un enfoque multidimensional de la Seguridad que abarca todos los aspectos, es lo que nos permite a los centroamericanos continuar avanzando regionalmente enfrentando las nuevas amenazas, retos y desafíos que se plantean a la seguridad hemisférica e internacional; consolidar la paz y la seguridad en la región, teniendo como parámetros rectores en este proceso, nuestra fe por la democracia, el desarrollo y la integración.

2.5. CONFORMACIÓN DEL MARCO POLÍTICO REGIONAL EN MATERIA DE TURISMO:

En 1965, durante la 1ª Conferencia Extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador entre el 29 de marzo y el 2 de abril, se acuerda bajo la resolución VI crear el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) como un órgano subsidiario de la Organización de Estados Centroamericanos integrado por directores y gerentes de organismos oficiales de turismo de cada uno de los países de Centroamérica. En la misma Resolución VI se establece que el CCT tendría una oficina permanente que se denominará Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

A raíz de la [XIX Reunión Ordinaria de Presidentes de Centroamérica](#), realizada en [Panamá](#) en julio de 1997, en la [Declaración de Panamá II](#) y bajo los lineamientos para el fortalecimiento y racionalización de la Institucionalidad Regional aprobados en la misma, se dispuso la unificación de las Secretarías en una sola Secretaría General con sede única en San Salvador, El Salvador, creándose así la [SG-SICA](#).

Para dar cumplimiento a lo anterior, se firmó en septiembre de 1998 un Acuerdo Marco de Cooperación Funcional entre el [CCT](#) y la [SG-SICA](#). En este acuerdo se expresó la anuencia para el traslado de la SITCA de Managua a San Salvador, e igualmente se acordó la existencia provisional de una Gerencia de Proyectos Turísticos (GEPROTUR) con sede en [Nicaragua](#), con el fin de dar continuidad a los proyectos en ejecución y el seguimiento de los mismos al momento de realizarse el traslado del SITCA, como Secretaría Técnica del Consejo Centroamericano de Turismo [ST-CCT](#) y en tanto se creaba una agencia de promoción. Esta Gerencia se clausuró en el 2004.

Es importante señalar que [Belice](#) fue el último país en incorporarse como miembro activo de todas las iniciativas de integración, dándose la oficialización de su participación en el [CCT](#) a partir del año 2000.

La actividad turística se ha impulsado en la región, gracias al apoyo de los gobiernos de Centroamérica y particularmente a mandatos y acuerdos de la [Declaración de Montelimar](#) y de la [Declaración de San José](#).

En la Declaración de Montelimar, emitida en mayo de 1996, los mandatarios acordaron lo siguiente:

“Con la finalidad de reafirmar nuestro compromiso firme y permanente con la actividad turística, acordamos desplegar un conjunto de acciones, en el contexto de la integración turística regional, que permita unir nuestros recursos, voluntades y esfuerzos, a fin de proyectar ante el mundo la imagen y ventajas de ofrecer un destino turístico regional único.”

En esta declaración se reconoce al turismo como sector estratégico para el desarrollo económico y social sostenible de Centroamérica y al sector privado como actor clave de la actividad turística.

En la [XXII Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica](#), realizada el 13 de diciembre de 2002, se acordó la [Declaración de San José](#), que comprende acuerdos y mandatos específicos que contribuyen a la creación del Plan de Acción en Materia de Turismo de Centroamérica, donde se reitera y se amplían los compromisos asumidos por los Estados en el proceso de desarrollo sostenible en la región, en relación con los temas de cultura, turismo y su impacto en las nuevas generaciones.

2.5.1. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO CENTROAMERICANO.

El consejo Centroamericano de Turismo (CCT):³² Fue creado con la finalidad de promover y apoyar el proceso de integración turística regional. El CCT, es un órgano subsidiario del Sistema de la Integración Centroamericano (SICA), el cual está conformado por los siete Ministros de Turismo de los gobiernos de Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. El principal objetivo del CCT es el de facilitar el fomento del desarrollo turístico en la región. Este posee una oficina permanente a la cual se denomina Secretaría Técnica de Integración Turística Centroamericana (SITCA), con sede en San Salvador; funciona como un apoyo gerencial y técnico para la implementación de los acuerdos del Consejo y para la consecución de los programas de integración, competitividad, desarrollo y sostenibilidad del turismo regional.

2.5.2. VISIÓN DEL CCT:

Centroamérica es un multidestino integrado, sostenible y de alta calidad.

³² www.sgsica.org/turismo.

2.5.3. MISIÓN DEL CCT:

Proporcionar al visitante experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras a través de productos turísticos sostenibles y competitivos, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Centroamérica.

- La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), se instala en la SG-SICA, como Secretaría Técnica del CCT (ST-CCT) y la Dirección de Turismo del SICA (DITUR). La constituye la oficina permanente del CCT.
- El comité Ejecutivo del CCT, funciona como asesor técnico de apoyo al seguimiento del Plan Estratégico. El CCT está conformado por un representante de cada una de las administraciones nacionales (ANT) de Centroamérica.
- El Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo (COMECATUR) está Integrado por los gerentes o directores de las administraciones nacionales y por los presidentes o directores ejecutivos de las cámaras nacionales de turismo.
- La Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR): agrupa las cámaras nacionales de los siete países Centroamericanos, inicia en 1978 y constituye la contraparte del sector turístico privado de la región. Tiene silla permanente en las reuniones del CCT como observador con voz, pero sin voto. En el año 2002 de constituyó legalmente como organismo regional.
- La agencia de promoción turística en Centroamérica (CATA). La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés) ³³ con sede en Madrid España, cuya finalidad es promover y comercializar el multidestino centroamericano en Europa y Asia. Está integrado por un Consejo Directivo conformado por el CCT y FEDECATUR.

³³ www.visitcentroamerica.com

Cada una de estas instancias, desarrollan actividades que responden a una agenda turística común, trabajando de manera coordinada y desarrollando reuniones periódicas, en las cuales se evalúan los avances y metas alcanzadas en el proceso de la integración turística. Todas las actividades que se efectúen en el seno del proceso de la integración turística, deben basarse en los principios de sustentabilidad y promover la preservación del patrimonio cultural y natural e instar a las comunidades locales a participar y fortalecer el sector empresarial turístico.

2.6. LA AGENCIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA (CATA) COMO ENTIDAD FUNDAMENTAL EN EL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO.

La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, es una entidad mixta (público/privado) de carácter técnico, que se encarga de implementar la estrategia regional en cuanto a participación conjunta en ferias internacionales de turismo, promoción, mercadeo, publicidad y relaciones públicas.

Es el primer esfuerzo concreto y en ejecución de la integración del sector privado y sector público turístico, para el logro de un objetivo común de carácter regional que promueve una actividad que contribuye a la erradicación de la pobreza y a la generación de ingresos, empleos y mejoramiento de calidad de vida.

Al crear [CATA](#) en diciembre del 2002, no existía ningún vuelo aéreo directo entre Europa y Centroamérica, ya que conectaban con ciudades en los EEUU y después del 11 de septiembre, los europeos no deseaban pasar por dicho país. Este era un limitante para traer mayores flujos de turistas europeos. A la fecha se cuenta con 21 vuelos desde Europa, 11 de los cuales son directos, favoreciendo la conectividad turística y la mayor afluencia de visitantes a la región; por tanto podemos verificar que esta estrategia ha contribuido al incremento de turistas provenientes de Europa hacia Centroamérica, partiendo de 501,498 turistas en el 2002 a 560,711 en el 2003, constituyendo un incremento del 11.8%; y 639,210 turistas en el 2004, que significa un incremento del 14% respecto al 2003. En el 2004, el total de turistas a la región fue de 5.7 millones, 16.8% más que en el 2003,

generando US \$ 4,200 millones de divisas, equivalente a un incremento de 14.7% versus el 2003. **Ver anexo 3. Estadísticas de de Turismo en C.A.**

La CATA se ha creado estratégicamente con la intención de desarrollar el turismo de multidesino en la región centroamericana. Por tanto ha establecido su propia visión, misión y objetivos que orientan el enfoque hacia los mercados turísticos internacionales metas, que se pretenden atraer hacia la región.

2.6.1. VISIÓN DE LA CATA:

CATA es la Agencia líder en la promoción y posicionamiento de Centroamérica como multidesino turístico a nivel internacional.

2.6.2. MISIÓN DE LA CATA:

Contribuir al crecimiento significativo del turismo en la región, mediante acciones mercadológicas de promoción y posicionamiento a nivel internacional, que aumenten el reconocimiento de Centroamérica como un producto turístico altamente competitivo, innovador y diverso.

2.6.3. OBJETIVO GENERAL DE LA CATA:

Incrementar el flujo de visitantes y la generación de divisas de los mercados meta a Centroamérica, a partir de una labor mercadológica y la facilitación de contactos y oportunidades de negocios.

2.6.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA CATA:

1. Elaborar e implementar la Estrategia de Mercadeo de Centroamérica que contenga planes operativos e indicadores por mercado.
2. Implementar una estrategia de comunicación efectiva con el sector privado, que incentive una mayor participación de éste en el accionar de la Agencia.

3. Ejecutar y dar seguimiento a las decisiones del Consejo Directivo, apoyándose en el Comité Ejecutivo cuando sea necesario.

4. Maximizar la inversión financiera en términos de resultados cuantificables.

2.6.5. ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA CATA:

▪ Posicionamiento de la Marca regional y de Centroamérica como un multidesino turístico en Europa, mediante acciones de promoción, tales como:

1. Portal de Internet, diseñado con apoyo de la AECI, que contiene y promueve información y ofertas turísticas de los países miembros.

2. Campañas de comunicación en los medios europeos, incluyendo revistas especializadas.

3. Contacto directo con la Industria Turística de cada Mercado. (TTOO, Compañías Aéreas, Cadenas Hoteleras, Agencias de Viajes, etc.).

4. Participación en al menos 6 ferias internacionales de turismo en Europa en el año, como región dentro de un solo stand, contando con folletería regional.

5. Organización de un mínimo de 15 viajes de familiarización con tour operadores y 15 viajes de prensa a Centroamérica en el año.

6. Más de 30 presentaciones de “Centroamérica” a agentes de viaje en Europea.

7. Difusión de información mediante informes trimestrales, boletines informativos y mercadeo electrónico.

▪ Se han concretado cooperaciones y alianzas estratégicas con los siguientes:

1. Convenio con TACA por US \$ 1.5 millones, destinados a promoción y mercadeo de Centroamérica para un período de 3 años.

2. Agencia Española de Cooperación Internacional AECI y Secretaría General de Turismo de España han aportado un estimado de € 473,000.00 para la fase de diseño ya ejecutada y el lanzamiento del Portal de Centroamérica, el cual está por iniciar.
3. Cooperación técnica del [Gobierno de la República de China](#) por US \$ 1.8 millones para un período de 2 años a partir del 2006.
4. Alianzas estratégicas con: la firma de abogados Baker & McKenzie y con el Grupo Mediático Intereconomía.
5. Reconocimientos recibidos: Primer Premio Stand a países en FITUR 2004 y 2005. Destino Internacional de Honor Tour Buceo 2005.
6. Boletines Mensuales con información relevante a la promoción de Centroamérica. Contribución al incremento de turistas provenientes de Europa, partiendo de 501,498 turistas en el 2002 a más de 586,900 en el 2007(+ 17%)
7. Acciones de comunicación: canjes y lanzamiento Premios ECO.

2.7. PRINCIPIOS Y VALORES DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA DE CENTRO AMÉRICA.

2.7.1. PRINCIPIOS.

- **Integración:** articulación del sector turístico a nivel centroamericano, que promulga la integración y la adaptación de políticas y estrategias conjuntas, como el único medio efectivo para consolidar la actividad turística y su posicionamiento a nivel nacional.
- **Sostenibilidad:** se basa en la participación del sector empresarial y otros actores locales que buscando un turismo de bajo impacto, no masivo y que respete los recursos naturales y culturales.
- **Regionalidad:** se aplican criterios que fomenten la integración de los siete países centroamericanos, en los diversos ámbitos que competen y se vinculan al turismo.
- **Visión conjunta:** se fundamenta en una visión de mediano y largo plazo, que significa un proceso de construcción de condiciones que permitan que el turismo se desarrolle y

posicione a nivel internacional en forma exitosa y se optimice su potencialidad como motor de desarrollo.

- **Complementariedad:** el producto turístico regional centroamericano se caracteriza como un multidestino y multiproducto, por la unión de siete países que complementan sus recursos naturales, culturales y turísticos, para ofrecer una oferta competitiva a nivel internacional.
- **Compromiso:** el CCT, como autoridad máxima en materia de Turismo, con apoyo coordinación de las Cámaras Nacionales de Turismo que conforman FEDECATUR y sus instancias técnicas respectivas, han asumido el compromiso de implementar los mandatos presidenciales en la materia y de promover activamente el proceso de la integración.
- **Participación:** del sector privado siendo el actor clave dentro de la actividad turística, tiene participación en las reuniones del CCT, de la CATA y del COMECATUR, y por ende en las diferentes políticas y estrategias de promoción, mercadeo, desarrollo e integración turística.

2.7.2. VALORES

- SOSTENIBILIDAD
- EXCELENCIA
- INNOVACIÓN
- RESPONSABILIDAD
- SINERGIA POSITIVA
- AUTENTICIDAD
- DIVERSIDAD
- ÉTICA.

CAPITULO III- ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO GLOBAL Y REGIONAL DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL C.A.

En este capítulo se plantean las teorías que sustentan el multifuncionalismo en el mundo de comercialización de los destinos y productos turísticos, que sirven de base al diseño del multidestino y el multiproducto. Siendo estas las formas de comercialización turística que han implementado algunos destinos de prestigio internacional, y de las cuales se han retomado algunos aspectos que se adaptaron a las características propias de la región centroamericana la cual se encuentra en una etapa emergente, en el amplio campo del turismo internacional.

