

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA-León

(UNAN-León)



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

II MAESTRÍA EN INTEGRACIÓN REGIONAL

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN INTEGRACIÓN REGIONAL**

TEMA:

**Principales avances y retos de la integración turística
centroamericana: breve comparación con la Unión Europea.**

Presentado por: Lic. YUBELKA MARÍA PALMA VARGAS.

Director de tesis: Dr. ORLANDO JOSÉ MEJÍA HERRERA.

Julio de 2008.

INTRODUCCIÓN

El turismo por sus propias características y la particular cualidad de conceder a las personas y a los pueblos la experiencia insustituible de conocer y darse a conocer frente a otros pueblos y culturas permite que «posiblemente sea hoy [...] la industria más potente a nivel mundial, una de las que más contribuye al empleo, al desarrollo, a la riqueza y calidad de vida de los habitantes de los destinos¹».

La importancia del turismo radica en su capacidad para acercar a las comunidades, generando comprensión, intercambio de experiencias y crecimiento de la actividad económica, pues representa una importante fuente de empleo y captación de divisas. «El turismo ha sido, durante los últimos años, uno de los componentes más importantes dentro del comercio internacional. [...] En 1974 y 1975 los gastos en turismo sólo fueron superados por las compras de petróleo»².

El turismo puede significar para muchos pueblos una puerta a la salida del subdesarrollo o a una situación de crisis económica, social y cultural. Hay una total coincidencia de criterios entre las condiciones en que debe desarrollarse el turismo y las condiciones para que un territorio y sus habitantes encuentren en la actividad turística el motor de su desarrollo. En la medida en que los pueblos puedan obtener su sustento de la actividad turística, se estará afianzando la economía local y el arraigo social³.

Como actividad socioeconómica, el turismo ha adquirido una importancia fundamental en numerosos Estados, principalmente en aquellos en vías de desarrollo o del «tercer mundo», como los centroamericanos [ver anexo n° 3], que no gozan de buena salud económica, a pesar de contar con valiosos recursos naturales, culturales, históricos, entre

¹ Diario Oficial de la Unión Europea, 2006/C 318/12, Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Turismo Social en Europa», numeral 2.4.4.

² BID, INTAL: «El INTAL y la integración turística», en *integración latinoamericana*, a. 1 n° 2, mayo, 1976, pp. 42-44 [Notas y Comentarios].

³ *Ibid.*, Diario Oficial de la Unión Europea, numeral 2.4.5 [véase también el numeral 2.5].

otros, que fácilmente pueden permitirle a la región insertarse y ser competitiva en los mercados internacionales⁴ [ver anexo n° 5].

En la actualidad, el turismo ha sido una industria de significativo crecimiento y uno de los sectores más dinámicos de la economía de los Estados miembros del Sistema de la Integración Centroamericana [SICA]⁵. Hoy por hoy «el turismo es la fuente principal de ingresos de la mayoría de los países de la región y por ende genera un efecto multiplicador en términos de empleos directos e indirectos y mejoramiento de calidad de vida»⁶.

Centroamérica, en el marco de su proceso de integración regional, ha obtenido logros significativos en el campo de la integración turística, lo cual se evidencia en la creación de instituciones, órganos u organismos y de disposiciones normativas cuyo fin principal es tratar de profundizar, desarrollar y velar por la sostenibilidad del turismo regional. Asimismo, la región ha realizado alianzas con diversas organizaciones internacionales de cooperación al desarrollo que la han apoyado durante este arduo proceso.

El objetivo primordial del presente trabajo de investigación, además de ser un modesto aporte para el estudio de la integración turística centroamericana, es exponer los

⁴ La principal oferta turística de Centroamérica es la siguiente: **1.** 16 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, **2.** Patrimonio arqueológico, ciudades coloniales, pueblos artesanales, folklore y tradiciones, **3.** Segundo arrecife más grande del mundo, **4.** Único canal interoceánico del mundo, **5.** En menos del 1% de la tierra del planeta, existe entre el 7 y 10% de todas las formas de vida conocidas y el 17% de las especies terrestres, **6.** 22% del territorio son áreas protegidas y el 37.1% constituye la cobertura forestal, **7.** Volcanes, lagos, ríos, montañas, parques naturales, biósferas, playas de toda índole [Océano Pacífico y Caribe], **8.** Culturas vivas.

⁵ Durante el 2007 en Centroamérica se recibieron más de 7,952,000 turistas, generando más de USD \$5,200 millones en concepto de divisas para la región: <http://www.sica.int/cct> en la sección del CCT - Estadísticas.

⁶ Consejo Centroamericano de Turismo [CCT], Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana [SG-SICA], Dirección de Turismo –[DITUR] y Secretaría Técnica del Consejo Centroamericano de Turismo [ST-CCT] con el auspicio del Proyecto Fomento al Desarrollo Sostenible mediante Turismo en Centroamérica [FODESTUR] y la *Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* [GTZ], *Estrategia Regional de Integración y Desarrollo Turístico de Centroamérica*, 2005.

principales avances institucionales, normativos y de las políticas actualmente implementadas y dirigidas a impulsar la integración turística de Centroamérica en el marco del SICA, realizando, además, una breve comparación con el desarrollo del turismo alcanzado por la Unión Europea [UE] como modelo de integración regional, siendo conscientes de la profunda diferencia existente entre ambas organizaciones [SICA y UE].

A lo largo de la investigación encontrará el desarrollo de los capítulos enfocados específicamente a los objetivos antes mencionados. En el capítulo I⁷ se presentan *las principales instituciones regionales de turismo* que se han creado en el marco del SICA, así como, los organismos u organizaciones inter y extra regionales que apoyan técnica y financieramente al turismo en el istmo centroamericano. En el capítulo II⁸ se detallan los *avances normativos* primordiales de la integración turística de la región tales como: Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible [ALIDES], Declaración de Montelimar II, la Declaración de San José, con su programa y plan de acción, respectivamente, en materia de turismo. Refiriéndonos al capítulo III⁹ se muestran los *retos* más relevantes que hasta la fecha enfrenta la integración turística de Centroamérica y en el capítulo IV¹⁰ se realiza una *breve comparación entre el turismo regional centroamericano y el de la Unión Europea*.

El tipo de estudio del presente trabajo es analítico-comparativo, ya que se lleva a cabo un análisis de la situación actual del SICA en cuanto a los avances obtenidos en materia turística. Asimismo, se realiza una breve comparación entre dichos avances con los obtenidos por la UE como modelo de integración regional. Para el cumplimiento de tal fin, se hicieron uso de varias fuentes primarias del conocimiento [tratados, acuerdos, etc.], fuentes bibliográficas específicas y sitios Web relacionados al turismo tanto del SICA como de la UE.

⁷ *Vid., infra*, p. 4.

⁸ *Vid., infra*, p. 28.

⁹ *Vid., infra*, p. 38.

¹⁰ *Vid., infra*, p. 41.

CAPÍTULO I¹¹

PRINCIPALES AVANCES INSTITUCIONALES DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

I. CREACIÓN DEL CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO [CCT]:

Durante la primera Conferencia Extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador, del 29 de marzo al 2 de abril de 1965, se acuerda, bajo la resolución VI, la creación del CCT como un órgano de la Organización de Estados Centroamericanos [ODECA] y su Secretaría de Integración Turística [SITCA, hoy Secretaría Técnica del CCT, (ST-CCT)]¹². Posteriormente, el 13 de diciembre de 1991, se constituyó el Sistema de la Integración Centroamericana [SICA], con la firma del Protocolo de Tegucigalpa, el cual reformó la carta de la ODECA y que en sus «DISPOSICIONES TRANSITORIAS»¹³ conserva al CCT como un órgano de dicho Sistema.

¹¹ *Vid., supra*, 3.

¹² La SITCA, es un órgano técnico administrativo del Subsistema de Integración Económica Centroamericana. Véase el Art. 37, numeral 3, acápite “d” del Protocolo al Tratado General de Integración Económica Centroamericana, Protocolo de Guatemala, Ciudad de Guatemala, Guatemala, 29 de octubre de 1993. En septiembre de 1998 se firmó un Acuerdo Marco de Cooperación Funcional entre el CCT y la Secretaría General del SICA [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 a los mismos al momento de realizarse el traslado de la SITCA como Secretaría Técnica del Consejo Centroamericano de Turismo [ST-CCT] y en tanto se creara una agencia de promoción. Esta Gerencia se clausuró en el 2004: <http://www.sica.int/cct> en la sección del CCT – Reseña Histórica.

¹³ Art. 1: «Los Órganos e Instituciones creados en el marco del Procedimiento para Establecer la Paz Firme y Duradera en Centroamérica y los originados en esfuerzos integracionistas precedentes a este Protocolo serán parte del SISTEMA DE LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA si fueren compatibles con sus propósitos, principios y con la estructura orgánica, de acuerdo al estudio de los ordenamientos jurídicos institucionales.»

El CCT está integrado por los ministros de turismo [o su equivalente] de los gobiernos de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá [ver anexo nº 1].

La ST-CCT es la oficina ejecutiva permanente del Consejo, con sede en la Secretaría General del SICA [SG-SICA] en San Salvador, la cual es un apoyo gerencial y técnico para la implementación de los acuerdos de dicho Consejo y para la consecución y coordinación de los programas y proyectos de integración, competitividad, y desarrollo sostenible¹⁴ del turismo regional.