3.1. DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE INTERÉS:

Turismo: es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se apoya en el uso de recursos y en la prestación de servicios. Esta actividad humana es ofrecida a un mercado (Turistas), para satisfacer sus deseos o necesidades de ocio y ocupación de su tiempo libre.³⁴

Cultura turística: está compuesta por dos palabras: Cultura y Turismo.

La cultura entendida como conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios, conocimiento, valores), los cuales se traducen en manifestaciones o expresiones (actitudes, costumbres, estilo de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente de las demás. Es decir cultura es todo lo que socialmente hacemos y que nos hace únicos pose oposición con el otro, o sea aquello que solo es nuestro y que el otro no posee, lo que nos identifica. Por otra parte, el turismo es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos, propicia la práctica y la búsqueda de actividades asociadas a la

³⁴ Manual Regional de Cultura Turística. Dirección de Turismo de la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA).

definición de cultura. Es por tanto el turismo una actividad multisectorial, que requiere de un trabajo conjunto en las diversas aéreas productivas y la activa participación de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios que será utilizados por los turistas.

Desarrollo sostenible: en términos de interés, entendemos este término, como un desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. Consiste entonces en la actividad humana que permite la adecuada administración de los recursos (naturales, culturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre, por un lado la satisfacción del visitante “turista” y por el otro, el beneficio para la comunidad que lo recibe “comunidad receptora”.

Turismo sostenible: la OMT lo define, como el desarrollo de un turismo que toma en cuenta las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras al tiempo que promueve las posibilidades para el futuro. El resultado esperado es que todos los recursos sean administrados de modo tal, que las necesidades económicas, sociales y estéticas, puedan ser satisfechas preservando la integración cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Calidad: se define como el conjunto de cualidades de una persona o cosa, esa “cualidad” es lo que hace que una persona o cosa sea lo es, por su propiedad, atributo, características, don, virtud, etc...

Competitividad: capacidad para obtener beneficios por encima de las empresas del mismo sector, de manera sostenida a lo largo del tiempo.

Turismo multidestino: prácticas turísticas que se realizan entre distintos países que conforman o integran una misma región.³⁵ Consiste en tratar de conocer la mayor cantidad de sitios en el tiempo disponible para tales viajes organizados, utilizando la herramientas fundamentales como lo son los suplidores de servicios turísticos; en este caso las tour operadoras o agencias de viajes, que son las entes encargadas de la comercialización y

³⁵ Creación propia.

promoción de los destinos, productos o subproductos que forman parte de la oferta turística de cada región.

Multiproducto turístico: está formado por los atractivos, recursos naturales y culturales que en forma combinada y entre países, son comercializados en los mercados meta, mediante paquetes de rutas y circuitos regionales.

3.2. CONTEXTO REFERENCIAL DEL TURISMO MULTIDESTINO:

Para comprender mejor el comportamiento del turismo mundial y establecer claramente en que se soporta la competitividad requerida para posicionar una región multidestino, es necesario abordar un poco más el contexto que da pautas al surgimiento de éstas teorías, e identificar las razones que hacen del turismo una práctica humana multifuncional, generando a la vez desarrollo económico y mejoras de la calidad de vida o por el contrario ocasionando serios problemas en las sociedades y espacios receptores del turismo internacional.

En muchos países del mundo el turismo es un sector crítico en el impacto de la prosperidad nacional y el crecimiento económico, es por ello que el Foro Económico Mundial (World Economic Forum), ha realizado por primera vez los Indicadores de Competitividad de la industria Turística, aplicando un estudio exhaustivo del comportamiento del turismo en 124 países alrededor del mundo.

El Índice de Competitividad del Turismo (TTCI, por sus siglas en inglés), está conformado por 3 subíndices y 13 pilares que sostienen la competitividad en cada uno de los países seleccionados en dicho estudio.

3.2.1. LOS 3 SUBÍNDICES CORRESPONDEN A:

1. Marco regulatorio.
2. Infraestructura turística y de transporte.
3. Recurso Humano, Natural y Cultural del Turismo.

3.2.2. Y LOS 13 PILARES, QUE SOPORTAN LAS BASES QUE DEFINEN LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA SON:

1. Políticas y regulaciones.
2. Regulaciones ambientales.
3. Protección y seguridad.
4. Salud e higiene.
5. Prioridad de la industria del viaje y el turismo.
6. Infraestructura del transporte aéreo.
7. Infraestructura del transporte terrestre.
8. Infraestructura turística.
9. Infraestructura de comunicaciones, internet y telefonía.,
10. Competitividad de precios de la industria turística.
11. Recursos Humanos.
12. Percepción nacional del turismo.
13. Recursos Naturales y Culturales.

En el reporte del Índice de Competitividad turística año 2006, emitido por el *World Economic Forum*. Los países de la región Centroamericana, se reflejan de manera muy diferente a la expectativa que puede generar el desarrollo del turismo y la potencialidad de sus recursos turísticos.

En relación a los resultados en el estudio realizado entre los 124 países realizado en el año 2006, Costa Rica fue el que quedó en un mejor lugar, ocupando el lugar 41 entre los participantes; seguido de Panamá, quien ocupó el lugar 55. El resto de los países de C.A. se encuentran en la segunda mitad de la tabla del total de países participantes para establecer

el *Ranking* y los Indicadores de la Competitividad Turística en los destinos emergentes del turismo internacional.³⁶

3.3. TENDENCIAS INTERNACIONALES DEL TURISMO.

El turismo mundial crece a buen ritmo, aunque desde hace años ha entrado en una nueva fase de su desarrollo; los destinos son más competitivos, el turismo mundial se diversifica geográfica y temporalmente, se hace más complejo y crece. En el 2006 los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 735.000 millones de dólares. El mismo año se registraron 846 millones de llegadas de turismo internacional. Al menos cinco veces más son los turistas que viajan en el interior de su propio país. Los datos antes mencionados reflejan claramente que todas estas regiones emergentes progresan aceleradamente.

Según datos de la OMT, para el año 2008 se espera una desaceleración en el crecimiento del sector turismo a nivel mundial, planteando un 5% de crecimiento para ese año, sin embargo para América Latina y en particular para Centroamérica se estima que la tasa de crecimiento pueda ser del 8%, lo cual se espera afecte de manera positiva a la región y según las previsiones de la misma organización, se estima que en el año 2010, se registrarán 1000 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo.³⁷

3.4. TENDENCIAS RECIENTES DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA:

En el contexto de las tendencias internacionales Centroamérica, está posicionada como un destino en rápido crecimiento, a ello contribuyen muchos factores que a continuación menciono:

- La permanente voluntad política de apoyar el desarrollo del turismo en la región, por parte de la mayoría de los jefes de estados.
- El dinamismo y la flexibilidad de las empresas turísticas que son capaces de generar los productos que la demanda requiere.

³⁶ *World Travel & Tourism Council, TSA Research 2006.*

³⁷ *OMT.*

- La coordinación entre el sector público y el privado.³⁸

A continuación se presenta un breve análisis de cada país en cuanto a los aspectos generales asociados al desarrollo del turismo en la región centroamericana. Cabe destacar que es difícil precisar datos exactos y completos, puestos que no todos los países tiene hasta hoy un registro uniforme, confiable y continuo de las estadísticas relacionadas al turismo internacional e interno, lo importante es identificar las diferencias en relación a las economías, el nivel de desarrollo turístico y el comportamiento de la demanda que se refleja según la oferta en cada uno de los mismos, así como datos de llegadas de turistas y divisas generadas por turismo en cada país. ³⁹ **Ver en Anexo3. Cuadros de las Estadísticas del Turismo Internacional en C.A.**

Belice: Este país presenta características muy disimiles en relación a los demás, presenta un nivel de desarrollo, idioma, geografía y número de población, el turismo es incipiente y generalmente su economía se asocia a la vida industrial.

Guatemala: la tendencia en relación a este país predice un leve estancamiento, en relación al turismo, razón por la cual es necesario tomar medidas estratégicas que contrarresten ese posible comportamiento.

El Salvador: el turismo internacional ha sido, en los últimos años, una de las actividades económicas que ha incrementado su importancia en las estadísticas macroeconómicas. Este corresponde a una tendencia internacional. Es por ello que El Salvador, a través de su gobierno central, ha decidido formar parte de este grupo de países con el desarrollo del plan nacional de turismo 2014, con el que se pretende hacer frente a los diversos desafíos y obstáculos que posee el turismo.

El año 2006 ha generado grandes logros, sobre todo en el incremento de visitantes, esto dicho sea de paso se atribuye a la intensa promoción realizada por el Ministerio de Turismo, las llegadas de turismo internacional ascendieron para el cierre del año 2006 a 1, 138,378. Cifra que superó a los 969,372, que se obtuvieron en el año 2005. Por otro lado

³⁸ Diagnostico Ruta Sitios Declarados Patrimonio de la Humanidad y Ruta del Caribe. www.cc-sica.org.ni

³⁹ Boletín de estadísticas turísticas de Centroamérica, 2002-2006. (SITCA y CCT), 2008.

*Para ampliar información, consulte: el Boletín de Estadísticas turísticas de Centroamérica.

los ingresos económicos por turismo registraron un crecimiento de 46,5% más al compararlo con las cifras generadas en el año pasado. Cabe señalar que este país también ha realizado esfuerzos por incrementar el número de excursionistas al impulsar la dinámica del turismo interno.

Honduras: en el año 2006 el turismo internacional superó las expectativas, al registrarse 842 millones de llegadas de turistas, este crecimiento se dio paralelo al crecimiento económico en otros sectores; la mayoría de los sectores productivos mostraron expansión y se observó una estabilidad absoluta del tipo de cambio, el nivel de deuda externa y las tasas de intereses se redujeron sustancialmente, factores que favorecen la expansión del turismo, ya que la actividad turística sigue de cerca las tendencias de la economía en general.

Los turistas internacionales que ingresan al país, se han mantenido en constante crecimiento en el periodo del 2002-2006, arrojando un incremento del 34% en dicho periodo.

Nicaragua: la llegada de 799,996 turistas internacionales para el año 2007, representa un aumento de 50,812 turistas adicionales que ingresaron en comparación al año 2006, que fue de 749,184 turistas, lo cual representa un incremento del 6.8%.

La principal región geográfica de la nacionalidad de los visitantes a este país es: Centroamérica, seguido de Norteamérica y Europa, entre otros en una minoría y la vía de ingreso más utilizada fue la frontera terrestre.

Se obtuvo una tasa de crecimiento del 15.9% en comparación con el año 2006, producto del inicio de operaciones en el país en el año 2007 de las líneas aéreas AEROMEXICO y SPRIT.

Costa Rica: El año 2007 presenta una importante recuperación del sector turismo, en relación a su variación porcentual anual. Mientras que el año 2006 el aumento fue del orden del 2.7% para el 2007 las estimaciones preliminares apuntan a un 12.2% de crecimiento con respecto al año anterior. El aumento de vuelos, sillas disponibles y nuevas rutas; así como una estrategia inteligente de mercadeo que incluye campañas cooperativas con aerolíneas, tour operadores y la contratación de servicios de relaciones públicas en EE.UU. y Canadá, son algunos de los factores que colaboran a este importante crecimiento.

Panamá: el turismo en Panamá es de un crecimiento sostenido, para el año 2007 se registró un incremento del 17.4% en relación al año 2006.

Este país presenta importantes movimientos de flujos turísticos que llegan desde distintos puntos, incrementándose cada año la llegada de visitantes ya sea a través de las vías aéreas, marítimas y terrestres, con la salvedad que se registró una disminución de ingreso en un 16.9% por puestos marítimos, para el año 2007.

3.5. PERFIL POR PAÍS DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LA REGIÓN CENTROAMERICANA:

Belice: no existen registros que caracterice la demanda de turistas en Belice, pero si existe un alto potencial para el turismo cultural y de naturaleza, debido a la gran biodiversidad marina sobre todo, ya que existe en sus aguas el segundo arrecife de coral más grande del mundo.

Guatemala: este país no presenta registros en las tasas de crecimiento en relación a la llegada de turistas, pero si podemos identificar que las principales actividades de interés de los turistas, refieren al entretenimiento, la observación de culturas vivas, las actividades asociadas con la naturaleza y el mercado de reuniones y convenciones.

El Salvador: el 73.5% de las llegadas de personas provenientes del extranjero en el año 2006, eran de procedencia centroamericana, siendo los principales mercados Honduras y Guatemala, seguido de Norteamericanos. El primer mercado emisor de turistas para El Salvador fue Canadá, gracias en su mayoría a los vuelos Chárter comercializados por medio de la cadena Royal Decamerón.

Honduras: el crecimiento del turismo asociado a los últimos años refiere al incremento de llegada de cruceros (mayoritariamente en la isla de Roatán), hay que mencionar que el turismo en Honduras es muy estacional y que la mayoría de sus visitantes en determinadas temporadas provienen de Norteamérica, seguido de la región centroamericana.

Un dato importante es que para el año 2006 se registró, que el 48.9% de turistas ingresaron al país vía terrestre, provenientes de El Salvador, seguido de la aduana con Guatemala y

Nicaragua. Siendo los centroamericanos los que representan el mayor número de visitantes durante todo el año.

La mayoría del turismo internacional que ingresa al país vía aérea proviene de EE.UU. y solo un 8.2% representa a un mercado europeo, proveniente principalmente de Italia, España, Alemania e Inglaterra.

Nicaragua: el 61.8% de los huéspedes totales registrados en el año 2006, son de origen extranjeros y ocuparon principalmente los hoteles de la capital. En el caso de los registros obtenidos en hoteles ubicados en las playas del pacífico, encontramos que un 70.1% eran nacionales y un 29.9% extranjeros, el resto corresponde a los alojados en los departamentos. La mayoría de los visitantes en este país son nacionales que residen en el extranjero.

Costa Rica: el turismo de sol y playa y el turismo de naturaleza, donde se pueden practicar múltiples actividades, son los elementos que han permitido que Costa Rica se posicione en el mercado internacional como uno de los destinos más apetecidos del mundo.

El turista que visita este país se caracteriza por tener edades superior a los 45 años, poseen alto nivel de escolaridad, generalmente residen en EE.UU., Europa y una minoría son de procedencia latinoamericanos y centroamericanos entre otros. El principal motivo de visita corresponde al placer, vacaciones, ocio y recreo, seguido de razones de negocios, la mayoría de los visitantes realizan actividades asociadas al turismo de sol y playa, seguido de la observación de flora y fauna y la visita a volcanes.

Panamá: la actividad turística para el año 2006, fue uno de los mayores generadores de divisas al país, colocándose por encima de los rubros de exportación tradicional. Se puede decir que el turismo en Panamá ha continuado con un crecimiento sostenible, gracias a los esfuerzos realizados con miras a fortalecer las estrategias de promoción internacional hacia Panamá en los mercados de EE.UU., Latinoamérica, Europa, Canadá y la consolidación de la industria de Cruceros, el cual corresponde a un posicionamiento como destino en este segmento en toda la región centroamericana.

3.6. COMPORTAMIENTO DE LOS MERCADOS GLOBALES Y GRUPOS DE MERCADO, EN RELACIÓN A LAS POLÍTICAS DE INTEGRACIÓN REGIONAL.

La expansión de mercados alrededor del mundo ha incrementado la competencia en todos los niveles del marketing internacional. Por tanto para mantenerse al día con la competencia y conservar una posición viable en los mercados cada vez más competitivos, es necesario tener una visión de perspectiva global.

La competencia global requiere de productos de calidad diseñados para satisfacer las necesidades cambiantes del cliente y el rápido avance de la tecnología; los países en vías de desarrollo necesitan de las relaciones de colaboración, de las alianzas internacionales estratégicas y de la planificación estratégica misma, para poder funcionar y competir en el ritmo acelerado del crecimiento global del mercado.

3.6.1. PATRONES DE COOPERACIÓN MULTINACIONAL:

Los grupos de mercados multinacionales se dan en distintas formas, varían significativamente según el grado de cooperación, dependencia e interacción entre las naciones participantes.

Existen cinco tipos fundamentales de agrupaciones, para llegar a la integración económica regional:

1. Área de libre comercio.
2. Unión aduanera.
3. Mercado común.
4. Unión política.
5. Unión monetaria.

Entre esta clasificación la que requiere de un menor grado de integración, es el área de libre comercio, que prácticamente lo que implica nada más es la existencia de una cooperación regional. Por tanto la integración y cooperación económica más básica es *la cooperación regional*; en este caso los gobiernos acuerdan participar de forma unida para el desarrollo de industrias básicas que beneficien a cada una de las economías de los implicados. Cada país realiza un compromiso anticipado de participación en el financiamiento de una nueva operación conjunta y compra una parte específica de la producción de la misma.

Existen dos tipos de agrupaciones de mercados multinacionales:

- Los grupos establecidos de mayor cooperación (Comunidad Europea, Unión Europea)
- Los de importancia económica, de las economías que van en aumento (economías capitalistas).

En el caso particular de la región centroamericana, apenas se está iniciando una etapa de unión aduanera, pero existen varias razones que podría acelerar el proceso de desarrollo integracionista en la región, tal como es el caso de la declaración del sector turismo como punto de interés común para cada uno de los 7 países que la integran. Por tanto este puede ser la punta de lanza para el avance del proceso.

3.7. IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING INTERNACIONAL:

La complejidad del mercado mundial, cambió significativamente con la coalición de naciones en grupos de mercados multinacionales. Para las compañías con comercio internacional, los grupos multinacionales presentan oportunidades excelentes, por medio del acceso a mercados más grandes con barreras arancelarias y restricciones reducidas o abolidas en cada país; pero en el caso de tomar decisiones referente a la producción, el financiamiento, la mano de obra y el marketing, estos puntos se ven afectados por la reasignaciones del mundo en grupos de mercados.

Este fenómeno hace que la competencia mundial se intensifique, en la medida en que las empresas vana adquiriendo fuerzas y experiencia en relación con los grandes grupos de mercados. Por ejemplo; en el caso de las multinacionales europeas y no europeas, se están preparando para enfrentarse a los cambios en la competencia dentro de una Europa completamente integrada. Este punto puede significar una ventaja inicial de EEUU. sobre las compañías europeas en expansión, ya que las empresas estadounidenses tiene más experiencia en el marketing aplicado a mercados grandes y diversos y están acostumbrados a considerar al mercado europeo como una unidad. Pero la Unión Europea ha ganado puntos en relación a la regulación de las actividades comerciales, las cuales se han intensificado en todos los grupos de mercados multinacionales; de tal manera que cada grupo tiene actualmente organismos de control y administración, que se ocupan específicamente de los asuntos comerciales, en el proceso de restaurar los mercados, las reglas y las regulaciones comunes para cada grupo o tipo de mercancías. Por lo general estas regulaciones serán más sofisticadas y complejas para el caso de las negociaciones con terceros y países individuales.

A pesar de los problemas y complejidades de participar en los mercados nuevos, lo más importante, será el reto de encontrar la oportunidad de competir en el mercado internacional y maximizar así los ingresos.

En relación a las oportunidades posibles, la integración económica permite la creación de mercados grandes y masivos, reduciendo así la oportunidad de competir a los mercados demasiado pequeños para ser considerados individualmente, los cuales tiene que adquirir nuevas dimensiones y significados combinándose estratégicamente con mercados de países, con los cuales establecen acuerdos de cooperación. En los mercados altamente competitivos, los beneficios derivados de los avances en la eficiencia comercial, a menudo se relacionan con precios más bajos que conducen a una capacidad de compra incrementada. Lo que no ocurre con países como los de la región centroamericana, los cuales requieren de establecer estrategias de mercados bilaterales para poder hacer frente a los grandes competidores y en realidad para ser fuertes, se necesita trabajar en conjunto como bloques o regiones.

La mayor parte de los grupos multinacionales tiene programas coordinados para fortalecer el crecimiento económico como parte de su esfuerzo cooperativo lo que representa una ventaja; ya que al incrementarse la capacidad de compra, se mejora la infraestructura regional y se fomenta el desarrollo económico a pesar de los problemas que seguramente ocurren en los procesos de integración, los beneficios económicos de libre comercio, pueden ser verdaderamente enormes. Es por tal razón que sería viable para Centroamérica fortalecer el esfuerzo cooperativo entre los estados, para lograr mayores beneficios y desarrollar la economía de una manera más equitativa; de hecho en materia de integración turística se está trabajando en el fortalecimiento y armonización de los órganos e instituciones respectivas.

Considerando que el objetivo inicial de un mercado multinacional es el de proteger a las empresas que operan dentro de sus fronteras, la experiencia en la Unión Europea ha demostrado que este tipo de objetivo se cumple, el problema en realidad ha sido para las compañías pequeñas, las que si no quieren desaparecer tendrán que ajustarse a los estándares establecidos por la Unión Europea. Para que la integración centroamericana avance, se requiere en gran medida de voluntad política, además de establecer y hacer funcional el tema de la supranacionalidad, lo que nos acercaría un poco al modelo utilizado por la UE, que ha demostrado bastante éxito en cuanto a los mecanismos utilizados para la protección de sus empresas.

3.7.1. IMPLICACIONES EN LA PREPARACIÓN DEL MARKETING:

La estandarización de precios entre los mercados de países, ha significado uno de los cambios necesarios para evitar el problema de importaciones paralelas. Una respuesta a ello ha sido en el caso de la Unión Europea, la unión monetaria (el EURO), esto hace que la competencia sea más justa y a la vez más difícil. Para ello se tiene que establecer políticas de precios uniformes y las compañías han tenido que reducir la cantidad de marcas que producen, para concentrar sus esfuerzos de publicidad y promoción; a la vez que reducen costos o bien tiene que trabajar con una sola marca comercial, produciendo así una especie de marca global. Entre otras múltiples medidas que se deben adoptar en dependencia de cada caso particular.

En el caso particular de los sistemas de comunicación que se utilizan para la promoción y publicidad de los productos y servicios, hay que destacar que el sistema de medios de comunicación de un país se relaciona de forma directa con sus sistemas políticos, este es el que determina la relación exacta entre los medios de comunicación y el gobierno. Existen diversas teorías asociadas al tema, pero casi todas de una u otra forma entran en alguna de las dos formas de control que ejerce el gobierno en los medios de comunicación: Autoritarismo y Liberalismo. La teoría autoritaria surgió en Inglaterra durante el siglo XVI, casi al mismo tiempo que se introdujo la imprenta en París. En dicha teoría prevalece la creencia de que la élite gobernante debería guiar a las masas, a las que no se les reconocía la capacidad intelectual. La teoría libertaria es totalmente opuesta a la del autoritarismo. Los liberales asumen que los seres humanos son racionales y capaces de tomar sus propias decisiones, y que los gobiernos existen para servir al individuo.

En 1956, un libro titulado *Four Theories of the press*, hizo una reevaluación de las filosofías del liberalismo y el autoritarismo, y expuso dos enfoques más modernos: la teoría de la responsabilidad social (concepto occidental), la cual introduce un nuevo enfoque asociado a la democracia y a la libre crítica del gobierno con sus instituciones y la teoría comunista la cual apoya el sistema marxista y que funciona en sociedades cerradas, donde la información es controlada herméticamente por el gobierno.⁴⁰

Un planteamiento más actual es la “teoría desarrollista”, en esta ideología, el gobierno moviliza los medios de comunicación en función de las metas nacionales del desarrollo económico y social. La información es considerada un recurso natural y escaso y debe ser manejada con sumo cuidado por el gobierno para lograr las metas nacionales. Entre las metas que se busca alcanzar con la ayuda de los medios están: la integración política, la alfabetización, la autosuficiencia económica y la erradicación de enfermedades. Hasta hace poco, muchos países en vías de desarrollo o emergentes adoptaron el enfoque desarrollista, pero las cambiantes condiciones económicas y políticas han disminuido su aplicación. Aunque muchos países han reemplazado las dictaduras por sistemas democráticos, en los cuales se reprueba el control del gobierno sobre los medios de comunicación, existen países

⁴⁰ Joseph R. Dominick. La Dinámica de la Comunicación Masiva. Cap. 17, La Aldea Global: sistemas de medios de comunicación internacionales.

que aún no son democráticos y no aprueban el enfoque desarrollista, lo cierto es que de cualquier manera la difusión de la Democracia y la creciente popularidad de la economía de libre mercado han provocado que hayan más países que apoyen el enfoque de la responsabilidad social y este debe estar presente de forma directa o indirecta en la publicidad y la promoción de los destinos turísticos que pretendan ser competitivos a nivel internacional.

El desarrollo tecnológico ha revolucionado los sistemas de comunicación mundial de manera acelerada y es por tanto este un punto más a considerar en relación al marketing turístico de una oferta multidestino. Considerando que la Internet, es el medio de comunicación masiva que más se ha acercado al concepto de la “*Aldea Global*” de McLuhan.⁴¹ La Red Mundial proporciona el acceso a los medios de comunicación de todo el mundo como nunca antes; a partir del año 2003, se pueden encontrar en la red, estaciones de radios de distintos países, los programas de televisión local, videos, anuncios publicitarios, periódicos y revistas de gran variedad y prestigio; además de que a través del correo electrónico se pueden enviar mensajes a cualquier parte del mundo en cuestiones de segundos. Muchas empresas y personas de todo el mundo tienen páginas web que se pueden visitar directamente. Sin embargo hay que tomar en cuenta que a pesar de que se llame *Red Mundial*, este nuevo medio todavía no es accesible para todo el mundo. Para el año 2003, se estimó que alrededor de 600 millones de personas estaban en línea, aunque suene una gran cifra, esto apenas representaba menos del 10% de la población mundial. *La Aldea Global* es más accesible para aquellas personas en los países desarrollados. Por tanto hay que considerar que no necesariamente unos medios de comunicación que funcionan correcta y exitosamente en algunos casos, sea necesariamente exitoso para otros.

En términos de mercadeo dentro del proceso de desarrollo de la integración turística centroamericana, se ha realizado un valioso esfuerzo con la creación de la CATA, la cual cumple los requisitos antes expuestos a la vez que se sustenta de la “*Teoría desarrollista*”, que proponen los planteamientos actuales en relación a la comunicación. Por otro lado el uso de la tecnología de punta y de lo novedoso en relación a la aplicación del marketing,

⁴¹ Marshall McLuhan. Considerado el gurú de los medios de comunicación, hace 40 años aproximadamente, predijo que la comunicación masiva haría del mundo una Aldea Global. Borrando así las fronteras.

todos estos son puntos que se están aplicando en los objetivos y acciones llevadas a cabo por la CATA.

3.7.2. GRUPOS COMERCIALES REGIONALES Y MERCADOS EMERGENTES:

Existen dos perspectivas opuestas en relación con la dirección que se prevé, para el caso del comercio global a futuro. Una perspectiva sugiere que el mundo se está dividiendo en grandes grupos comerciales regionales como: (La Unión Europea, EEUU y Japón), y la otra refiere al poder económico global que podría cambiar de los mercados industrializados tradicionales al mundo en desarrollo y sus mercados emergentes, ejemplo: (China, Brasil, México).

En el caso de la primera perspectiva, ha de suponerse que el comercio mundial estará gobernado por los tres grandes bloques comerciales, los cuales adoptarán una actitud proteccionista dentro de sus áreas de acción respectivas; en este caso los países que no estén ligados económicamente a alguno de estos bloques, no tendrán acceso a los mercados, capitales y tecnologías; por tanto no tendrán la oportunidad de crecer en sus economías.

La segunda perspectiva considera que el centro del comercio internacional está cambiando de dirección hacia las economías en vías de desarrollo, a lo que los expertos llaman *Mercados Emergentes*. El argumento base de esta hipótesis es que las economías maduras crecen con mayor lentitud en relación con la de los mercados emergentes; además que estas ofrecen menores oportunidades para lo nuevo en el comercio.

Se predice que en cincuenta años, el crecimiento de la economía global estará representado por los países identificados como *Mercados Emergentes*.