La representatividad legal del CCT la tiene la Presidencia Pro Témpore, que recae en el ministro de turismo del país que ostente la Presidencia del SICA y que rota cada 6 meses¹⁵. Las reuniones ordinarias del Consejo se realizan con la frecuencia que fuere necesaria o a convocatoria de uno de sus miembros o de la Reunión de Presidentes del SICA¹⁶. En la práctica, dichas reuniones se efectúan con una frecuencia de dos meses aproximadamente, donde se discuten y se toman acuerdos sobre temas de relevancia regional, cuyo seguimiento es responsabilidad de la ST-CCT, en coordinación y con apoyo de las instancias respectivas.

¹⁴ «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 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.» Este concepto fue tomado de la Cumbre de Presidentes Centroamericanos [Ecológica], Alianza para el Desarrollo Sostenible [ALIDES], celebrada en Managua, República de Nicaragua, 12 y 13 de octubre de 1994.

¹⁵ Protocolo de Tegucigalpa, Arts. 14 y 16.

¹⁶ *Ibid.*, Art. 21, último párrafo.

Las decisiones del CCT «serán de obligatorio cumplimiento en todos los Estados miembros y sólo podrán oponerse a su ejecución disposiciones de carácter legal. En tal caso, el Consejo, previo los estudios técnicos pertinentes, analizará de nuevo el asunto y acomodará la decisión, en su caso, al respectivo ordenamiento legal.

No obstante, tales decisiones podrán ser ejecutadas por los Estados miembros que no las hubieran objetado»¹⁷.

¹⁷ *Ibid.*, art. 22. A nuestro juicio, este es uno de las disposiciones legales del SICA en donde se manifiesta la frágil voluntad política de los Estados centroamericanos para dotar a dicho Sistema de capacidad supranacional real y uno de varios por los que actualmente no se ha podido avanzar con paso más firme en la integración centroamericana y, en nuestro caso específico, en la integración turística de la región, pues es evidente que el «Derecho de la Integración Centroamericana» presenta en su seno una serie de disposiciones contrarias a los principios de la «comunidad económica-política» centroamericana y a los fines encomendados al SICA cuyo objetivo fundamental es la realización de la integración de la región. El Artículo en mención, es opuesto, principalmente, al doctrinal principio de primacía del Derecho comunitario. Al respecto y para una mejor comprensión, citamos como ejemplo el *asunto Costa/ENEL* donde el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas [TJCE] se refiere, por primera vez [(TJCE, 15 de julio de 1964, Costa 6/64, Rec. 1964, p. 1141)], al trascendental principio de primacía del sistema jurídico comunitario, refiriéndose así: «que, en efecto, al instituir una Comunidad de duración indefinida, dotada de Instituciones propias, de personalidad, de capacidad jurídica, de capacidad de representación internacional y más en particular de poderes reales derivados de una Comunidad [principio de atribución de competencias], éstos han limitado su soberanía aunque en materias específicas, y han creado así un cuerpo normativo aplicable a sus nacionales y a sí mismos. Considerando que esta integración en el Derecho de cada país miembro de disposiciones procedentes de fuentes comunitarias y más en general los términos y el espíritu del Tratado, tiene como corolario la imposibilidad de que los Estados hagan prevalecer, contra un ordenamiento jurídico por ellos aceptado sobre una base de reciprocidad, una medida unilateral posterior, que no puede por tanto oponerse a dicho ordenamiento; que la fuerza vinculante del Derecho comunitario no puede en efecto variar de un Estado a otro [principio de uniformidad], en razón de legislaciones internas posteriores, sin que se ponga en peligro la realización de los objetivos del Tratado [...], y sin causar una discriminación prohibida por él; que las obligaciones contraídas mediante el Tratado constitutivo de la Comunidad no serían incondicionales, sino solamente eventuales, si pudieran quedar cuestionadas por los actos legislativos futuros de los signatarios [...]. Considerando que del conjunto de estos elementos se desprende que al Derecho creado por el Tratado, nacido de una fuente autónoma [principio de autonomía], no se puede oponer en razón de su específica naturaleza original una norma interna, cualquiera que sea esta [principio de primacía], ante los órganos

A continuación señalamos la estructura organizativa del CCT [ver anexo n° 2]:

1. Dirección de Turismo [DITUR] / Secretaría Técnica [ST-CCT]: oficina ejecutiva permanente del Consejo que coordina y apoya proyectos regionales en temas de integración y competitividad. Se encarga además de dar seguimiento al Plan Estratégico consensuado y elaborado por diferentes instituciones y órganos regionales públicos y privados de turismo en coordinación con el CCT.
2. Comité Ejecutivo: formado por un representante de cada ministerio o instituto de turismo, que atiende temas de integración, capacitación y cooperación.
3. Comité de Mercadeo de Centroamérica [COMECATUR]¹⁸: integrado por los gerentes de mercadeo de los ministerios o institutos de turismo y el sector privado de la industria turística organizada de Centroamérica, que se encarga de la estrategia de imagen, promoción y mercadeo turístico regional.
4. Agencia de Promoción Turística Centroamericana [APTC o CATA por sus siglas en inglés]¹⁹, cuya finalidad es promover y comercializar el multidesino centroamericano en Europa y Asia.

jurisdiccionales, sin que al mismo tiempo aquél pierda su carácter comunitario y se ponga en tela de juicio la base jurídica misma de la Comunidad; que la transferencia realizada por los Estados, de su ordenamiento jurídico interno a favor del comunitario, de los derechos y obligaciones correspondientes a las disposiciones del Tratado, entraña por tanto una limitación definitiva de su soberanía, contra la que no puede prevalecer un acto unilateral ulterior incompatible con el concepto de comunidad». En otras palabras, y trasladando el punto de vista del TJCE a la realidad centroamericana, podemos decir que los derechos establecidos en el marco jurídico del SICA, a la luz de este Arto. 22 del Protocolo de Tegucigalpa, corren peligro de no ser aplicados, pues cada Estado miembro puede determinar, en última instancia, cuando y cómo serían aplicables para ellos y, por si fuera poco, pueden, además, cual carta de restaurante, pedir o acomodar el Derecho de la integración centroamericana al gusto y antojo de ellos.

¹⁸ *Vid. infra*, p. 18.

¹⁹ *Vid. infra*, p. 14.

El CCT es un órgano subsidiario del SICA y la máxima instancia del sector turístico a nivel centroamericano. Se encarga de impulsar el desarrollo y profundización de la integración turística de Centroamérica, aunque como ya se ha expuesto, no cuenta con poderes reales o efectivos para ordenar a los Estados miembros del SICA a cumplir con las decisiones adoptadas en su seno, debido a la resistencia de éstos de otorgarle grados crecientes de supranacionalidad²⁰ a los órganos del Sistema en general y al CCT en particular. En definitiva, son los propios Estados centroamericanos los que deben trasladar a las instituciones del SICA, con seriedad y verdadero compromiso integracionista, facultades soberanas dirigidas a realizar verdaderamente la integración regional de Centroamérica²¹.

El principal objetivo del CCT es la facilitación y fomento del desarrollo del turismo en toda la región centroamericana, para lo cual promueve que esta industria se integre como un sector estratégico en cada país, a fin de coadyuvar al desarrollo turístico sostenible de la región. Además, pretende facilitar y estimular el desarrollo del turismo en toda la región Centroamericana, eliminando todo obstáculo e impedimentos al libre movimiento de personas de la región e integrando el fomento del turismo, como función estatal, a las demás funciones que tienen las diferentes dependencias y organismos gubernamentales,

²⁰ Para ser más específicos, el término «supranacional» «en puridad habría que decir “supraestatal”, pues los Estados multinacionales [por ejemplo Alemania, Estados Unidos, etc.] son también ya supranacionales, a no ser que se identifique plena y abusivamente nación y Estado», *Vid. TRUYOL Y SERRA, A.: La integración europea. Análisis histórico-institucional con textos y documentos*, vol. I: Génesis y desarrollo de la Comunidad Europea (1951-1979), Madrid, 1999, p.44.

²¹ DROR señala: «La conducción del Estado hacia la integración comprende tres niveles: 1. habilidad para formar la voluntad política, de modo de llevar adelante la integración a pesar de los costos de la transición. 2. facultades para reflexionar sobre la política de la integración, de manera de pensar en profundidad acerca de los tipos de integración preferibles, con un aprendizaje constante, y 3. capacidad para que la implementación sea efectiva, a fin de que la integración realmente avance.»: DROR, Y.: «Conducción del Estado hacia la integración» en *Integración Latinoamericana*, n° 189-190 [1993], 3-9, pp. 3 [Resumen]. *Vid.: http://www.iadb.org/intal/intalcdi/integracion_latinoamericana/documentos/189-190-Estudios_1.pdf*

tanto a nivel nacional como regional, para que, en los respectivos casos, se logre una mayor efectividad en los esfuerzos tendientes al desarrollo turístico de Centroamérica²².

II. FEDERACIÓN DE CÁMARAS DE TURISMO DE CENTROAMÉRICA [FEDECATUR]:

El Sector Turístico Privado de la región centroamericana inició un proceso de integración desde el año 1978 con la creación de la FEDECATUR la cual es una institución que agrupa a las siete Cámaras Nacionales de Turismo de los países centroamericanos.

El CCT coordina acciones con el sector privado, siendo la FEDECATUR la contraparte y enlace del sector empresarial, la cual es una entidad privada con personería jurídica, cuyo acuerdo de constitución y estatutos están depositados en la SG-SICA y, además, forma parte del Comité Consultivo del mismo Sistema [CC-SICA]. Éste a la vez está integrado «por los sectores empresariales, laboral, académico [...] representativas de los sectores económicos, sociales y culturales, comprometidos con el esfuerzo de integración ístmica»²³ y con el fin de garantizar su participación activa en el desarrollo del proceso de integración centroamericana. La función principal del Comité es «asesorar a la Secretaría General [SG-SICA] sobre la política de la organización en el desarrollo de los programas que lleva a cabo»²⁴. Los dictámenes o recomendaciones del CC-SICA no son de obligatorio cumplimiento, por lo que se infiere que la sociedad civil de Centroamérica y en nuestro caso, la FEDECATUR como sector turístico privado de la región organizada a través del CC-SICA, tiene voz pero no voto en la toma de decisiones enmarcadas dentro del proceso de integración turística de Centroamérica lo cual constituye otra gran debilidad del Sistema en mención, pues las decisiones del CC-SICA deberían tener carácter vinculante

²² <http://www.sica.int/cct> en la sección del CCT – CCT en breve.

²³ Protocolo de Tegucigalpa, Art. 12, penúltimo párrafo.

²⁴ *Ibid.*, último párrafo.

para asegurar la participación efectiva de los empresarios turísticos en la toma de decisiones del SICA.

En el año 2002 la FEDECATUR es incorporada al CCT de forma permanente y en calidad de *observador*²⁵ como una forma de participación activa [no efectiva] del sector privado, definida, dicha participación, como uno de los ejes fundamentales para garantizar un desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica establecido en la XVIII Reunión Ordinaria de Presidentes Centroamericanos [Declaración de Montelimar II²⁶], celebrada en Nicaragua el 9 de mayo de 1996 y como una forma de dar seguimiento a la XII Reunión Extraordinaria del CCT, realizada en Guatemala el cinco de junio del año dos mil.

A continuación señalamos la estructura organizativa de la FEDECATUR²⁷:

1. Asamblea de Asociados: es el órgano máximo de la FEDECATUR y está constituida por un representante de cada entidad miembro [Cámaras Nacionales de Turismo]. Para la toma de dediciones cada miembro tiene derecho a un voto y éstas se adoptan con el voto de la mayoría establecida.
2. Consejo Directivo: está compuesto por un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Tesorero y tres Vocales. Dentro de sus funciones se establece velar por que la FEDECATUR cumpla con los fines para la cual fue creada²⁸.

²⁵ *Vid., infra*, p. 55

²⁶ *Vid., infra*, p. 29.

²⁷ Acuerdo de Constitución y Estatutos de la FEDECATUR, San Salvador, El Salvador, 4 de Febrero de 2004, Art. 4º y s.: <http://www.sica.int/cct> en la sección de la FEDECATUR – FEDECATUR en breve – Acuerdo de Constitución de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica.

²⁸ *Ibid.* Art. 3º.

3. Dirección Ejecutiva: se encarga de llevar a cabo la coordinación y administración directa de las actividades de la FEDECATUR.

Los principales objetivos de la FEDECATUR son los siguientes²⁹:

1. Contribuir a la integración turística regional, por medio de la participación y coordinación con el CCT.
2. Fomentar y defender los intereses generales del sector turismo en Centroamérica, bajo un sistema de libre empresa, como instrumento eficaz para desarrollar y fortalecer el sector turístico de los países a que pertenezcan las Cámaras o asociaciones que la integren.
3. Promover la marca regional y el multideestino Centroamérica particularmente en los mercados objetivos [Europa y Asia].
4. Presentar propuestas e iniciativas, enviar sugerencias relacionadas con el desarrollo turístico a los organismos y entidades de turismo de cada país, con fines de promover proyectos que puedan ser de un atractivo regional para los visitantes.

Con el fin de exponer la importancia de la participación del sector empresarial organizado en la industria turística del istmo centroamericano, a continuación señalamos una serie de acciones relevantes que la FEDECATUR ha llevado a cabo conjuntamente con otros órganos o instituciones que impulsan el desarrollo del turismo en la región:

1. El CCT y la FEDECATUR, con el apoyo financiero y técnico de diferentes organizaciones internacionales, diseñaron el «Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica» dentro del cual se enmarca la realización de una serie de importantes proyectos regionales en materia turística. Como ejemplo podemos señalar

²⁹ *Ídem.*

los siguientes: ruta del Patrimonio Mundial, formulación de proyectos de inversión, programa de cultura turística, programa de calidad turística, plan de fortalecimiento institucional, turismo sostenible y ecoturismo, entre otros³⁰.

2. En el año 2003 en el marco del CCT, se acuerda la creación de la feria oficial de Centroamérica [«Central América Travel Market» (CATM)], siendo FEDECATUR el ente organizador, promotor y ejecutor de la feria junto al COMECATUR.

En la CATM se reúnen operadores y prestadores de servicios turísticos centroamericanos con mayoristas y operadores internacionales, cuyo objetivo es comercializar la oferta turística y paquetes regionales.

La feria se lleva a cabo en el mes de octubre de cada año siendo su sede rotativa. A la fecha se han organizado 4 ferias con sedes en Panamá, Guatemala, Honduras y Costa Rica. Este año le corresponderá a Nicaragua.

3. Se creó la Comisión de Facilitación Migratoria al Turismo de Centroamérica [COFAMIT], en el 2003, la cual se integra por los directores de migración [OCAM], la Organización Internacional para las Migraciones [OIM], el CCT y FEDECATUR.³¹

COFAMIT tiene como objetivo primordial apoyar y continuar los avances encaminados a la facilitación del libre tránsito de turistas en cuanto a la política migratoria, aduanera y transporte aéreo, marítimo y terrestre.

Actualmente la Comisión está llevando a cabo acciones regionales tales como: una estrategia de puestos fronterizos regionales, homologación de los requisitos y procedimientos de visa, entre otros.

³⁰ www.sica.int/cct en el enlace CCT – Plan Estratégico.

³¹. www.sica.int en la sección Centro de Documentación - Plan de Acción Comisión de Facilitación Migratoria al Turismo de Centroamérica [COFAMIT].

4. Se creó, en abril de 2005, la Red de Comunicadores en Turismo de Centroamérica [TOURCOM], en la que participaron los jefes de comunicación de los ministerios e instituciones de turismo de la región, CATA, OMT, ST-CCT, FEDECATUR y medios de comunicación sociales y regionales. Sus funciones comprenden: promover la oferta turística de Centroamérica, administrar adecuadamente la información en la prensa y actuar como comité de manejo de crisis.

5. El CCT y FEDECATUR suscribieron el 29 de octubre de 2004, en San Salvador, El Salvador, la Declaración sobre Prevención de la Explotación Sexual en Turismo en Centroamérica y República Dominicana, con el fin de elaborar, a la mayor brevedad posible, un plan de acción regional que acabe con esta forma de violación a los derechos humanos de las niñas, niños y adolescentes.

El Plan de Acción para la Prevención en Centroamérica de la Explotación Sexual comercial de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector del Turismo y Viajes 2005-2006, contiene actividades de sensibilización, formación, capacitación y difusión para la ciudadanía. Tales acciones, se realizan en coordinación con las cámaras nacionales de turismo de los países participantes.

Las principales acciones del Plan están enfocadas a que las empresas privadas relacionadas al sector turismo y de viaje y las cámaras nacionales de los países miembros suscriban el Código de Conducta (ECPAT)³².

³² El Código de Conducta es un proyecto de ECPAT-Internacional con apoyo de la Organización Mundial del Turismo y UNICEF que pretende prevenir la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el sector de turismo y viajes. A través de los siguientes seis criterios, las empresas se comprometen a desarrollar actividades para prevenir y combatir la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes: 1. Establecer una política corporativa ética en contra de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes, 2. Capacitar su personal tanto en el lugar de origen como en los destinos de viaje, 3. Introducir una cláusula en los contratos con los proveedores, en la que se rechaza conjuntamente la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, 4. Ofrecer información a los viajeros mediante catálogos, folletos, carteles, videos informativos a bordo de los aviones, información en billetes, páginas Web u otros canales que se

Así mismo, son acciones del Plan capacitar a nivel regional y nacional a dichos suscriptores y establecer alianzas estratégicas con universidades y escuelas privadas de formación en turismo para incluir en sus planes de estudio el tema de la prevención de la explotación sexual. Los encargados de llevar a cabo tales acciones son: la FEDECATUR, las Cámaras Nacionales de Turismo, Institutos de Turismo, el CCT, la ECAT, UNICEF, COMECATUR, entre otras³³.

6. El CCT en coordinación con la FEDECATUR establecieron la Agencia de Promoción Turística Centroamericana [APTC] de la cual se habla a continuación.

III. CATA³⁴:

Como ya se ha mencionado, el turismo «ha sido una industria de significativo crecimiento y uno de los sectores más dinámicos de la economía de los Estados miembros del SICA», razón por la cual se requiere *promover la riqueza regional con vocación turística* y coadyuvar a la preservación, conservación y mantenimiento de los recursos naturales y culturales en común, así como *unificar, comercializar y promocionar a Centroamérica como una sola región*.