En realidad ambas perspectivas podrían ser demasiadas extremas. Lo más probable que ocurra es que el crecimiento económico global sea estimulado por ambos puntos: por un lado; la creación de grupos comerciales regionales y por otro, por el deseo de crecimiento económico en el mundo en desarrollo.

En definitiva las agrupaciones de mercados, permiten la factibilidad para entrar a los mercados nuevos y conlleva al empleo de estrategias de marketing que no se podrían

aplicar a los mercados más pequeños representados por países individuales y deja como única salida la Integración de Mercados Regionales, para finalmente tener la oportunidad de competir a nivel internacional. Siendo este un punto muy importante a considerar en el caso de la región C.A., puesto que se ubica claramente como un mercado emergente, en rápido crecimiento y con muchas perspectivas viables para desarrollar la economía de los pueblos, consolidar la paz, fortalecer la democracia y convertirse en un mercado fuerte y atractivo, por supuesto integrándose como un solo bloque.

3.7.3. IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS DEL MARKETING EN EL TURISMO MULTIDESTINO.

La comercialización de destinos turísticos, es hoy día una tarea que requiere de un esfuerzo global y de la implicancia de muchos actores, que uniendo esfuerzos logren convencer a que un grupo de personas, que dispongan de tiempo, dinero y ganas de viajar, encuentren en un destino o región la máxima satisfacción de sus deseos y necesidades asociadas al ocio y el entretenimiento. Para lograrlo no existe tarea fácil y es así como surgen una serie de estrategias que se han venido desarrollando y practicando con el tiempo, en la búsqueda infinita de alcanzar la competitividad y el éxito en el amplio mercado del turismo internacional.

Para planificar la comercialización de un destino, existen diferentes niveles o escalas de alcance; de tal forma que los destinos turísticos pueden ser áreas pequeñas (ciudades o pueblos) o bien regiones o estados; por tanto la planificación y promoción de un destino puede hacerse a nivel local o bien a un nivel más amplio, regional o nacional. Es lógico esperar que se produzcan mayores beneficios al abarcar un enfoque regional, como ocurre en casos ya reconocidos mundialmente como: Nueva Inglaterra, que por su imagen e historia, es tradicionalmente un destino regional.

Crear una imagen global de una región puede añadir más atractivo a sus componentes, quizás lo más importante es que al adoptar una estrategia de ámbito regional, esta conlleva a una investigación, a la planificación y los controles más específicos; lo cual puede permitir alcanzar un desarrollo turístico más equilibrado desde todos los puntos de vista,

afinando los puntos en común y destacando las individualidades que posea cada uno de los países implicados.

Otro aspecto importante a señalar, es el comportamiento de los mercados de viajes, lo que supone un esfuerzo multidisciplinario. En el pasado, la investigación del mercado la hacían expertos en marketing, las escuelas empresariales, los analistas económicos, los estadísticos y los contables. Desde hace unos pocos años se han incluido también en la investigación de viajes las ciencias del comportamiento. En muchos destinos las consideraciones políticas son factores decisivos en determinar si el área será atractiva para un mercado determinado y se requieren criterios científicos para identificar las tendencias políticas que pueden influir sobre la viabilidad de una economía. El cambio del estilo de vida y otros cambios sociales pueden modificar de forma drástica el comportamiento del viajero y por ende cambiará también el tipo de oferta que exista en torno a dicho comportamiento, esto implica que el turismo es una práctica humana muy sensibles a todo tipo de cambio que ocurra en el mundo; por tanto es inevitable la planificación estratégica en la planificación de la oferta y la comercialización de los destinos turísticos, además de una fiel atención a todo lo que ocurra en relación a los flujos turísticos mundiales.

Es por estas razones que la región centroamericana, ha establecido en su “*Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible de C.A.*”, como un eje fundamental la *sostenibilidad*, priorizando en sobremanera la protección del patrimonio y el beneficio económico-social de los pobladores de la región.

CAPITULO IV. EL ROL DEL SECTOR PRIVADO Y LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN LA OFERTA Y LA DEMANDA ACTUAL DEL TURISMO MULTIDESTINO EN CENTROAMÉRICA.

4.1. ESTRATEGIA REGIONAL DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL MULTIDESTINO.

Se ha definido una Estrategia de Promoción y Mercadeo Turístico Centroamericana, desde el año 2003, que comprende los siguientes componentes:

- La Marca regional Centroamérica.
- La integración sector público y privado turístico. Se tienen mecanismos permanentes de participación, comunicación y coordinación, que ha permitido tomar decisiones y acuerdos comunes, programas y proyectos de beneficio al sector, que se definen en reuniones del Comité de Mercadeo de Centroamérica (COMECATUR – órgano asesor con participación de FEDECATUR y Ministerios de Turismo), CCT y CATA.
- El desarrollo de la investigación, monitoreo de mercados, nivel de conocimiento y satisfacción, a través de la cooperación de FODESTUR-GTZ, en los últimos 3 años.
- La promoción de Centroamérica como multidestino (7 países) y multiproducto (combinación de cultura, naturaleza y aventura), en Europa, focalizada en 5 mercados objetivos: Alemania, España, Francia, Inglaterra, e Italia, contando con un Plan Operativo Anual para cada mercado.
- La realización anual de la Feria Centroamérica Travel Market: en un país centroamericano en forma rotativa para promover la región con operadores europeos y asiáticos.

Esta estrategia de promoción y mercado, se estableció a partir de tomar en consideración, diversos puntos, que se han mencionado en los capítulos anteriores, referidos fundamentalmente a:

- Se considera al turismo como un factor clave para el desarrollo económico y social de los países centroamericanos y que para lograr alcanzar los mercados metas es necesario promover una verdadera integración regional.

- Se considera que el sector público y privado vinculado al sector turismo, requiere de políticas, estrategias y acciones de promoción externa e interna de la imagen y del multidesino y multiproducto turístico.
- Se Considera que la tendencia mundial de los viajes de largo alcance (long haul) son en su gran mayoría multidesinos, es imprescindible lograr una efectiva coordinación entre los países del área para lograr ofertar nuestro producto.
- Para tales efectos se creó como principal estrategia de mercado la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, que también podrá denominarse por sus siglas en el idioma español APTC, que en el transcurso de este acuerdo y para fines comerciales y de promoción se denominará “APTC” ó Central American Tourism Agency (CATA) en inglés, cuyo propósito primordial es planificar, coordinar, asistir y estimular la promoción turística.

4.2. ESTRUCTURA DE LA APTC O CATA:

- a. Miembros Fundadores: Los países miembros del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), representados por las Administraciones Nacionales de Turismo y las Cámaras Nacionales de Turismo, en representación del sector privado.
- b. Miembros Corporativos: Empresas, asociaciones, fundaciones y corporaciones privadas regionales o internacionales, que apoyen en forma significativa los programas, actividades y acciones de la APTC en materia de relaciones públicas, publicidad, mercadeo directo y otros.
- c. Miembros Honorarios: Organismos internacionales, gubernamentales y no gubernamentales en el área de turismo, medio ambiente, arqueología, preservación cultural y ambiental, centros educativos especializados, que brinden apoyo sustancial a los fines de la Agencia.

Analizando la estructura podemos observar, como estratégicamente La CATA se constituye como una agencia de promoción turística, con integración de capital público y privado, de carácter técnico, que integra a los diversos actores en los distintos ámbitos que aborda el turismo. De esta forma es posible aprovechar las oportunidades vigentes en las economías de escalas, en las cuales no es posible competir si no se cuenta con una

estructura comercial sólida y competitiva. Por tanto los países de la región tiene en definitiva mayores ventajas si se consolidan como región, aunque esto no signifique que tengan que renunciar a realizar sus propios esfuerzos en otras direcciones, como por ejemplo, podemos citar el caso de los países que integran el CA-4, los cuales están aunando esfuerzos para captar al mercado turístico interregional y norteamericano, dado que estos mercados representan un buen porcentaje en los reportes de los flujos turísticos regionales.

4.3. INTEGRACIÓN DE TOUR OPERADORES REGIONALES Y CÁMARAS DE TURISMO

La Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR), fue constituida el 4 de febrero de 2004, es una organización regional privada con personalidad jurídica, sin fines de lucro, apolítica y no partidarista, integrada por las Cámaras Nacionales de Turismo de los siete países de la región, que aglutinan 43 gremiales y 2,774 empresas miembros. Los 7 presidentes de cámaras (incluyendo el presidente de la Federación), tiene silla permanente en reuniones del CCT con voz sin voto, además son miembros del Consejo Directivo, del Comité Ejecutivo de CATA y del Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo (COMECATUR).

4.3.1. VISIÓN.

Constituirse en líder y portavoz eficaz del sector privado centroamericano.

4.3.2.MISIÓN

Representar y defender los intereses del sector turístico privado de Centroamérica, para lograr la integración regional y el desarrollo sostenible del sector turístico.

4.3.3 LAS ÁREAS DE ACCIÓN PRIORITARIAS DE LA FEDERACIÓN SON:

Liderazgo, participación y promoción regional, dirigiendo sus servicios a las cámaras nacionales de turismo, comprendiendo principalmente:

- Atención, representación y defensa de los intereses de las cámaras nacionales de turismo.
- Creación de condiciones favorables.
- Fortalecimiento del sector privado turístico a nivel regional.

En el 2007 FEDECATUR establece una oficina permanente en Tegucigalpa con una Dirección Ejecutiva, lo que le facilita la implementación de diversos programas y proyectos para la consecución de sus objetivos que son:

- Constituirse como líder y portavoz eficaz del sector turístico privado de la región.
- Representar y defender los intereses del sector turístico privado de Centroamérica.
- Promover a la región como un multideestino integral.

4.4. PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE CENTROAMÉRICA.

En este acápite se presenta un resume de contenido del Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica, con la intención de tener una visión generalizada de los proyectos y actividades que se han y se están desarrollando en materia del turismo regional en Centroamérica.

Como antes hemos mencionado el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica, se emitió bajo la declaración de San José, en diciembre del 2002 y se elaboró en el año 2003. Dicho plan se elaboró tomando en cuenta los avances y las prioridades dictadas por el CCT. En este mismo año se priorizaron 8 proyectos y 9 actividades a corto plazo.

4.4.1. PRINCIPALES PROYECTOS ACTUALMENTE EN EJECUCIÓN:

1. Planificación Estratégica. Postgrado (2 años)
2. Gestión de Destinos Turísticos Locales. Curso. (2 años)
3. Programa de Calidad Turística. Programa de formación (2 años)

4. Ruta Colonial y de los Volcanes. Proyecto de señalización (1 año)
5. Levantamiento de Movimientos Turísticos Regional CA-4. Diseño de sistema homologado (1 año)
6. Red Centroamericana de Comunicación Turística Gobierno-Sector Privado, GPN (2 años)
7. Plan de Fortalecimiento Institucional, Sector Privado y Sector Público Turístico Centroamericano (2 años)
8. Programa de Capacitación de Promoción y Mercadeo.(2 años)

4.4.2. PRINCIPALES ACTIVIDADES A CORTO PLAZO:

1. Sistema de Información Geográfico Turística (SIGT)
2. Cuenta Satélite de Turismo.
3. Ruta de Patrimonio Mundial.
4. Red de Posadas Rurales.
5. Formación de Formulación de Proyectos de Inversión.
6. Programas Regionales de Cultura Turística.
7. Portal de Turismo.
8. Proyectos de Apoyo a la Integración a través de la Promoción.
9. Estrategia Regional de Comunicaciones.

4.4.3. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO DE PRODUCTOS REGIONALES.

- Instrumentos de planificación como SIG, que permitirá edición de mapas e información de productos turísticos

- Estadísticas turísticas en base a un modelo y método de recolección común en CA-4 que precisará información de movimientos migratorios terrestres y aéreos
- Cuenta Satélite de Turismo
- Cada país cuenta con su propia planificación sectorial
- Ruta Colonial y de Los Volcanes que incluye 91 municipios en 6 países

4.4.4. ACCIONES REALIZADAS EN LA CREACIÓN DE LA RUTA DE COLONIAL Y DE LOS VOLCANES:

Realización de diagnóstico y estudio de viabilidad

Diseño, discusión y aprobación del plan de comercialización y materiales de promoción

Presentación de la Ruta a mercados europeos, en Alemania, España e Inglaterra, durante ferias internacionales de turismo, FITUR, ITB y WTM

4.4.5. ACCIONES EN PROCESO:

Proyecto de Señalización. Vial de la Ruta.

Formación de 6 Comités nacionales de desarrollo, que incluye participantes de municipalidades, ministerios o institutos de turismo y MIPYMES.

La realización de programa de formación en calidad: incluyendo formadores y capacitación de 240 MIPYMES.

Realización del Curso de Gestión de destinos turísticos locales: plan de desarrollo de la ruta.

4.5. FORMACIÓN TURÍSTICA.

4.5.1. PLAN DE FORMACIÓN EN BASE A NECESIDADES DEL SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO:

- Sensibilización en cultura turística

-Formulación de proyectos de inversión 13 formadores y 83 MIPYMES capacitados, elaboración de guía y por realizarse con financieras.

-Promoción y mercadeo (2008-2009)

4.5.2. OTRA FORMACIÓN:

-Mejores prácticas en conservación de patrimonio natural y cultural

4.6. PROMOCIÓN Y MERCADEO

-La Creación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), con énfasis de promoción y mercadeo en Europa.

-Participación en ferias turísticas en Europa, investigación de mercados metas, relaciones públicas y promoción.

- Creación y realización de la Feria Centroamericana Travel Market (CATM) durante 5 años consecutivos a partir del 2004.

-Creación de estrategias para aprovechar el turismo intrer-regional.

-Creación del Portal Turístico de Centroamérica. www.visitcentroamerica.com.

- Red de Comunicadores en Turismo de Centroamérica (TOURCOM).

-La Red de Comunicación Turística Gobierno-Sector Privado GPN, en coordinación con ministerios o institutos de turismo y FEDECATUR.

-Estrategia de comunicación orientada a medios.

4.7. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.