Con el propósito de lograr lo anteriormente expuesto, los presidentes centroamericanos instruyeron al CCT, que en coordinación con la FEDECATUR, establecieran la CATA³⁵ y apoyar la gestión de recursos a la misma para su efectiva labor.

consideran oportunos, 5. Ofrecer información a los agentes locales “clave” en los destinos, y 6. Elaborar un informe anual sobre la aplicación de estos criterios. Plan de Acción para la Prevención en Centroamérica de la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector del Turismo y Viajes 2005-2006. [http://www.unicef.org/lac/2.PLAN_DE_ACCION\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/2.PLAN_DE_ACCION(1).pdf)

³³ *Idem*. [http://www.unicef.org/lac/2.PLAN_DE_ACCION\(1\).pdf](http://www.unicef.org/lac/2.PLAN_DE_ACCION(1).pdf)

³⁴ *Vid., supra*, p. 7.

³⁵ *Vid., infra*, p. 34

Así pues, y teniendo como fundamento la XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, celebrada en San José, Costa Rica, el 13 de diciembre de 2002 [Declaración de San José³⁶], los ministros de turismo de los siete países miembros del SICA suscribieron el «Memorando de Entendimiento de la Creación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica» en donde se crea dicha Agencia como una institución Regional Autónoma, con personería jurídica propia y de duración indefinida. Dicho Memorando de Entendimiento se encuentra registrado en la Sección de Tratados de la SG-SICA³⁷.

La CATA tiene su sede en Madrid, España, siendo una entidad mixta [público (SICA-CCT) /privado (FEDECATUR)] de carácter técnico, administrada bajo normas internacionales de contabilidad y auditoría externa. Es responsable de la implementación de la estrategia de promoción y mercadeo turístico de Centroamérica en Europa y Asia³⁸.

La Agencia es financiada con aportes anuales de los ministerios de turismo para gastos de funcionamiento y para acciones de promoción y mercadeo, recibiendo también patrocinios y apoyos del sector empresarial turístico centroamericano.

1. Son Miembros de CATA³⁹:

La CATA se constituye con las siguientes categorías de miembros:

A. Miembros Fundadores⁴⁰, que además se dividen en:

³⁶ *Vid., infra*, p. 34.

³⁷ *Vid.* Certificación de la SG-SICA, STD/C/033/03, 26 de marzo de 2003.

³⁸ Memorando de entendimiento de la Creación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica [APTC] acápite “D” [Objetivos], punto “d.1”:
<http://www.sica.int/cct> en el enlace de CATA – CATA en breve – Memorando de Entendimiento.

³⁹ Estatutos de la CATA, Cap. II, Arts. 3-15: <http://www.sica.int/cct> en el enlace de CATA.

- a. Socios “G”: conformados por los países miembros del Consejo Centroamericano de Turismo, representados por los Ministros de Turismo o Presidentes Ejecutivos de los Institutos de Turismo de cada país.
 - b. Socios “P”: integrados por los presidentes de las Cámaras Nacionales de Turismo [FEDECATUR].
- B. Miembros Corporativos: están compuestos por empresas, asociaciones, fundaciones y corporaciones públicas o privadas, regionales o internacionales, que apoyan en forma significativa los programas, actividades y acciones que persiguen el cumplimiento de los objetivos de CATA. Los Miembros Corporativos se dividen en:
- a. Miembro Platino⁴¹: para ser Miembro Platino el monto mínimo del aporte debe ser de Un Millón de Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$1,000,000]. El cincuenta por ciento [50%] de la aportación deberá destinarse a gastos y programas generados por CATA. La aportación de los Miembros Platino no se destinará a satisfacer los gastos corrientes de CATA.

Los beneficios que otorga la categoría son los siguientes: Voz y voto dentro del Comité Ejecutivo de CATA, miembro de pleno derecho del Consejo Directivo, presencia institucional y oficial en las ferias internacionales, presencia de identidad [se plasma el logo del miembro en todos los materiales promocionales de CATA, incluyendo su identidad corporativa en la página Web oficial de la

⁴⁰ Aquí se evidencia la coordinación entre el sector turístico público y privado en el proceso de integración turística regional de Centroamérica, incorporando, aunque limitadamente, al sector empresarial en dicho proceso.

⁴¹ Grupo TACA [Transportes Aéreos de Centroamérica] es el primer Miembro Corporativo Platino, mediante convenio de colaboración por Un Millón y Medio de Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$1,500,000], destinados a apoyar las acciones de promoción y mercadeo.

Agencia], participación activa en todas las actividades promocionales de CATA y acceso a la base de datos y estudios de mercado a desarrollar por la misma.

- b. Miembro Oro: Para acceder a ésta categoría se debe aportar la suma de al menos Quinientos Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$500.000], el cual el cincuenta por ciento de la aportación deberá destinarse a gastos y programas generados por CATA y el otro cincuenta por ciento el miembro Oro tendrá injerencia en la inversión.

Los beneficios otorgados a la categoría Miembro Oro son los siguientes: participación en el Comité Ejecutivo de CATA con voz pero sin voto, presencia en las ferias turísticas y todas las actividades a realizar en el marco de la celebración de las mismas, aplicación de su logo en determinados materiales promocionales de CATA así como en la página Web de la Agencia, acceso a las bases de datos y estudios de mercado a desarrollar por CATA.

- c. Miembro Plata: para ser parte de la categoría Miembro Plata se deberá aportar la suma de al menos Cien Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$100.000].

Los beneficios otorgados a la categoría Miembro Plata son los siguientes: aplicación de su logo en el brochure de presentación general de CATA, se presenta su logo en la página Web, participación en ferias, información periódica sobre las acciones realizadas por la Agencia y acceso a la base de datos y estudios de mercado a desarrollar.

- d. Miembro Premier: Para suscribirse a la categoría de miembro Premier se deberá aportar una suma no inferior a Veinte Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$20.000].

Los beneficios otorgados a la categoría de miembro Premier son: información periódica sobre las acciones realizadas por CATA y acceso a la base de datos y estudios de mercado a desarrollar por la misma.

C. Miembros Honorarios: integrado por organismos internacionales, regionales, multinacionales o mundiales, gubernamentales y no gubernamentales en el área de turismo, medio ambiente, arqueología, preservación cultural y ambiental, centros educativos especializados, apoyo a la iniciativa empresarial, que brinden apoyo sustancial a los fines de la Agencia. Actualmente son Miembros Honorarios: la OMT⁴², mediante Declaración de Apoyo a la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica⁴³ y la Cooperación Técnica Alemana [GTZ] por su colaboración en el proceso de diseño de la Marca Centroamérica y estrategias de mercado.

2. Estructura organizativa de la CATA⁴⁴:

A. Consejo Directivo: es el máximo órgano y está integrado por los Ministros de Turismo o las máximas autoridades de las Administraciones Nacionales de Turismo, por los presidentes de las Cámaras Nacionales de Turismo de los países miembros [FEDECATUR], por los Miembros Platino, así como por aquellas personas designadas en el estatuto de la CATA. El Consejo Directivo estará presidido por el Presidente Pro Témpore del CCT quien tendrá voto de calidad en las sesiones del Consejo Directivo.

B. Secretaría General: tiene a su cargo la dirección y administración de la Agencia con el propósito de generar óptimos resultados en materia de promoción y desarrollo del turismo centroamericano.

C. Comité Ejecutivo: conformado por el director de mercadotecnia y/o promoción de cada país, un miembro designado por cada una de las Cámaras Nacionales de Turismo [COMECATUR]⁴⁵ y por los miembros Platino y Oro.

⁴² *Vid., infra*, p. 20.

⁴³ <http://www.sica.int/cct> en el enlace de CATA - CATA en Breve – Declaración de apoyo por la OMT.

⁴⁴ Estatutos de la CATA, Cap. IV, Arts. 17 y s.: <http://www.sica.int/cct> en el enlace de CATA.

⁴⁵ *Vid. supra*, p. 7.

D. Comités o Clubes de Productos: son instancias de apoyo a la Secretaría General y están constituidos por miembros corporativos, que se integran en función de productos o segmentos turísticos.

E. Direcciones: el Secretario General crea direcciones de área directamente vinculadas con la operación y finalidad de CATA, tales como mercadotecnia y/o promoción, relaciones públicas, publicidad, mercadeo directo, ferias, exposiciones, administración, asuntos jurídicos, financiamiento y presupuesto. Cada dirección tendrá un director ejecutivo que es nombrado por el Secretario General.

3. Principales objetivos de la CATA⁴⁶:

A. Planificar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las políticas, estrategias y actividades de promoción turística de la región centroamericana en Europa y Asia de forma conjunta y consensuada con los Directores de Promoción de los Ministerios de Turismo o Institutos de Turismo en coordinación con el sector privado.

B. Facilitar la coordinación y análisis de aspectos de interés común a los países centroamericanos que permita la interrelación de los diferentes sectores y actores vinculados al turismo en la promoción del destino a nivel regional.

C. Establecer y gestionar mecanismos de cooperación con los sectores públicos y privados de los Estados miembros, así como cooperación técnica y financiera con organismos internacionales que contribuyan a impulsar acciones en cumplimiento de los presentes objetivos.