Sector Público Administraciones Nacionales de Turismo, CATA, SITCA y Sector Privado FEDECATUR y MIPYMES.

4.7.1. RESULTADOS ESPERADOS:

- Fortalecimiento FEDECATUR como instancia regional de incidencia y coordinación
- Mejora de participación de MIPYMES en actividades de las cámaras
- Modelo establecido de gestión organizativo y operativo
- Incremento de captación de recursos financieros por parte de las cámaras
- Planes estratégicos y nuevo modelo de organización y gestión
- Plan estratégico de FEDECATUR
- Estrategia de captación de fondos
- Diagnóstico del modelo de afiliación y cuotas y elaboración de propuesta
- Estrategia de mercadeo de servicios
- Estrategia de comunicación, relaciones públicas y manejo de imagen corporativa de las cámaras
- Estudio y propuestas de conectividad del turismo intrarregional.

4.8. OTROS TEMAS DE INTERÉS ESTRATÉGICOS PARA EL CCT.

Facilitación migratoria

Seguridad

Política Aérea

Plan Puebla-Panamá (PPP)

Cuenta Satélite de Turismo

Ruta del Patrimonio Mundial

Red de Posadas Rurales

4.9. CARACTERÍSTICAS Y ALCANCES DE LA MARCA TURÍSTICA CENTROAMERICANA.

La Marca “Centroamérica tan pequeña ... tan grande”, responde a la voluntad y al esfuerzo de los siete países que integran la región: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, coordinados por la Secretaría Técnica del CCT / Dirección de Turismo de la SG-SICA y apoyados con fondos del gobierno de Alemania a través de FODESTUR (Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica), proyecto promovido por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

Centroamérica es, de manera natural, un multidestino con rasgos únicos y diferentes: Su exuberante naturaleza tropical, en la que se juntan paisajes de una belleza indescriptible, con una fauna y una flora de inmensa variedad. Su riqueza cultural, suma de las civilizaciones precolombinas y coloniales y sus tesoros patrimoniales, junto con la calidez y hospitalidad.

La Marca incluye: el símbolo en espiral, presente en las diversas culturas indígenas de la región; sus colores: representando el calor de su pueblo, el sol, sus dos océanos y la vegetación del istmo; su leyenda: el reflejo del posicionamiento comunicacional de Centroamérica: “No hay otro destino turístico en el mundo con tal variedad de experiencias vitales, auténticas en un espacio tan pequeño como Centroamérica”. Y esta ha sido diseñada en distintos idiomas.



La Marca Centroamérica está registrada en cada uno de los países de la región centroamericana a favor de los ministerios e institutos de turismo y en la Unión Europea a favor de CATA, La Marca aparece en todos los materiales regionales de promoción y posicionamiento lo que está contribuyendo a su reconocimiento en la región y a nivel internacional, aspecto muy positivo para el posicionamiento de la región centroamericana en el turismo internacional, pues cabe mencionar que una marca mundialmente reconocida es sinónimo de calidad, seguridad y prestigio.⁴²

4.10. LAS RUTAS TURÍSTICAS REGIONALES.

Dentro del área de planificación turística y desarrollo de productos regionales, se elaboró un diagnóstico y un plan de acción para determinar la viabilidad y desarrollo de Rutas Regionales en Centroamérica que fuesen capaz de integrar productos comunes en cada uno de los países. Para tal caso se consideró la riqueza y el potencial turístico que posee la región, entre lo que destaca una amplia gama de recursos culturales y una biodiversidad natural grandiosa.

Cultura:

- 15 sitios Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- Vestigios arqueológicos muy importantes heredados de las culturas (Maya, Tolteca y Olmeca)
- Culturas vivas
- Ciudades Coloniales y diversidad cultural.
- Naturaleza:
- 554 aéreas protegidas, que ocupan el 25% del territorio de la región.
- Bellas y variadas playas en ambos litorales (Pacífico y Caribe)

⁴² www.visitcentroamerica.com

- Una maravillosa cordillera volcánica, en la cual se encuentran varios activos.
- Clima favorable
- El 10% de la Biodiversidad del mundo.

Todos estos aspectos sumados al desarrollo de infraestructura física y de transporte, con la que ya cuenta la región, hacen de C.A. un destino turístico con un amplio y atractivo potencial, que permite claramente desarrollar una oferta de turismo multidestino.

En el año 2007 la labor del CCT a través de su Secretaría Técnica, se concentró en la ejecución de programas y actividades contempladas en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico que se elaboró en el año 2003; con el apoyo de PAIRCA/SG-SICA/DITUR, entre otros se llevó a cabo el diagnóstico y diseño de las Rutas Regionales de Centroamérica. Definiéndose las siguientes:

- Ruta colonial y de los Volcanes: Es un itinerario turístico creado para el disfrute de la diversidad cultural que encierran las ciudades y pueblos coloniales centroamericanos. La ruta tiene una composición flexible y se comercializa a partir de su estructura básica, aunque presenta extensiones que se adaptan al gusto de la demanda, está pensada como un paquete multidestino con una duración total de dos semanas. Esta ruta cuenta con un logo propio y materiales promocionales básicos, en el año 2007, en la primera reunión regional de touroperadores, se presentó el plan de comercialización de la ruta para la validación del material promocional y la marca, participaron 65 operadores regionales convocados por FEDECATUR, en coordinación con la Federación de Asociación Centroamericana de Operadores de Turismo (FACOT).

Con fondos aportados por la Cooperación Española, se señalizarán 53 nodos de la ruta principal, en aproximadamente 91 municipios, con un promedio de 265 señales viales, este es un proyecto que durará 8 meses.

- Ruta de sitios de Patrimonio Mundial de Centroamérica: Es un recorrido de carácter particular, que permite transitar los sitios arqueológicos de las antiguas civilizaciones que poblaron Centroamérica, al igual que las culturas precolombinas y afro-caribeñas,

también se incluyen algunas ciudades coloniales, fortificaciones construidas en el Caribe y aéreas naturales, todas enlistadas en el patrimonio mundial de la UNESCO. Esta ruta persigue atraer a los turistas más solidarios y conscientes del entorno en que se desarrolle la actividad turística.

Esta ruta requiere de al menos 21 días para realizarse, sin embargo se pueden hacer circuitos cortos, que pueden planificarse y ajustarse a la demanda en función del tiempo y preferencia. Está conformada por 15 sitios declarados patrimonios de la humanidad, distribuidos en los 7 países de la región.

- Red de Posadas Rurales. La cual no está contemplada como una Ruta Turística Regional, pero que si es pertinente destacarla como una iniciativa de gran relevancia en la coordinación del sector público-privado en la región y el apoyo de la cooperación internacional. En el 2003 la Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (SITCA), coordinó en forma conjunta con FEDECATUR un programa de visitas a la región por parte del funcionario del Gites de France (Programa de Posadas Rurales de Francia) con el fin de realizar presentaciones sobre su experiencia y la posible implementación de este programa en Centroamérica.
- En el 2006 el SITCA, realizó una reunión regional con la participación de FEDECATUR, en la que se tuvo como resultado un plan de acción para la implementación del programa francés de posadas rurales Gites de France en Centroamérica y los criterios que deben cumplir los empresarios para formar parte de este proyecto.
- En la reunión del CCT en octubre de 2007 en Costa Rica, se delega a FEDECATUR la coordinación de la Red de Posadas Rurales de Centroamérica, contando con apoyo del SITCA.
- En el 2007 con apoyo financiero de PAIRCA a través del Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa CENPROMYPE y el apoyo técnico de Gites de France se realizaron las siguientes actividades:
- Las Cámaras de Turismo identificaron las Posadas en cada país

- Se constituyó la Red con la participación de 50 Posadas como proyecto piloto
- Se sostuvo reunión en Managua con participación de cámaras nacionales de turismo, SITCA, CENPROMYPE y representantes de Posada de cada país.
- En febrero del 2008 se organizó el Encuentro Regional de Posadas Rurales donde se conformó la red regional y redes nacionales, analizándose el diagnóstico de las visitas de inspección realizadas por el experto francés.⁴³

4.11. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE CENTROAMÉRICA COMO UN MULTIDESTINO INTEGRADO, SOSTENIBLE Y DE ALTA CALIDAD COMPETITIVA.

En la actualidad C.A. se considera como un destino turístico emergente, con mucha perspectiva de establecerse dentro de los principales destinos receptivos del turismo mundial; prueba de esto es que durante el año 2005 se estableció como la subregión que más creció en el mercado internacional del turismo. A excepción de Belice, todos los destinos de la región crecieron con una tasa superior al 10% en comparación con el año anterior.

Una vez analizadas las tendencias internacionales y regionales del comportamiento del turismo e indicada las acciones y programas que se están desarrollando en la región, con la finalidad de posesionar en el mercado internacional a Centroamérica como multidestino atractivo y accesible, se destaca lo siguiente:

- Los productos turísticos que actualmente se comercializan en los mercados internacionales son adecuados en relación a las tendencias del turismo internacional, ya que están diseñados como multidestino y basados en los principios básicos de la sostenibilidad y la integración regional.
- El desarrollo del turismo regional, ha dado significativos pasos al lograr integrar los variados circuitos contemplados en las rutas turísticas regionales.

⁴³ www.sgsica.org/turismo. info@sgsica.org.
www.visitcentroamerica.com.

- La determinación mostrada por los Jefes de Estados de cada uno de los países que integran la región, al decidir dar prioridad al sector turismo e integrarlo en la realización y ejecución de un plan estratégico regional, ha sido muy positivo para los avances integracionistas de Centroamérica, aunque aún existan obstáculos.
- Se requiere de una mayor participación del sector empresarial y una mejor asesoría técnica, en relación al uso de la marca turística regional, muchas empresas aun estando dentro de FEDECATUR, siguen actuando de manera muy independiente y no la usan adecuadamente en la comercialización de sus productos, ni en el diseño de sus medios de publicidad.
- La orientación de los mercados de la industria turística internacional apuntan hacia los nichos especializados y para el caso de la región C.A. encontramos que el enfoque está acorde con el tipo de actividad turística que oferta la región, al igual la oferta está en armonía con el potencial natural y cultural que se posee; en un estudio realizado por operadores de turismo de la región se encontraron los siguientes datos en relación al tipo de cliente, la segmentación y la oferta que caracteriza a la oferta del mercado turístico de la región.

Según estudio realizado por la CATA en cuanto a la importancia del mercado europeo para Centroamérica, en cuanto a la labor de la Agencia, como principal responsable de la comercialización de la región multidestino en Centroamérica, se encontraron los siguientes resultados que son relevantes a este capítulo y para los cuales se sugieren algunas estrategias.

4.11.1. SEGMENTACIÓN DE OPERADORES TURÍSTICOS:

- **Cliente final** por operadores: dedican la mayor parte de sus esfuerzos y recursos a agencias de viajes, requiriéndose acciones con el cliente final para que demanden el producto.
- **Demanda muy concentrada:** un gran número de operadores, pero pocos trabajando plazas hacia Centroamérica.

- **Poca diferenciación de productos:** se copia rápidamente los productos entre ellos.
- Demanda **no marquista** del consumidor final.
- El producto puede convertirse en un **elemento diferenciador**. Por tipología de producto, por segmentación del cliente, por novedad de destino, por servicios o valores añadidos o por ofertas únicas.
- **Segmentación continúa** al consumidor e imagen de calidad: el operador especializado hace propuesta de viajes diferenciados por público.

Se necesita centrar más las actuaciones en la comercialización del multiproducto y potenciar el conocimiento de la marca; que sea el usuario quien verdaderamente un cliente de la agencia y no un touroperador de la empresa prestataria, sería lo ideal y aportaría mayores beneficios al posicionamiento de la marca y a los operadores de la región.

En relación a las actividades desempeñadas por la CATA, las cuales están aportando buenos beneficios al desarrollo del turismo regional, se considera que aún hay que desarrollar un mayor enfoque de mercado, comunicando el valor añadido que el multiproducto de C.A. pueda aportar al cliente, debe desarrollar un sistema de distribución que tenga en cuenta los factores psicológicos de sus clientes que tengan que ver con el patriotismo, el sentimiento hacia las empresas locales o regionales y debe además desarrollar una mayor relación social con su entorno inmediato.

Las personas que estén a cargo de la CATA, deberán transformarse en verdaderos especialistas y asesores de viajes, más que en expendedores de viajes a petición del cliente, lo que exige un conocimiento profundo de los productos.

Se debe pensar en establecer estrategias de mercado que contribuyan a aumentar la dimensión para obtener economías de escala, ya sea en compras, imagen, formación logística con proveedores etc... El crecimiento se puede conseguir por expansión, adquisición, franquicia, agrupación o desarrollo vertical.

4.11.2. ANÁLISIS DE LA INTERMEDIACIÓN, SEGÚN EL ESTUDIO REALIZADO.

- Intermediación es el **interlocutor directo con el cliente final**: es importante que estén bien formados. Poseen un poder de prescripción muy alto.
- No se demanda una marca de operador en concreto, solicita el **destino**. La intermediación decide el operador prioritario y el agente decide que ofrecer al cliente.
- El cliente es cada vez **más exigente**
- **No percibe diferenciación** en los productos ofrecidos por la agencia de viajes.
- Vacaciones generan **muy altas expectativas**. Cualquier fallo puede provocar rechazo.
- Los principales **destinos competencia** para Centroamérica son: Argentina, Brasil, México, República Dominicana, Perú y Tailandia.
- El 80% de los turistas europeos que hacen viajes de Larga Distancia se generan en **5** países; **España, Italia, Reino Unido, Alemania y Francia**, concentrándose en estos la estrategia regional de promoción de C.A.
- Concentración de la inversión de acciones comerciales y comunicacionales en estos mercados, llegando a un alto porcentaje de clientes potenciales.
- De estos países, se destacar la propensión de viaje a países latinos de los **ingleses y alemanes**, aunque son los **españoles** los que anualmente realizan más viajes a Centroamérica.
- Los turistas europeos por norma gastan más en sus vacaciones que los turistas norteamericanos, tanto en la oferta principal como en la oferta complementaria (gastronomía, obsequios, excursiones, etc.).
- Debido a la larga duración del viaje, la estadía de los europeos suele ser superior a la de los norteamericanos.