D. Realizar y promover investigaciones de mercado sobre la oferta turística regional, así como en lo relativo a los mercados emisores de turistas. La OMT con el objetivo de impulsar el desarrollo de CATA le apoya en la ejecución de investigaciones referente

⁴⁶ *Ibid.*, Estatutos de la Cata, Cap. III, Arts. 16 y s.

a: estudios de mercado, marketing, evaluación del impacto de la promoción, entre otros.

E. Promover programas de giras y visitas en la región centroamericana para dar a conocer a la industria el producto turístico centroamericano.

4. Principales logros de CATA⁴⁷:

Producto del esfuerzo y arduo trabajo coordinado del sector público y privado de la industria turística regional centroamericana a través de CATA, se pueden señalar los siguientes logros:

A. La OMT⁴⁸ expresó su interés de apoyar el proceso de integración turística centroamericana y designa a CATA como el «Modelo Regional de Integración Turística Centroamericana», que impulsa una misma imagen regional, apoyando la ejecución de programas enfocados a la promoción y mercadeo en Europa y Asia y la gestión de cooperación internacional para dichos programas⁴⁹.

B. Después de lo ocurrido el 11 de septiembre en los Estados Unidos de América, los turistas no querían viajar a Centroamérica por temor de realizar escala aérea por ese país, por tal razón se crearon vuelos directos desde Europa a diferentes países de Centroamérica. Actualmente existen 21 vuelos directos que permiten la conectividad con una mayor afluencia de turistas.

C. Se han creado campañas publicitarias de comunicación en algunas revistas europeas especializadas.

⁴⁷ www.sica.int/cct en el enlace de CATA – Cata en breve - Principales logros de la Agencia.

⁴⁸ *Vid., supra.*, p. 18.

⁴⁹ *Ibid.*, Declaración de Apoyo a CATA por la OMT.

- D. Se ha creado contacto directo con las Industria Turística de cada mercado meta [Tour Operadores, Compañías Aéreas, Cadenas Hoteleras, Agencias de Viajes, etc.].
- E. Participación en al menos seis ferias internacionales de turismo por año en Europa, promocionando a Centroamérica como un solo destino turístico.
- F. Se han organizado al menos 15 viajes de familiarización con tour operadoras y 15 viajes de prensa a Centroamérica, así como más de 30 presentaciones de la región a agentes de viaje en Europa, con el objetivo que estos comercialicen y promocionen a Centroamérica como un multidesino turístico.
- G. Se han concretizado cooperaciones y alianzas estratégicas con la línea aérea TACA, por un período de tres años con un monto de Un Millón Quinientos Mil Dólares [USD \$ 1,500,000] destinados a promoción y mercadeo de Centroamérica. De igual manera la AECI⁵⁰ y la Secretaría General de Turismo de España han realizado importantes aportes técnicos y financieros para la creación del Portal de Centroamérica: **www.visitcentroamerica.com**
- H. En la Feria Internacional de Turismo [FITUR] 2004 y 2005 la CATA recibió el primer premio como mejor *stand* promocional.

IV. OTRAS ORGANIZACIONES QUE APOYAN O COOPERAN CON LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA:

Como hemos estudiado anteriormente, la integración turística de Centroamérica cuenta con órganos e instituciones públicas, privadas y mixtas encargadas de impulsar y desarrollar dicho proceso. Sin embargo, también cuenta con el apoyo de diferentes instituciones y organizaciones intra y extra regionales que principalmente cooperan financiera y/o técnicamente en coordinación con las órganos e instituciones del SICA y

⁵⁰ *Vid. infra*, p. 26.

específicamente con el CCT, FEDECATUR y CATA. A continuación señalaremos algunas de las instituciones y organizaciones que cooperan con la región en materia turística regional, así como algunos proyectos o programas en los que brindan su apoyo a la región:

I. ORGANISMOS INTERREGIONALES:

1. Programa de Apoyo a la Integración Regional de Centroamérica [PAIRCA]⁵¹: El PAIRCA, con el apoyo financiero de la Unión Europea, actualmente está financiando una serie de proyectos de fortalecimiento a los diferentes destinos turísticos centroamericanos, ejemplo de ello es el proyecto de «Diagnóstico y Plan de Acción de la Ruta del Patrimonio Mundial»⁵² el que se puede describir como un recorrido de carácter particular que permite transitar los sitios arqueológicos de la antigua civilización Maya, las ciudades coloniales de Centroamérica, las fortificaciones del Caribe y las áreas naturales, todos en la lista del patrimonio mundial de UNESCO [ver anexo n° 5], sumado a las poblaciones alrededor de atractivos turísticos. La aportación financiera de PAIRCA para la ejecución de este proyecto ha sido de Veintisiete Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$27,000].
2. Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica [FODESTUR]: El proyecto FODESTUR inició el proceso de la creación de la identidad corporativa para el sector turístico regional⁵³. En conjunto con el sector privado y

⁵¹ El PAIRCA, es un proyecto de apoyo al fortalecimiento de la capacidad institucional regional el cual cuenta con el apoyo de la Unión Europea y de los Organismos del SICA para su funcionamiento. El principal objetivo de este Programa es elevar las capacidades de los Órganos del SICA y de la Sociedad Civil, contribuyendo a la Reforma Institucional, a la adopción y ejecución de una agenda estratégica y al mejoramiento de los mecanismos de planificación, adopción y ejecución efectiva de las decisiones concernientes a la integración. <http://www.sica.int/pairca/> en el enlace- PAIRCA en breve.

⁵² <http://www.sica.int/cct> en el enlace del CCT – Proyectos.

⁵³ *Vid., infra*, p. 53.

público, desarrolló la Marca Regional: «Centroamérica tan pequeña...tan grande⁵⁴» [ver anexo n° 4]. Los siete países centroamericanos se unieron para presentarse como un destino turístico en los mercados de larga distancia, especialmente en Europa.

Grandes, medianas y pequeñas empresas, están involucradas en este proceso de integración. Grupo TACA lleva el logotipo en las alas de sus aeronaves como señal de la identidad corporativa de la región centroamericana.

FODESTUR ha apoyado en la realización de talleres participativos regionales para elaborar, revisar y validar el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible.

Las áreas de trabajo en las que se enfoca FODESTUR son las siguientes:

- A. Comercialización y mercadeo bajo el techo regional.
- B. Formación de redes empresariales.
- C. Homogenización de los estándares de calidad de la región.

II. ORGANIZACIONES EXTRA REGIONALES:

1. Organización Mundial de Turismo [OMT]: Uno de los principales aportes que actualmente la OMT ha hecho al proceso de integración turística centroamericana es lo referente a la gestión de la «Cuenta Satélite de Turismo» la cual es un instrumento estadístico diseñado para medir las dimensiones del sector turístico en las cuentas nacionales, de acuerdo con normas internacionales. A su vez, proporciona datos confiables sobre la incidencia del turismo y el empleo asociado, que facilita el diseño de

⁵⁴ www.sica.int/cct en el enlace de CATA – Estrategia de Imagen y Mercadeo - Manual de Identidad Corporativa y estatuto de la Marca.

políticas económicas destinadas al desarrollo turístico y ofrece datos sobre su incidencia en la balanza de pagos de un país. La aportación financiera por la OMT para la realización de este proyecto es de Ciento Veintiséis Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$126,000].

También, ofrece respaldo a CATA⁵⁵ en cuanto a proveer información estadística y de mercado, así como otro tipo de servicios y apoyo en:

- A. Estudios de mercado preparados por la OMT.
 - B. Estudios de marketing por producto/segmento.
 - C. Informes de coyuntura.
 - D. Estudio de evaluación de las inversiones promocionales.
 - E. Estudio específico que se realizarán de manera conjunta.
 - F. Seminarios de capacitación y difusión.
 - G. Seminarios de capacitación, medios, diplomáticos, legisladores.
 - H. Estudio «Centroamérica como esfuerzo único de promoción de los siete países bajo una sola marca».
2. Agencia Española de Cooperación Internacional [AECI]: La AECI ha apoyado al turismo regional centroamericano en una gran cantidad de proyectos enfocados principalmente a la planificación turística y desarrollo de productos regionales; fomento a la inversión; cultura y formación turística; y promoción y mercadeo turístico. A continuación, mencionaremos algunos de ellos:

⁵⁵ *Ídem.*

- A. La AECI y la Secretaría General de Turismo de España, han puesto en marcha un Plan de Acción Para la Promoción del Turismo Sostenible, en cuyo marco ya hay varios proyectos ejecutados y actualmente en marcha, tales como la creación de un Portal de Turismo Centroamericano, identificación de varias rutas regionales y se ha iniciado la formación en gestión turística.
- B. La Dirección General de Cooperación con Iberoamérica de la AECI y la Fundación ETEA para el Desarrollo y la Cooperación junto con las instituciones responsables del desarrollo turístico de la región centroamericana, han elaborado el Plan de Apoyo a la Formación Turística en Centroamérica y República Dominicana. El Plan consta de dos partes fundamentales, la primera contiene los objetivos, el enfoque metodológico y un resumen del diagnóstico elaborado por la Fundación ETEA y la segunda parte contiene el programa formativo que la cooperación española tiene previsto apoyar durante los próximos años.
- C. Señalización Vial de la Ruta de Ciudades Coloniales y los Volcanes⁵⁶: Es un itinerario turístico creado para el disfrute de la diversidad cultural que encierra las ciudades y pueblos coloniales centroamericanos. El aporte financiero de la AECI para la ejecución de este proyecto es de Trescientos Diez Mil Dólares de los Estados Unidos de América [USD \$310,000].
- D. Programa de Calidad en el Servicio Turístico⁵⁷: Programa a ser impartido por la Universidad Carlos III de Madrid [2 años], consistente en: a) capacitación dirigida a ministerios y cámaras de turismo; b) formación dirigida a MIPYMES turísticas; y c) formación de formadores en sistemas de calidad dirigido a universidades e institutos de formación turística de cada país. El aporte financiero de la AECI para la ejecución de este Programa será de Cuatrocientos Mil Euros [€ 400,000].

⁵⁶ <http://www.sica.int/cct> en el enlace del CCT – Proyectos.

⁵⁷ *Ídem.*

E. Portal Centroamérica: La AECI⁵⁸, en conjunto con la Secretaría General de Turismo de España y Turespaña, a partir del 2004, han apoyado el proceso de creación del Portal Centroamérica, que ha incluido un estudio de viabilidad y desarrollo, capacitación a las instituciones participantes y la construcción de un prototipo de sitio Web. Para el desarrollo de la segunda fase de lanzamiento, se firmó un acuerdo de colaboración entre el CCT y CATA, con la Secretaría General de Turismo de España y la AECI. Actualmente el Portal Centroamérica es: **www.visitcentroamerica.com** el cual, principalmente, promociona la marca regional y el multidesino Centroamérica.

Después de haber expuesto los principales avances institucionales de la integración turística centroamericana en el marco del SICA, podemos señalar que se han realizado avances significativos, aunque no suficientes. Aún se deben hacer esfuerzos enfocados al fortalecimiento de su principal órgano especializado en esta materia: el CCT. Para ello, lógicamente, los Estados miembros del SICA deben demostrar su voluntad política de fortalecer al Sistema en general dotándolo de supranacionalidad institucional y normativa reales que redunde, en nuestro caso de estudio, en una integración turística efectiva.

Es de notar el gran avance obtenido por el sector privado en el proceso de integración turística centroamericana, organizado a través de la FEDECATUR, además de formar parte del CC-SICA como órgano de asesoramiento del SICA. Sin embargo, nuevamente hacemos alusión a que es indispensable que los Estados miembros del Sistema profundicen su compromiso político otorgando también al CC-SICA [importante órgano del Sistema muchas veces menospreciado] poderes supranacionales reales, para que la sociedad civil organizada [sector empresarial, trabajadores, sector académico, etc.] tenga una participación activa y efectiva al ser incorporada a las estructuras decisorias del Sistema, y que de una vez por todas, el proceso de integración centroamericana deje de pertenecer a las élites presidenciales y ministeriales, pues una sociedad civil con participación sustantiva es un componente sin el cual ninguna integración efectiva es posible.

⁵⁸ *Vid., supra*, p. 21.

Para finalizar este primer capítulo, podemos expresar que los problemas de la integración centroamericana se reflejan, en gran medida, en «una amplia gama de áreas sustantivas que incluso ponen en tela de juicio los principios de supranacionalidad mínimos indispensables para la viabilidad del SICA y sus instrumentos fundacionales. Si bien la integración regional debe verse como un proceso cuyo éxito sólo será posible por medio de aproximaciones graduales y progresivas, resulta preocupante que todavía prevalezcan problemas tan esenciales en la base del sistema y renuencias tan evidentes en los Estados que lo conforman. Esa circunstancia constituye la más grave amenaza para el SICA en el plazo mediano, pues no es concebible una integración viable en Centroamérica sin un consenso esencial de los Estados de la región en torno al tema de la supranacionalidad de las instituciones que lo conforman»⁵⁹. Mientras esta situación no cambie, lo demás, institucionalmente hablando, es y será pura retórica.

⁵⁹ SOLÍS RIVERA, L.: *Centroamérica 2020: la integración regional y los desafíos de sus relaciones externas*, [CA 2020: Documento de trabajo n° 3], Institut für Iberoamerika-Kunde, Hamburg, 2000, p. 14.

CAPÍTULO II⁶⁰

PRINCIPALES AVANCES NORMATIVOS DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

I. ALIANZA CENTROAMERICANA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE [ALIDES]⁶¹:

El proceso de integración centroamericana experimentó cambios positivos en los años noventa. Reconstituido dicho proceso tras la suscripción del Protocolo de Tegucigalpa [1991], el SICA obtuvo un nuevo marco de referencia con la promulgación de la ALIDES [1994].

Este nuevo marco conceptual y programático fue complementado con la firma del Tratado de Integración Social [San Salvador, 1995] y del Tratado de Seguridad Democrática [San Pedro Sula, 1995].

La ALIDES es una iniciativa de políticas, programas y acciones a corto, mediano y largo plazo que los órganos e instituciones regionales deben trabajar conjuntamente con los gobiernos en su ejecución, partiendo de las cinco grandes áreas que la fundamentan: la política, económica, social, cultural y ambiental.

La implementación de la ALIDES «[...] se apoya en la institucionalidad y no sustituye los mecanismos o instrumentos de integración regional existentes, sino que los complementa, apoya y fortalece, intrarregional y extrarregionalmente, en especial en su proceso de convertir el desarrollo sostenible en la estrategia y política central de los Estados y de la región en su conjunto.[...]»⁶².

⁶⁰ *Vid., supra*, p. 3

⁶¹ Cumbre de Presidentes Centroamericanos [Ecológica], Alianza para el Desarrollo Sostenible [ALIDES], celebrada en Managua, República de Nicaragua, 12 y 13 de octubre de 1994.

⁶² *Ibid.*, Introducción, párrafo 4º.

El desarrollo del turismo, es una de las Áreas Prioritarias de la ALIDES teniendo como uno de sus objetivos «Fomentar y desarrollar el turismo ecológico sostenible»⁶³.

El turismo regional enmarcado en los principios, bases, objetivos y compromisos de la ALIDES, como estrategia centroamericana de desarrollo sostenible, «debe centrarse en contribuir a mejorar la calidad de vida de todos los centroamericanos, incorporando y capacitando a los grupos locales y comunales en el manejo eficiente de esta actividad, de tal manera que permita involucrarlos en el proceso de Desarrollo Sostenible⁶⁴». Las disposiciones normativas, programas, planes y acciones que se lleven a cabo para coadyuvar a la integración turística centroamericana deben tomar en cuenta y cumplir con los postulados de la Alianza. A continuación estudiaremos las principales disposiciones normativas regionales enmarcadas en la ALIDES cuyo fin u objetivo principal es fortalecer la integración turística de Centroamérica.

II. DECLARACIÓN DE MONTELIMAR II⁶⁵:

A partir del año 1996, mediante la celebración de la XVIII Reunión Ordinaria de Presidentes Centroamericanos [Declaración de Montelimar II] y posteriormente con la celebración de la XXII Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica [Declaración de San José] en el año 2002, se inició un proceso de «fortalecimiento» de la integración turística centroamericana, debido al «apoyo» de los mandatarios centroamericanos, en cuanto a reconocer al turismo como sector estratégico a nivel regional.

La Declaración de Montelimar II tiene una importancia trascendental, por que marca el antes y el después de la integración turística de Centroamérica, la cual, como todo el

⁶³ *Ibid.*, Anexo, Objetivos Específicos de la ALIDES en Materia Económica, numeral 9 y Compromisos de la ALIDES en Materia Económica, Áreas Prioritarias, numeral 30.6.

⁶⁴ Declaración de Montelimar II, párrafo 5º.

⁶⁵ *Vid., supra*, p. 10.

proceso de integración centroamericana, estuvo estancada durante mucho tiempo, principalmente por los acontecimientos bélicos que aquejaron a la región en décadas anteriores.

En esa oportunidad, los presidentes centroamericanos, dando seguimiento a la agenda de la ALIDES, deciden lo siguiente: «*profundizar nuestro compromiso político* para promover el turismo, conscientes de que necesita de un mayor impulso, como *sector estratégico*⁶⁶ para el Istmo, dado el alto potencial que significa para el crecimiento y diversificación de nuestras economías.

Nuestro objetivo es lograr que el turismo se constituya en fuente principal de ingresos para nuestros países⁶⁷».

A través de esta Declaración, la actividad turística se define como «prioritaria y de interés nacional y regional»⁶⁸. Se orienta al Banco Centroamericano de Integración Económica [BCIE] a obtener recursos dirigidos a fortalecer el sector turismo y se invita a la comunidad internacional a respaldar este Programa por medio de cooperación técnica y financiera⁶⁹.

En síntesis, la Declaración de Montelimar II, es la estrategia en donde se enmarcan una serie de acciones dirigidas a lograr un determinado «progreso» de la integración turística de Centroamérica. Sin embargo, no se plantea nada novedoso en cuanto al fortalecimiento institucional del SICA o de sus órganos especializados en materia turística [CCT], limitándose a establecer un Programa de Acciones para tratar de avanzar, sin hacer cambios estructurales, en la integración turística de la región.

⁶⁶ *Ibid.* ALIDES, Compromisos de la ALIDES en Materia Económica, Áreas Prioritarias, numeral 30.6. El énfasis es nuestro.