Estos resultados coinciden con la decisión de dirigir a Europa la estrategia regional de promoción turística, con el fin de captar importantes nichos de mercados a quienes les resultaría muy interesante las características del producto multidenstino que oferta la región centroamericana. Por tanto se sugiere que se debe trabajar un poco más las actuaciones centradas en el producto o servicio y fortalecer la estructura organizativa y de gestión, de todo el engranaje funcional de la integración turística en Centroamérica.

4.11.3. GRUPOS DE CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL ESTUDIO:

- Parejas
- Familiares adolescentes
- Individuales
- Grupos (varias familias, colectivos, jóvenes)
- Incentivos
- Familias con niños.

Nótese que los clientes potenciales según el estudio son muy diversos, ventaja que debe aprovecharse en el diseño diversificado y flexible de la oferta turística en la región, pues existe la posibilidad de captar varios nichos de mercados, pero se debe hacer un trabajo con mucha cautela y profesionalismo, para no defraudar las expectativas del cliente.

CAPITULO V. DIAGNÓSTICO DEL LA OFERTA DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL DESARROLLO DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. (FODA) BASADO EN LOS SIGUIENTES CRITERIOS (INTEGRACIÓN, SOSTENIBILIDAD, COMPETITIVIDAD, VIABILIDAD, EFECTIVIDAD)

<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
<p>1. Centroamérica es un territorio con gran riqueza histórica, cultural y natural, en un territorio relativamente pequeño, lo que la hace ser un destino turístico atractivo y joven en el mercado internacional.</p>	<p>1. La limitada conectividad aérea, que existe entre C.A. y Europa desincentiva el transporte de turistas hacia esta región.</p>
<p>2. La conectividad aérea hace de C.A. un puente de comunicación entre Sudamérica, Norteamérica y el Caribe.</p>	<p>2. Las medidas de seguridad no son uniformes en todos los aeropuertos y puestos fronterizos de la región.</p>
<p>3. Todos los países de la región cuentan con una infraestructura de transporte aéreo moderna y funcional.</p>	<p>3. La señalización turística en las carreteras no es óptima en todos los casos y las viabilidades no tiene la misma reglamentación en los siete países, aunque exista un manual de señalización vial de SIECA, no todos los países cumplen.</p>
<p>4. El posicionamiento del grupo Taca y Copa en América como una línea aérea regional favorece el tránsito aéreo y también pertenece a un país de la región.</p>	<p>4. La señalización turística es poca en la mayoría de los países.</p>
<p>5. El trabajo realizado por los órganos responsables del turismo en la región, ha logrado establecer un alto grado de cultura turística en sus pobladores.</p>	<p>5. No todos los países de la región se integran en la totalidad de planes y proyectos de desarrollo turístico regional.</p>
<p>6. Aprovechamiento de los sistemas audiovisuales de los aeropuertos internacionales, es positivo para</p>	<p>6. Falta de armonización de las políticas turísticas en la región.</p>
	<p>7. El avance en las áreas de integración y competitividad regional es aún lento.</p>

<p>promocionar los productos turísticos de la región C.A.</p> <p>7. El fortalecimiento de la institucionalidad regional, dio un gran paso al unificar las secretarías de la integración centroamericana en una sola con sede única en San Salvador el (SICA).</p> <p>8. La modernización del SITCA y la puesta en marcha de un plan de acción regional en materia de Turismo.</p> <p>9. La participación del sector privado turístico para abordar los mercados de Asia y Europa, en coordinación con la CATA y el CCT.</p> <p>10. La Existencia de una marca turística centroamericana para la promoción de la región como un multidesino.</p> <p>11. La creación de la CATA, ha favorecido la promoción de C.A. como bloque en mercados turísticos inclinados hacia el multidesino.</p> <p>12. El diseño y comercialización de dos rutas turísticas regionales y el establecimiento de una Red de Posadas Rurales Centroamericanas.</p> <p>13. Se ha trabajado arduamente en materia de comunicación turística. Algo a destacar</p>	<p>8. El tema de la calidad es aún un punto débil en la mayoría de los países de la región, muchas veces debido a la inexperiencia y la falta de formación profesional en el sector.</p> <p>9. El desarrollo turístico en la región no es auto sostenible en su totalidad, pues algunos proyectos de desarrollo dependen en cierta medida de la cooperación externa.</p> <p>10. Los acuerdos centroamericanos de la integración, suelen ser excesivamente ambiciosos y complejos, lo que dificulta en gran medida la viabilidad del avance integracionista de la región. Esto no se aplica directamente en el campo del turismo, pero sí afectan otros procesos de integración que indirectamente afectan al turismo; por ejemplo: en que no todos los países integran el CA-4.</p> <p>11. No existe una misma tasa de cambio en relación al dólar ya que las monedas locales no son las mismas.</p> <p>12. Aún no existe claramente establecidas las formas de negociación que establecerán los tour-operadores regionales que comercializaran y operaran las rutas turísticas regionales establecidas.</p>
---	--

es la Red GPN y la Red de Empresas Turísticas de Centroamérica (RETCA), estructurada por el SICA con el apoyo financiero de la Cooperación del Gobierno de Suiza (COSUDE), para conformar una plataforma de comunicación con base en internet.

14. El diseño abundante de materiales de promoción y publicidad turística regional.

15. La capacitación y asesoramiento técnico a las PYMES Turísticas Regionales.

16. FEDECATUR, quien es la máxima representación del sector privado en materia de turismo, tiene Voz, en el CCT, que es un Consejo ministerial

17. Con poco presupuesto se han logrado varios avances en mercados de larga distancia, en relación a la promoción del multidestino que ha hecho la CATA, lo muestran los incrementos en números de turistas visitando la región.

18. La facilitación migratoria en los países miembros del CA-4, donde los turistas provenientes de esta sub-región ya no requieren de pasaporte y los trámites aduaneros se han visto reducidos considerablemente. Adicionalmente,

13. Falta de competitividad de algunos productos turísticos, en relación a la calidad-precio.

14. En algunos países aún se carece de inversión en infraestructura complementaria de servicios para la optima realización de la actividad turística

<p>existe una lista de 80 países que ya no requieren de visa para circular por los países miembros del CA-4.</p> <p>19. Los países se han puesto de acuerdo en un listado de productos primarios y secundarios, con los cuales se promocionen a través de su estrategia regional, para que los productos sean complementarios y no repetitivos.</p>	
<p align="center"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevas alianzas comerciales del grupo TACA con Europa. 2. Aprovechar las líneas aéreas regionales para crear un pasaporte de descuento o programa de incentivo para extranjeros viajando en C.A.y que se le de amplia difusión. 3. Creación y promoción de vuelos directos entre ciudades europeas y C.A. 4. Incremento de vuelos chárter conforme se incremente el desarrollo de productos, enfocados a nichos de mercados europeos 	<p align="center"><u>AMENAZAS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las asimetrías existentes entre los distintos países de la región centroamericana, en materia de educación, economía, infraestructura de servicios y calidad de vida, representan una gran amenaza a los procesos de integración, ya que en algunos caso. no hay voluntad política. 2. La inestabilidad política y la violación a la democracia en algunos países de la región 3 La falta de consenso entre las entidades políticas responsable del desarrollo

y norteamericanos.	integracionista en la región
5. Hacer acuerdos regionales para la estandarización de seguridad en los aeropuertos y las fronteras. La Comisión de Seguridad de Centroamérica aprobó recientemente una propuesta presentada por el CCT de Sistema de Seguridad Turística de Centroamérica, que incluye seguridad al turista en varios ámbitos.	4 La falta de que los gobiernos regionales no declaren al turismo como una política de estado. Esto no es cierto.
7. Posicionar a la región C.A. como un multidestino atractivo, accesible y seguro en el mercado internacional del turismo.	5. Altos niveles de inseguridad al momento de viajar hacia algunos destinos.
8. Acelerar y reforzar los planes de gobierno dirigidos a fortalecer la seguridad y la democracia en la región.	6. La debilidad en la efectiva funcionalidad organizaciones gremiales.
9. Mejorar la imagen y percepción de la región C.A. ante el mundo.	7. La pérdida de la biodiversidad.
10. Vincular y complementar las legislaciones en materia de turismo y actividades económicas regionales.	8. La pérdida de la identidad cultural, producto de la globalización.
13. Existen avances significativos en materia de legislación de fomento al turismo	9. El terrorismo y las guerrillas.
14. Existe un proyecto en marcha a raíz de la firma de convenio con FEDECATUR a partir de junio del 2008, que impulsará la	

práctica del turismo inter-regional.

15. La homologación de registros estadísticos en las fronteras de los países del CA-4, representa una oportunidad para contabilizar y llevar un buen registro de los flujos turísticos vía terrestre.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES:

Es meritorio señalar que la región centroamericana, parece haber encontrado en el turismo un importante factor promotor de desarrollo y un bastión en el proceso de la integración centroamericana.

En la realización de esta investigación documental se consiguió cumplir con los objetivos propuestos y finalmente se logró copilar una multiplicidad de información, que nos sirven para diversos propósitos, en el proceso del análisis e interpretación del desarrollo del turismo multidestino en el marco del proceso de la Integración Regional Centroamericana.

El método utilizado permitió hacer un análisis comparativo y global para tener una visión más amplia de todo el engranaje de los procesos de integración regional y el comportamiento de los flujos turísticos internacionales, para poder así mismo discernir entre los aspectos que fortalecen el desarrollo de ambos procesos y a la vez identificar los obstáculos que aún están atrasando el desarrollo en la región.

Es muy importante señalar que el fortalecimiento de la institucionalidad de los órganos regionales, ha demostrado tener gran relevancia en los cuantiosos pasos que se han realizado en materia de desarrollo turístico en la región; pues nótese que hay un fuerte intento por dotar a la región de un nuevo marco filosófico y operativo de integración, que se identifican claramente en las Declaraciones Presidenciales de las Cumbre realizadas en las últimas décadas. Sin embargo hay que señalar que tanto en las Declaraciones Presidenciales y en los Tratados hay algunas debilidades que obstaculizan la funcionalidad y cumplimiento exhaustivo de lo acordado.

A pesar de que la integración centroamericana ha enfatizado que el aspecto económico, las condiciones sociales, políticas y ambientales de la región son fundamentales para entender el problema del sub-desarrollo; los instrumentos creados y los Jefes de Estado aún parecen tomar poca conciencia en todas estas dimensiones del proceso y continua predominando la segmentación de los estados marcadas por los conceptos de soberanía y nacionalismo, que en muchos casos influye negativamente hasta el punto de afectar a la democracia. En este

tema es especialmente importante establecer políticas comunes y hacer planes conjuntos en muchas otras áreas más que permitirán el desarrollo económico equitativo de los centroamericanos y permitirán avanzar hacia otro nivel más del proceso integracionista, que queramos o no aceptar es un hecho y renunciar a ello puede significar un retroceso muy lamentable en todos los sentidos a los múltiples avances que se han logrado realizar en la región centroamericana.

El trabajo realizado por el CCT, en coordinación con el sector privado turístico ha fortalecido el proceso de integración turística regional y ha beneficiado en gran medida los avances en la promoción y divulgación de las características del multiproducto regional, que se ha dado a conocer bajo la protección de una marca turística centroamericana, que se está promocionando en el mercado internacional a través de la Agencia de Promoción Turística Centroamericana (CATA).

El establecimiento de una marca turística centroamericana contribuye a:

La Competitividad en los mercados internacionales

La Imagen, pues se ve a Centroamérica como un destino confiable y responsable con la sostenibilidad.

La Seguridad, aspecto muy relevante al momento de elegir un destino turístico.

La Comercialización, es una ventaja ya que venderse como bloque es más económico y efectivo.

La Promoción conjunta da mayor fuerza y eficacia.

Una Marca significa mejor organización, maximización de los recursos económicos para su comercialización y una mejor imagen que dará mejor competencia ante los destinos de mayor demanda mundial.

Todos los avances que se han desarrollado en materia de integración turística, contribuyen en la agilización del proceso de integración en su totalidad, ya que cada país debe ir reformando sus políticas económicas, aduaneras, migratorias y de jurisprudencia para que la oferta multidestino logre ser competitiva.

Aunque el proceso de comercialización de las rutas regionales esté claro en teoría, este se vuelve un poco lento en la práctica, al hacer la coordinación entre el sector público y el privado y al lograr productos concretos entre tour-operadores; pues cada uno de los sectores juega por separado un rol distinto. El sector público se encarga de la promoción del destino en forma conjunta hasta cierto punto con el sector privado y con apoyo de cooperación, quienes en este caso sirven de asesores, para realizar los estudios y las propuestas regionales de las rutas y la responsabilidad de ofrecer paquetes y productos ya estructurados, queda en manos únicamente del sector privado, quien previamente se ha valido de la promoción hecha por el sector público, particularmente en materiales, presentaciones, suvenires, entre otros; a mi juicio los operadores estructuran paquetes solo de carácter bi-nacional y regional propiamente.

RETOS:

Aún existen muchos retos que tendrán que enfrentarse en el arduo proceso integracionista, sin embargo lo importante es continuar avanzando, hasta lograr finalmente convertir a Centroamérica en una región fuerte económica, social y políticamente; en hacer de esta región destino seguro y en paz para todos los ciudadanos y visitantes. Finalmente establecerse como un multidestino de mucho interés e importancia en el mercado turístico internacional. A continuación se indican algunos aspectos pendientes.

- Avanzar gradual y continuadamente en el proceso de integración turística regional.
- Fomentar el desarrollo turístico sostenible, que comprende la preservación del patrimonio cultural y natural, la participación de comunidades y el fortalecimiento del sector turístico privado.
- Consolidar el destino turístico centroamericano como multiproducto, que combine naturaleza, cultura, circuitos y rutas regionales.
- Establecer acciones estratégicas de integración de corto plazo.
- Accesibilidad y conectividad en términos de:
 - infraestructura

- conexiones
- Incrementar el presupuesto de promoción
- Mejorar el acceso a financiamiento de MIPYMES Turísticas
- Fortalecimiento institucional de FEDECATUR y cada una de sus cámaras, para que puedan tener igual o mayor incidencia en las políticas y decisiones de la industria turística.