⁶⁷ Declaración de Montelimar II, Declaración Política, últimos dos párrafos. El énfasis es nuestro.

⁶⁸ *Ibid.*, párrafo 17°.

⁶⁹ *Ibid.*, párrafos 18° y 19°.

III. PROGRAMA DE ACCIÓN REGIONAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO:

El Programa de Acción Regional para el Desarrollo del Turismo es parte integral de la Declaración de Montelimar II⁷⁰. «La ejecución del Programa de Acción persigue la consolidación y reconocimiento del Sector Turismo como una actividad estratégica y prioritaria para el desarrollo sostenible en Centroamérica»⁷¹.

Una de las finalidades estratégicas del Programa «es lograr que el Sector Turismo incremente su participación en la economía de los países del área»⁷². Asimismo, pretende «dotar a las instituciones nacionales y regionales y al sector privado involucrado directamente en esta actividad, de políticas e instrumentos legales que faciliten e incentiven el impulso de la actividad turística»⁷³.

El CCT, a través de su Secretaría Técnica, es la estructura orgánica responsable de dar seguimiento a las acciones establecidas en el Programa de Acción⁷⁴.

En este Programa de Acción se establece el fortalecimiento institucional de la SITCA [aunque no menciona en qué sentido se fortalecerá], por ser la institución regional responsable y especializada en materia turística, así como establecer coordinaciones interinstitucionales a fin de garantizar el cumplimiento de las acciones expresadas en el Programa referido.

⁷⁰ *Ibid.*, párrafo 17°: «Para fortalecer el sector turismo, hemos decidido [...] adoptar el Programa de Acciones para el Desarrollo del Turismo en los Países de Centroamérica, el cual es parte integral de la presente Declaración».

⁷¹ Programa de Acción Regional para el Desarrollo del Turismo, párrafo 1° [Objetivo Estratégico].

⁷² *Ídem.*

⁷³ *Ídem.*

⁷⁴ *Ibid.*, numeral VII.

1. Principales fuentes de financiamiento y cooperación para la ejecución del Programa de Acción Regional para el Desarrollo del Turismo en Centroamérica⁷⁵:

A. Para la ejecución de este Programa de Acción, los Gobiernos del área se comprometieron a profundizar su apoyo a la SITCA [en adelante debe entenderse ST-CCT] y a los Organismos oficiales de Turismo.

Sin embargo, esto sólo constituye un aporte más a la **retórica** de los gobiernos del área, pues en dicho Programa no se concretiza en qué aspectos se apoyará a la ST-CCT ni a los mencionados organismos oficiales de turismo.

B. Solicitar a la OMT su continuo respaldo y cooperación a los países de Centroamérica para la ejecución de las acciones contempladas en este Plan de Acción.

C. Instruir a la ST-CCT, a emprender esfuerzos dirigidos a la búsqueda de los recursos de cooperación para la realización de este programa.

Expuesto todo lo anterior, nuevamente se comprueba la falta de compromiso real de los gobiernos centroamericanos en fortalecer efectivamente a los órganos e instituciones del SICA y específicamente a los especializados en materia turística regional. En este caso la debilidad está en la estabilidad financiera de los órganos e instituciones especializados en materia de turismo regional.

El Art. 32 del Protocolo de Tegucigalpa es clarísimo en señalar: «Los Estados Miembros del SISTEMA DE LA INTEGRACION CENTROAMERICANA contribuirán a su sostenimiento, incluyendo al de sus organismos, con cuotas iguales». Sin embargo en el Programa en mención se instruye a la ST-CCT a emprender esfuerzos dirigidos a la búsqueda de los recursos de cooperación para la realización de dicho Programa. El proceso

⁷⁵ *Ibid.*, numeral VI.

de integración no puede desarrollarse si los Estados miembros del Sistema se niegan a asumir los costos que dicho proceso conlleva.

La financiación del proceso de integración regional es de vital importancia porque forja una discusión sobre la eficiencia del sistema en su conjunto y de las instituciones particulares que lo conforman.

Para el efectivo funcionamiento institucional «Es indispensable que los Estados garanticen el pago puntual y suficiente de las cuotas nacionales a las entidades del SICA, de lo contrario – como ha sido el caso hasta la fecha - o bien éstas no tienen capacidad de gestión, o bien se ven obligadas a vender servicios y desarrollar proyectos con el único propósito de aprovechar los “overheads” requeridos para satisfacer sus costos de operación. [...]

Sólo una propuesta seria puede resolver la crisis financiera del SICA en un plazo manejable para las instituciones; instituciones las cuales de no contar con los recursos de los Estados, continuarán dependiendo de las contribuciones de la cooperación internacional [lo cual es inconveniente en lo político] o bien de los “overheads” de proyectos específicos [lo cual es inadmisibles como principio de trabajo]. A este respecto, la iniciativa más razonable, favorecida y sustentada de manera muy técnica por la SIECA, pero que ha sido fuertemente resistida por los gobiernos, es la de adopción de un arancel específico [o en su defecto, el extraer un porcentaje del arancel centroamericano] a los productos que se mueven en el ámbito del Mercado Común. Esta suma superaría las necesidades financieras actuales del Sistema y le permitiría su funcionamiento normal»⁷⁶.

Así pues, y a pesar de las fallas que hemos señalado, el Programa de Acción ha determinado una serie de disposiciones para tratar de desarrollar la industria turística de la región, con el objetivo de que sirvieran como pautas a seguir por la industria en mención. Entre dichas acciones están las dirigidas o encaminadas a crear una imagen regional, fomentar la inversión en turismo tanto pública como privada, facilitación turística,

⁷⁶ SOLÍS RIVERA, op. cit., pp. 22 y 23.

armonizar la legislación de los Estados miembros para proteger el medio ambiente y los recursos naturales de la región y establecer coordinaciones con el sector privado para el desarrollo del sector turístico centroamericano.

IV. DECLARACIÓN DE SAN JOSÉ⁷⁷:

En el año 2002, con la firma de la Declaración de San José y siguiendo la línea estratégica de la ALIDES, la Declaración de Montelimar II y su Programa de Acción [abordados anteriormente], se continuó con el fortalecimiento de la integración turística de Centroamérica al reafirmar al turismo como sector prioritario y estratégico en el marco de las políticas y planes de desarrollo económico y social a nivel nacional y regional, impulsando políticas comunes de desarrollo sostenible e integración turística y cultural de mediano y largo plazo que involucran a todos los sectores en el ámbito centroamericano.

Dentro de los acuerdos establecidos en dicha Declaración en materia de turismo regional, están las dirigidas a formular una estrategia de promoción de la región como multidesestino turístico y regional. Así pues, se instruyó al CCT que en coordinación con la FEDECATUR estableciera la creación de la CATA⁷⁸ para promover a Centroamérica en Europa y Asia, apoyar y fortalecer los avances encaminados a la facilitación del tránsito de turistas en cuanto a la política migratoria, aduanera y de transporte aéreo, marítimo y terrestre regional, y la protección a niños, niñas y adolescentes del turismo sexual o tráfico de personas.

Asimismo, se aprobó el Plan de Acción en Materia de Turismo, el cual específicamente establece, de forma general, una serie de acciones destinadas a profundizar y desarrollar la integración turística centroamericana. De este último hablaremos a continuación.

⁷⁷ *Vid., supra*, p. 15.

⁷⁸ *Vid., supra*, p. 14.

V. PLAN DE ACCIÓN EN MATERIA DE TURISMO:

Con la suscripción del Plan de Acción en Materia de Turismo se reitera y se amplían los compromisos asumidos por los Estados en el proceso del desarrollo sostenible en la región, en relación a los temas de cultura y turismo, tomando en cuenta el impacto que éstos podrían provocar en las nuevas generaciones.

Los acuerdos incluidos en él, han sido la base para la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica, diseñado conjuntamente por el CCT y las cámaras nacionales de turismo que conforman la FEDECATUR y financiado por diferentes instituciones y organizaciones internacionales [PAIRCA, AECI, UNESCO, COSUDE, etc.]⁷⁹.

A continuación se detallan las acciones de mayor relevancia constituidas en el Plan:

- 1. Fortalecer y proyectar ampliamente la imagen promocional de Centroamérica como un multidesino turístico:** en el marco de las acciones conjuntas del sector turístico de Centroamérica, se acordó encausar esfuerzos entre el sector público y privado en materia de promoción y mercadeo. Se ha formulado y actualmente se está implementando una estrategia de promoción e imagen de Centroamérica en los principales mercados emisores, tendiente a ubicar a la región como destino turístico emergente. Ejemplo de ello es la creación de la CATA que promociona a Centroamérica como un multidesino turístico. Se ha elaborado la marca turística regional «Centroamérica tan pequeña...tan grande»⁸⁰ por FODESTUR con el auspicio de la GTZ y, además, con el apoyo financiero y técnico de la AECI, se diseñó el portal promocional de Centroamérica [www.visitcentroamerica.com].

⁷⁹ www.sica.int en la sección del CCT – Plan estratégico.

⁸⁰ www.sica.int/cct en el enlace de CATA – Estrategia de Imagen y Mercadeo – Manual de Identidad Corporativa y estatuto de la Marca.