BIBLIOGRAFÍA.

FUENTES PRIMARIAS:

- Carta de San Salvador, 1951.
- Declaración de Esquipulas I, Guatemala, 1986.
- Declaración de Antigua de 15, 16 y 17 de junio, 1990.
- Declaración de San Salvador, junio de 1991.
- Declaración de Tegucigalpa 12 y 13 de diciembre de 1991
- Arto. 1. Protocolo de Guatemala, 29 de octubre de 1993.
- Arto. 12 Protocolo de Tegucigalpa.
- Arto. 15 Protocolo de Tegucigalpa

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) y Secretaría Permanente del Consejo Superior de Universidades (SP. CSUCA), El Libro de Centroamérica. Un Instrumento de los Pueblos., 1era.ed., San José, C.R. 1999.
- CATEORA PHILIP.R. y GRAHAM JHON.L., Marketing Internacional, duodécima. ed., editorial. Mc Graw-Hill Interamericana, México, D, F., 2006, 698 pp.
- DOMINICK, JOSEPH R. La Dinámica de la Comunicación Masiva. Los medios en la era digital., 8va. ed, Editorial Mc Graw-Hill Interamericana, México, D.F. 2006, 512pp.
- OCÉANO. Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes, 1era. ed, Editorial Océano, España, 2000, 600 pp.

- COMISIÓN EUROPEA, El Funcionamiento de la Unión Europea. Guía de ciudadanos sobre las instituciones de la unión europea. Luxemburgo: oficinas de publicaciones oficiales de las Comunidades Europeas. 2006-50pp. ISBN 92-894-9520-0
- COMISIÓN EUROPEA, Doce Lecciones sobre Europa, Serie: Documentación europea, 2003-62pp. ISBN 92-894-6779-7.
- ROUQUAYROL GUILLEMETTE L. y HERRERO VILLA S. Guía Sobre la Cooperación Unión Europea-América Latina. ED. Asociación CEFICAL, Ley 1901 (Francia), n.3, 2007-92 pp.
- SERRANO, A. et.al. PARANINFO, “Revista del Instituto de Ciencias del Hombre, Rafael Heliodoro Valle.”n. 23, año 12 (2003), 31-53 pp.
- SCHLUTER, REGINA G. et.al. “Estudios y Perspectivas en Turismo.” CIET, n.4, (2006),327-347, (Vol.XV).
- LÓPEZ RAMÍREZ,A. “Integración y Turismo en América Central: Hacia una nueva visión regional”. 1era. ed., San José C.R. CEMEDE, 2005, 72pp.
- VILLALTA, A.E. “Resumen de los antecedentes de la integración centroamericana”. Material didáctico para los estudiantes de la II Maestría en Integración Regional, León, Nicaragua, 2006.
- HERRANTE, A. “La unión de Centroamérica”, Guatemala 1964.
- SG-SICA y CEPAL, “La Integración de Centroamérica. Beneficios y Costos”, 2004.
- SICA Y SITCA. “Plan de Acción en Materia de Turismo. XXII Cumbre de Jefes de Estados y de Gobierno de Centroamérica”, 12 de diciembre del 2002.
- CCT-DITUR. Estrategia Regional de Integración y Desarrollo Turístico de Centroamérica. 2007.
- SICA/ANT/AECI. “Manual Regional de Cultura Turística”. N° de ejemplares, 30,000. Ed. Casa Barak, El Salvador, 2007.

- SITCA/CCT/DITUR. “Boletín de Estadísticas Turísticas de Centroamérica 2002-2006,” (2008).
- CCT/SG-SICA. “Memoria de Labores, año 2007”. Enero del 2008.

FUENTES ELECTRÓNICAS.

- <http://www.sgsica.int>.
- <http://www.sgsica.int/cct>
- <http://www.diturnet.org>
- <http://www.oit.or.cr/mdtsanjo/actrav/integ-ac/final.htm>
- <http://www.europa.eu.int/comm/publications>
- http://www.europa.eu.int/aur-lex/es/tetries/dat/EU_consol.htm
- http://www.europa.e.int/eur-lex/essearch/teatries_other.htm
- http://www.ec.europa.eu/external_relations/andean/doc/trio_sum06_99.htm.
- <http://www.adb.org/intal/tratados/mcca>.
- <http://www.sg.sica.org/turismo>.
- <http://www.visitcentroamerica.com>.
- <http://www.sica.int/cct>.

ANEXOS:

DOCUMENTOS ANEXOS

ANEXO 1.NOTICIAS ALENTADORAS

AUMENTA EL NÚMERO DE VISITANTES A CENTROAMÉRICA DURANTE LA SEMANA SANTA

- **El número de turistas hacia Centroamérica ha incrementado respecto al mismo periodo vacacional del año anterior.**
- **La diversidad de productos turísticos culturales, naturales, sus cálidas playas, la aventura y la fusión de la modernidad con culturas ancestrales.**

Madrid - Datos preliminares indican que el número de turistas hacia Centroamérica ha incrementado respecto al mismo periodo vacacional del año anterior.

En El Salvador, el Ministro de Turismo, Rubén Rochi declaró que El Salvador recibió un total de 59.340 visitantes en Semana Santa de 2008 vía aérea y terrestre. De acuerdo con el presidente del Comité de Desarrollo Turístico y el gerente del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) el producto más demandado fue el de sol y playa, lugares como la Costa del Sol, se estima que más de 20 mil personas han visitado la playa; el Puerto de La Libertad, a unos 12 kilómetros de esta capital y Los Chorros, ubicado en el departamento de La Libertad. Estos datos supusieron una entrada de 20 millones de dólares en entrada de divisas en el país.

Los representantes de pequeños y grandes hoteles de playa y de montaña en El Salvador informaron que hasta el martes 18 de marzo, el 95% de las habitaciones estaban reservadas. Hubo un 17.5% de incremento de llegadas en comparación con la Semana Santa del año anterior, y se ha registrado una reducción del 24.2% en salidas del país.

En el caso de Guatemala las previsiones del INGUAT apuntan que durante el periodo de Semana Santa, habrán visitado el país 43.000 turistas extranjeros, 3.000 visitantes más que el año anterior, donde se disfruta de la gran intensidad con la que se vive la Semana Santa en ciudades como La Antigua.

Según los datos ofrecidos por la Dirección general de Migración y Extranjería de Nicaragua, se estima que el total de 107.190 personas visitaron Nicaragua durante la Semana Santa, de los cuales 54.092 son de nacionalidad extranjera, siendo las playas del Pacífico las más visitadas del país. En el Aeropuerto Internacional Augusto C. Sandino, de Managua, capital de Nicaragua se registraron, en el mismo periodo, casi 30.000 personas.

Honduras ha registrado una actividad económica importante, se estima que el número de extranjeros que han visitado el país ronda las 70.000 personas, siendo las ruinas de Copán y las playas del Caribe los sitios preferidos donde pasar las vacaciones.

Las bellezas de Centroamérica y su diversidad de oferta turística continúan aumentando la recepción de turismo. La promoción europea conjunta bajo la marca “Centroamérica tan pequeña, tan grande” llevada a cabo por la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) está logrando un fuerte posicionamiento y aumentos en las visitas como en este periodo de Semana Santa.

CATA – Agencia de Promoción Turística de Centroamérica

Calle Capitán Haya No. 56, 6o. "A" 28020 Madrid, España Tel. (34) 91 572 08 54 - Fax (34) 91 571 62 57

comunidad@visitcentroamerica.com - www.visitcentroamerica.com [Aviso Legal](#) | [Condiciones de Uso](#)

ANEXO 2. NOTICIAS ALENTADORAS

EL TURÍSTA MUNDIAL RECONOCE CENTROAMÉRICA COMO DESTINO

- **Se estima que durante el periodo de Semana Santa se incrementarán entre el 10 y el 20% el número de viajeros hacia la región centroamericana.**
- **La aerolínea TACA declara que para la temporada de Semana Santa, los viajeros hacia los países centroamericanos ya han realizado sus compras para volar durante este período vacacional.**

Madrid - Durante el periodo de Semana Santa, Centroamérica prevé que el número de turistas que visitarán la región se incrementará entre un 10 y un 20% más que en el mismo periodo del año anterior.

Según declaraciones ofrecidas por la Directora de Comunicaciones de TACA, Claudia Arenas en cada país se ha registrado una subida en la llegada de turistas, informó que “hay un incremento del 14% de viajeros entrando a Costa Rica, respecto de la misma temporada durante el 2007. Éste año se esperan aproximadamente 17,000 pasajeros ingresando al país.”

Hacia El Salvador, país repleto de riquezas naturales y restos de la ciudad colonial viajarán un 12% más que el año pasado en Semana Santa, para 2008 se espera que ingresen 18,000 pasajeros en el país.

En el caso de Guatemala; TACA reporta un incremento del 10% de viajeros respecto de la misma temporada del 2007, se prevé que este año lleguen entorno a 13,000 pasajeros al país. En Guatemala predomina el interés por la arqueología Maya, el turismo religioso y su sincretismo, la cultura indígena ancestral viva, que contrasta con las ciudades y monumentos coloniales y modernos.

Respecto a Honduras, recoge un aumento muy exitoso con un 19% más de viajeros entrando al país en comparación con la misma temporada en 2007. Éste año se espera que ingresen aproximadamente 10,000 visitantes deseosos de conocer la cultura Maya en Copán y realizar diversas actividades de aventura.

En Nicaragua, se ha registrado una subida del 15 % de turistas que recibirá según datos ofrecidos por la aerolínea centroamericana TACA. Las ciudades coloniales y la diversa oferta de aventura del país favorecen las previsiones de que lleguen unos 7,000 pasajeros a la región.

La variedad cultural, su vasta vegetación y sus cálidas playas hacen de estos países un paraíso que aún se desconoce. Es un destino tanto para aventureros como para amantes de bienes Patrimonio de la Humanidad, bien sean naturales como culturales.

Las bellezas de Centroamérica y su diversidad de oferta turística continúan aumentando la recepción de turismo anual. La promoción europea llevada a cabo por la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) ha conseguido unos resultados muy positivos durante el 2007, y siguen incrementándose durante 2008. La promoción conjunta bajo la marca “Centroamérica tan pequeña, tan grande” está logrando un fuerte posicionamiento.

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

CATA – Agencia de Promoción Turística de Centroamérica

Calle Capitán Haya No. 56, 6o. "A" 28020 Madrid, España Tel. (34) 91 572 08 54 - Fax (34) 91 571 62 57

comunidad@visitcentroamerica.com - www.visitcentroamerica.com [Aviso Legal](#) | [Condiciones de Uso](#)

ANEXO3. ESTADÍSTICAS.

2007			
País	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)
<u>Belice</u>	879,000	n/d	n/d
<u>Costa Rica</u>	1,935,000	289,000	1,919.9
<u>El Salvador</u> H	1,069,000	322,000	744.9
<u>Guatemala</u> G	1,585,000	42,000	965.4
<u>Honduras</u> P	831,000	513,000	524.7
<u>Nicaragua</u>	800,000	178,000	188.8 H
<u>Panamá</u>	852,000	545,000	n/d
Total	7,952,000	1,890,000	4,343.7

Fuente:

G: Cifras de enero a octubre del 2007
 W: Cifra de enero a septiembre de 2007
 H: Cifra calculada al mes de septiembre de 2007
 P: Cifra preliminar

2006			
País	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)
<u>Belice</u>	247,325	655,929	166.0

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

<u>Costa Rica</u>		1,725,261	345,646	1,629.3
<u>El Salvador</u>		1,257,952	222,434	870.67
<u>Guatemala</u>		1,481,547	20,522	1,012.0
<u>Honduras</u>		738,667	397,689	474.4
<u>Nicaragua</u>		773,398	125,301	239.0
<u>Panamá</u>		718,069	459,093	1,270.0
Total		6,942,219	2,226,614	5,661.3

2005			
País	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)
<u>Belice</u>	236,573	800,331	174.7
<u>Costa Rica *</u>	1,659,167	255,336	1,551.3
<u>El Salvador</u>	1,154,386	179,044	644.21
<u>Guatemala</u>	1,297,671	17,975	868.8
<u>Honduras</u>	673,035	444,610	407.6
<u>Nicaragua</u>	712,444	91,489	207.0
<u>Panamá</u>	661,401	405,375	971.0
Total	6,394,677	2,194,160	4,824.6

* El dato de excursionistas corresponde a los meses de enero a noviembre de 2005

2004			
País	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

<u>Belice</u>		230,848	851,436	172.7
<u>Costa Rica</u>		1,437,098	318,103	1,342.6
<u>El Salvador</u>		966,416	78,509	424.73
<u>Guatemala</u>		1,181,526	22,454	770.1
<u>Honduras</u>		640,981	384,539	390.7
<u>Nicaragua</u>		614,782	3,086	166.7
<u>Panamá</u>		621,304	382,903	906.0
Total		5,692,955	2,041,030	4,173.5

2003			
Pais	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)
<u>Belice</u>	220,574	575,295	155.7
<u>Costa Rica</u>	1,238,692	275,585	1199.4
<u>El Salvador</u>	857,378	78,021	373
<u>Guatemala</u>	880,223	19,254	599.7
<u>Honduras</u>	610,535	276,076	363.4
<u>Nicaragua</u>	525,775	5,652	151.8
<u>Panamá</u>	565,993	331,054	805
Total	4,899,170	1,560,937	3647.96

2002

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

País	Turistas	Excursionistas	Divisas (en millones US\$)
Belice	199,521	319,690	132.8
Costa Rica	1,113,359	222,496	1078
El Salvador	950,597	86,504	342.21
Guatemala	884,190	6,430	612.2
Honduras	549,500	238,605	304.8
Nicaragua	471,622	2,123	116.4
Panamá	533,503	266,658	678.8
Total	4,702,292	1,142,506	3265.21

- [Cifras de Turistas en Centroamérica por nacionalidad 2000- 2005](#)
- [Cifras de Turistas en Centroamérica 2000-2004](#)
- [Cifras de Turistas en Centroamérica 2000-2006](#)

En 1965, durante la 1ª Conferencia Extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador entre el 29 de marzo y el 2 de abril, se acuerda bajo la resolución VI crear el Consejo Centroamericano de Turismo (**CCT**) como un órgano subsidiario de la Organización de Estados Centroamericanos integrado por Directores y Gerentes de organismos oficiales de turismo de cada uno de los países de Centroamérica.

En la misma Resolución VI se establece que el **CCT** tendría una oficina permanente que se denominará Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).

Tomando en cuenta que la República de Panamá no había sido incorporada formalmente, en junio de 1966 se firmó el protocolo de ingreso a los Organos Subsidiarios de la Organización de Estados Centroamericanos, con el cual comienza Panamá a gozar de los mismos derechos y las mismas obligaciones de los demás Estados miembros.

En mayo de 1996 se marcó un hito muy importante para el desarrollo del turismo en Centroamérica al realizarse la **XVIII Reunión Ordinaria de Presidentes de Centroamérica** en Montelimar, donde se declaró al turismo como sector estratégico y prioritario para el desarrollo regional y se orientó una serie de acciones en el campo de la promoción, la facilitación, legislación, incentivos a la inversión, cooperación con el sector privado, entre otras, tendientes a impulsar su desarrollo de cara al siglo XXI.

ANEXO. 4. PLAN ESTRATÉGICO.

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica

Definición de las áreas estratégicas prioritarias para la gestión 2005-2006 y formulación de indicadores

Proyecto/Actividad	Resultados 2008	Indicadores	Cooperante
---------------------------	------------------------	--------------------	-------------------

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

Resultados			
SIG	<ul style="list-style-type: none"> Unidad SIG ANT apoyada. Modelo de datos implementado. Reportes y mapas generados. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de equipos y software entregados. Informe trimestral de aplicación. Informe de productos. 	AECI
Ruta del Patrimonio Mundial	<ul style="list-style-type: none"> 4 sitios apoyados en puesta en valor. 4 planes de apoyo a sitios. Cooperación gestionada para señalización y promoción 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de misión de expertos franceses a 4 sitios. Propuesta de apoyo por sitio. 	Ministerio Turismo Francia y UNESCO
Red de Posadas Rurales	<ul style="list-style-type: none"> Red formada Capacitación a posadas por Gites de France. Apoyo a FEDECATUR en cobertura a MIPES 	<ul style="list-style-type: none"> 50 posadas participantes. Informe de creación de red. Informe de curso de capacitación. Informe de ejecución de plan anual de la Red. 	PAIRCA-CENPROMYPE CCCAC
Formulación de Proyectos de Inversión	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación de MIPYMES en formulación de proyectos bancables y acceso a financiamiento. Difusión de oportunidades de financiamiento a través de guía. Programa de nuevo servicio a través de FEDECATUR. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de 7 seminarios a MIPYMES. Informe sobre 7 seminarios de formación de formadores. Guía elaborada. 3 perfiles de inversión para gestión por país. Informe de FEDECATUR sobre continuidad. 	AECI
Programa de Cultura Turística	<ul style="list-style-type: none"> Fin de seminarios nacionales programados en el 2007. 630 capacitados. Aplicación y difusión del manual regional. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de cada Taller. Informe de seguimiento por ANT 	AECI
Estrategia Regional de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en las comunicaciones a través de estrategia con apoyo de TOURCOM. Fortalecimiento de 	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia aprobada. Informe sobre acciones realizadas 	PAIRCA

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

	TOURCOM		
Planificación Estratégica Post Grado UPV 2 años	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación de 17 funcionarios, fortaleciendo gerencias de planificación de ANT. 	<ul style="list-style-type: none"> 2 cursos presenciales y curso en línea. 60% ejecución 	AECI
Gestión de Destinos Turísticos Locales: Curso UPV 2 años	<ul style="list-style-type: none"> Formación de 23 actores (ANT y municipios Ruta Colonial). Apoyo en gestión de la ruta. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe 2 cursos presenciales y curso en línea. 60% ejecución 	AECI
Programa de Calidad Turística 2 años	<ul style="list-style-type: none"> Mejores prácticas identificadas. 41 formadores capacitados. Mínimo de 200 MIPYMES capacitadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe 2 cursos presenciales y curso en línea. Informe de diagnóstico. 	AECI
Ruta Colonial y Los Volcanes: Señalización 8 meses	<ul style="list-style-type: none"> Señalización de la Ruta en 53 nodos, con carteles de acogida y direccionales. enetración de imagen y alcance regional de la Ruta 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de plan. Manual aprobado. 53 nodos señalizados. 91 municipios incluidos. 100% señales instaladas. 3 informes trimestrales 	AECI
Levantamiento de Movimientos Turísticos CA-4 14 Meses	<ul style="list-style-type: none"> Ejecución de modelo en fronteras terrestres y aeropuertos de 4 países, (esquema español), a realizarse por ARALDI. Metodología homologada 	<ul style="list-style-type: none"> Informes mensuales. Informe de capacitación. Informe de aplicación de software. 	AECI
Red de Comunicación GPN 2 años	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en la comunicación entre sector privado y público. Mejora de comunicación entre FEDECATUR, cámaras miembros y afiliados. 2 redes operando (GPN y RETCA). Atención y 	<ul style="list-style-type: none"> 12 informes mensuales de 2 redes. 4 informes trimestrales 400 afiliados en ambas redes. Informes de evaluación semestral. 2 boletines semestrales 	COSUDE

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

	seguimiento de casos regionales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estimado de 80 casos atendidos. ▪ 2 visitas de seguimiento a cada país. 	
--	----------------------------------	--	--

Plan de Fortalecimiento Institucional

Proyecto/Actividad Resultados	Resultados 2008	Indicadores	Cooperante
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sector Privado (FEDECATUR y cámaras) 2 años. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortalecimiento de FEDECATUR: mejor organización y planificación; mayor número de afiliados; adaptación de actividades y servicios en base a necesidades de miembros; captación de recursos para sostenibilidad. ▪ Fortalecimiento institucional de cámaras. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 50% ejecución plan. ▪ Informes mensuales de avances. ▪ 2 promotores contratados por país para membresía. ▪ Eventos apoyados y equipo proporcionado. 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sector Público: ANT, CATA, ST 2 años. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortalecimiento de CATA: estudios, desarrollo organizacional y estrategias. ▪ Apoyo a instancias regionales en función de prioridades. ▪ Actualización del plan estratégico regional Apoyo a estrategia de promoción y mercadeo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsable de proyecto contratado. ▪ 50% ejecución del plan. ▪ 12 informes mensuales de ejecución. ▪ Estudio de imagen finalizado. 	
Programa de Capacitación de Promoción y Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asesoría técnica y capacitación a cada país, según demandas. ▪ Mejora de conocimientos en promoción y mercadeo (COMECATUR y gerencias mercadeo ANT). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informes de actividades. 	AECI
Proyecto Apoyo Integración	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ejecución de estrategia de 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe trimestral de actividades. 	TAIWAN

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

Taiwán 2 años	<p>promoción y mercadeo en Europa y Asia, por medio de acciones de impacto en mercados objetivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyo a fortalecimiento de CATA en términos de ejecución. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al menos 1 publicación en medios (5 mercados). ▪ Al menos 1 campaña ▪ Informe de mínimo 12 viajes de familiarización (27 operadores). ▪ 30 informes mensuales de monitoreo de prensa. ▪ Informe de 15 viajes de prensa (48 medios). ▪ Informe de actividades de fortalecimiento CATA. 	
Turismo Sostenible y Ecoturismo (nueva línea de cooperación AECI).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitación y sensibilización en preservación de patrimonio natural y cultural en destinos turísticos. ▪ Apoyo y difusión a iniciativas de mejores prácticas en turismo sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe sobre inventario. ▪ Informe sobre capacitación. 	AECI

ANEXO.5. FORMACIÓN TURÍSTICA.

Plan de Apoyo a la Formación Turística en Centroamérica y República Dominicana

Presentación

INTRODUCCIÓN

La importancia adquirida por el sector turismo dentro de las economías de los países centroamericanos y República Dominicana, ha incidido en el marco de las políticas de desarrollo sostenible, tanto nacional como regional, convirtiéndose en una estrategia para la reducción de la pobreza. Es preciso impulsar una política articulada y coherente que incorpore al sector público y privado, garantizando su sostenibilidad. No sólo se requiere inversión en infraestructuras básicas sino que, en una industria de servicios de la envergadura del turismo, una formación adecuada a todos los niveles es necesaria y estratégica.

Es importante tener en cuenta, que casi la totalidad de las empresas turísticas son micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs), fundamentalmente familiares, que necesitan mejorar su competitividad, carecen de recursos y de financiamiento, y están localizadas en el área rural, donde las infraestructuras son precarias y la formación no es accesible.

Por último, y debido a que las condiciones de inserción laboral de hombres y mujeres en el sector turismo son desiguales, se hace necesario potenciar la equidad de género desde cualquier actividad formativa.



Como consecuencia, se precisa de forma urgente la elaboración y desarrollo de un plan de formación que asiente una cultura turística sostenible, responsable, que cualifique los recursos humanos a nivel técnico, administrativo y gerencial, facilitando la participación de todos los sectores en el desarrollo de una industria tan multidisciplinar.

En el marco del SICA, La política de integración tiene como objetivo general potenciar el desarrollo turístico como instrumento de lucha de la pobreza y motor de desarrollo económico y social sostenible en Centroamérica. Durante la Declaración de San José ¹, se ratifican los acuerdos asumidos en Montelimar ² estableciendo, con la participación del sector privado regional ³, una estrategia de desarrollo turístico sostenible con unas líneas de acción definidas.

El SICA está contribuyendo a integrar una política regional sostenible a través de la elaboración y desarrollo del Plan estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica ⁴. Una de las cuatro áreas priorizadas, la formación y cultura turística, establece como objetivo la formación de recursos humanos en función de las necesidades del sector, a través de tres programas prioritarios: certificación de competencias laborales, actualización turística en las Agencias Nacionales Turísticas y la capacitación del sector privado. Este proceso integrador se ha consolidado con la conformación de la Red de Centros de Formación Profesional y el programa “Red Centroamericana de Escuelas de Hotelería y Turismo” (RECAEHT), la

“ANÁLISIS COYUNTURAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL MARCO DEL SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. AÑO, 2003-2007.”

Cuenta Satélite de Turismo, el plan de facilitación migratoria, la promoción de inversiones, y la Propuesta de Sistema de Seguridad Turística.

Finalmente, se podrían destacar como avances y resultados relevantes de la integración centroamericana: la priorización del turismo como sector estratégico a nivel nacional y regional, el fortalecimiento de instituciones nacionales y del SICA, la identificación de la formación como área estratégica y como instrumento integrador a nivel regional ⁵ reforzada con iniciativas impulsadas en este marco ⁶, la armonización regional en las áreas de comercialización y promoción, y en materia de competitividad, instrumentos de gestión y estandarización que tienen su reflejo en el programa de homologación de normas y certificación de competencias laborales ⁷.

El reto del desarrollo sostenible en países con pocos recursos económicos y recursos humanos con baja cualificación exige una transferencia de conocimiento por parte de las naciones con más experiencia en el sector. Es fundamental, que la cooperación internacional priorice la transferencia de know how dirigida a responsables políticos de turismo, prestándoles la orientación y asistencia necesaria, en la elaboración y ejecución de políticas que favorezcan un turismo más sostenible.

En el marco del Programa de Cooperación Regional que la Cooperación Española está poniendo en marcha con Centroamérica, y concretamente dentro del Plan de Acción para la Promoción del Turismo Sostenible, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y la Secretaría General de Turismo de España, en coordinación con el SICA, han desarrollado proyectos e iniciativas de carácter regional, como la elaboración de un Portal de Turismo, la identificación de rutas turísticas y seminarios de formación a responsables políticos de la región. ⁸ En este mismo marco de desarrollo del turismo sostenible regional, la Agencia Española de Cooperación Internacional está impulsando la elaboración de un Plan de Apoyo a la Formación Turística que contribuya a la unificación de todos los esfuerzos existentes.

1 - XXII Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, 13 de diciembre de 2002.
2 - Declaración de Montelimar mayo 1996.
3 - Representado por la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) y la Federación de Operadores de Turismo (FACOT).
4 - Se establecen cuatro áreas estratégicas con unos indicadores sencillos que facilitan el seguimiento y cumplimiento de objetivos: Planificación turística y desarrollo de productos regionales, Fomento a la Inversión, Cultura y Formación turística y Promoción y Mercadeo Turístico.
5 - 12 eventos de capacitación en el 2004 y 14 eventos en el 2005, con 541 personas capacitadas. Entre los temas generales de capacitación destacan: comercialización y promoción, apoyo a PYMES, sensibilización turística, Calificación y Evaluación de Proyectos de inversión, mejora de la competitividad y calidad, Turismo Sostenible, y el Sistema de Información Geográfico (SIG) dentro del área de planificación. Las Instituciones de apoyo en estos eventos son AECI, la Secretaría de Turismo española, FODESTUR/GTZ, SECTUR, CCCAC (Cooperación Francesa), FONATUR, OMT, UNICEF.
6 - FODESTUR, PROARCA, Iniciativa Centroamérica Verde (ICV), entre otras.
7 - Programa Homologación de Normas y Certificación de Competencias Laborales para los Servicios de Turismo en la Región Centroamericana y El Caribe 2005 - 2008.
8 - Entre otros; Talleres sobre gestión turística Local y patrimonio cultural. Realizados a lo largo del 2005 en Antigua, Guatemala. Curso de Formación para Responsables del Portal de Turismo Centroamericano. 16-19/11/04.