2. Promoción de inversiones: Habiéndose declarado la actividad turística como prioritaria y de interés nacional y regional, se procura que los gobiernos centroamericanos elaboren políticas, planes, programas y realicen acciones destinadas a impulsar el desarrollo de la industria turística de los países. Ya se han realizado estudios sobre las diferentes legislaciones e iniciativas de ley de fomento a la inversión turística existente en la región para crear una cartera de proyectos de inversión turística a nivel centroamericano. Sin embargo, aún no existe una homogeneidad de las legislaciones centroamericanas de fomento o de incentivo turístico, evidenciando, por un lado, la incapacidad [falta de supranacionalidad institucional, normativa, insuficiencia presupuestaria y de compromiso político, entre otros aspectos] del Sistema en general de convertirse en el factor clave para tratar de impulsar, homogénicamente, la industria turística regional y, por otro lado, se deja en manos de los Estados miembros del Sistema lo referente a la inversión en turismo pues el SICA está descapitalizado, tal y como hemos señalado en páginas anteriores.

3. Apoyar los avances encaminados a la facilitación de libre tránsito de turistas: Se han desarrollado acciones tendientes a la homologación de requerimientos de visado a los ciudadanos de los principales mercados emisores a través de la creación de la visa única centroamericana como medio para facilitar el acceso y movilización intrarregional de turistas en algunos países de Centroamérica; ejemplo de ello es la firma del Convenio de Creación de la Visa Única Centroamericana para la Libre Movilidad de Extranjeros⁸¹ actualmente vigente entre las Repúblicas de El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, suscrito en Tegucigalpa, República de Honduras, de 2005.

Para lograr mayor competitividad del destino Centroamérica en los mercados internacionales, se ha llevado a cabo una política de desregulación comercial y turística aérea, lo que permite reducir los precios y obtener una mayor afluencia de visitantes a la región. Al respecto, ya se han realizado acuerdos que permiten que los vuelos entre El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua [bloque CA-4] sean considerados como

⁸¹ *Ídem.*

locales. A manera de ejemplo tenemos el Acuerdo de Cooperación para la Facilitación y Desarrollo de las Operaciones Aéreas⁸² y su Plan de Vuelo Intracentroamericano en Calidad de Operaciones Aéreas Nacionales [Locales], suscrito por los países miembros del bloque CA-4, en Tegucigalpa, República de Honduras el día tres de octubre de 2006.

⁸² www.sica.int en la sección Centro de Documentación.

CAPÍTULO III⁸³

PRINCIPALES RETOS O DIFICULTADES DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

III. PRINCIPALES RETOS DEL SICA QUE INCIDEN NEGATIVAMENTE EN LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA:

1. La ausencia de voluntad política y vocación integracionista son los mayores retos que pueda tener tanto el proceso de integración centroamericana en general como la integración turística de la región en particular.

Dicha falta de voluntad y vocación integracionista incide negativamente en todas las dimensiones de la integración de la región [dimensión política, económica, social y jurídica]. Esto lesiona profundamente los principios y fines del SICA y en nuestro caso de estudio a la industria turística centroamericana.

Los Estados miembros del SICA deben manifestar su voluntad política de llevar a buen puerto el proceso de integración centroamericano mediante una reforma estructural apropiada del Sistema, otorgándole a los órganos e instituciones regionales niveles de supranacionalidad adecuados para ubicarse más activamente al frente del proceso.

2. Otro reto tanto de la integración centroamericana en general como de la integración turística en particular es el inadecuado financiamiento para garantizar el correcto funcionamiento de sus órganos e instituciones y la ejecución de planes, programas y proyectos dirigidos a mejorar el estado de la integración del istmo. Los Estados miembros del SICA están obligados por medio del Protocolo de Tegucigalpa a garantizar el apropiado sostenimiento del Sistema. Actualmente, el déficit

⁸³ *Vid., supra*, p. 3.

presupuestario del SICA es complementado por la cooperación de organizaciones internacionales o por Estados de mayor desarrollo económico.

3. El marco jurídico débil, contradictorio y difuso del Sistema. La reforma, cuando menos, de los tratados constitutivos del SICA es una necesidad inminente, de lo contrario se seguirán realizando «esfuerzos integracionistas» de poca efectividad para la integración real de la región.
4. La sociedad civil de Centroamérica organizada a través del CC-SICA es débil por carecer sus decisiones de fuerza vinculante. Como resultado de este estado de las cosas los órganos e instituciones del Sistema adoptan medidas que muchas veces no reflejan la realidad de la sociedad civil de la región, estableciendo programas y planes de acciones abstraídos de la realidad económica, política, jurídica, etc. de Centroamérica. Se evidencia pues, un alto grado de descoordinación institucional, dispersión y duplicidad de instituciones y funciones en el SICA que son nocivas para el correcto desenvolvimiento del proceso integrador.

IV. PRINCIPALES RETOS DE LA INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA:

1. La libre circulación de personas en la región centroamericana es uno de los retos trascendentales del proceso de integración turística del istmo pues esta materia es de vital importancia para el desarrollo del turismo de la región. Actualmente, cuatro de los siete países centroamericanos [El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua] poseen mecanismos de facilitación migratoria por medio de las vías terrestre, aérea y marítima.
2. La infraestructura turística también representa uno de los grandes retos para la integración turística centroamericana. El SICA a través del CCT no posee competencias ni dinero para desarrollar la infraestructura turística de la región [vías de acceso a lugares con vocación turística, mejoramiento de edificios históricos o emblemáticos de fuerte atractivo turístico, mejoramiento o reparación de sitios públicos tales como

plazas, parques, etc.]. Dichas competencias son propias de los Estados miembros del Sistema lo que provoca una marcada diferencia en la calidad de dicha infraestructura de cada país centroamericano lo cual está íntimamente relacionado con el mayor o menor grado de desarrollo económico de cada uno de estos.

3. Falta de un ordenamiento jurídico regional dirigido a regular, fomentar o incentivar el turismo y las inversiones en materia turística o cuando menos la homogenización de estos aspectos en el ordenamiento jurídico interno de cada Estado miembro del SICA.

Este es un aspecto de gran importancia puesto que facilitaría las inversiones públicas y privadas de la industria turística. Para desarrollar dicha industria es necesario estandarizar los procedimientos e incentivos, en su caso, que hagan atractivo y faciliten el poder invertir en turismo en Centroamérica y que dicha industria despliegue todo o gran parte de su potencial con mayor facilidad, generando empleos, infraestructura y captación de divisas para los Estados centroamericanos.

Estos son algunos de los principales retos que el SICA y la integración turística centroamericana deben solucionar a la mayor brevedad posible si se pretende alcanzar el desarrollo económico, social y cultural de los países de la región con el fin de lograr mayores beneficios para sus habitantes.

CAPÍTULO IV⁸⁴

BREVE COMPARACIÓN ENTRE EL TURISMO REGIONAL CENTROAMERICANO Y EL DE LA UNIÓN EUROPEA

I. EL SISTEMA INSTITUCIONAL Y NORMATIVO:

Es evidente que el SICA ha obtenido avances significativos en materia turística, a partir de la creación del CCT como máximo órgano encargado de velar por el desarrollo de la industria turística centroamericana, aunque claro está que aún persisten una serie de retos en dicha materia.

De igual manera, se ha creado la ST- CCT que es la oficina ejecutiva permanente del CCT, la CATA como una agencia mixta [público/privado] encargada de promocionar y vender a Centroamérica como un multidestino y COMECATUR que está a cargo de la definición e implementación de la estrategia regional de promoción y mercadeo turístico, que incluye el Plan de Gestión de la Marca Centroamericana.

El CCT lleva a cabo acciones conjuntas con el sector turístico privado, representado por la FEDECATUR, sin embargo, los avances hasta tal punto no han sido de gran peso para el sector privado debido a que éste sólo está facultado como órgano observador dentro del Sistema, con voz pero sin voto, lo que deja en el vacío la opinión y la toma de decisiones conjuntas ya que en definitiva es el sector público el que verdaderamente decide que hacer en cuanto al turismo en Centroamérica. No es conveniente obviar que el sector privado es el que está al frente de la mayor parte de las empresas turísticas en la región, razón por la cual, es necesario otorgarle una participación más activa dentro del proceso.

En el caso de la UE hasta la fecha no cuenta con una organización supranacional encargada de impulsar el desarrollo del turismo en la región, ya que los Estados no la han dotado de tal competencia, por tanto la política turística sigue siendo competencia exclusiva

⁸⁴ *Vid., supra*, p. 3

de los Estados miembros. La UE tiene claramente definida sus competencias, las cuales se clasifican en: competencias exclusivas, compartidas y de apoyo, y/o coordinación⁸⁵, es dentro de ésta última que se encuentra ubicada el turismo⁸⁶.

La delimitación de las competencias de la Unión se rige por el principio de atribución y El ejercicio de las mismas por los principios de subsidiariedad⁸⁷ y proporcionalidad⁸⁸.

En virtud del principio de subsidiariedad, en los ámbitos que no sean de su competencia exclusiva, la Unión intervendrá sólo en caso de que, y en la medida en que, los objetivos de la acción pretendida no puedan ser alcanzados de manera suficiente por los

⁸⁵ Tratado de Lisboa -Titulo I «Categorías y Ámbitos de Competencias de la Unión ». Arts. 2 A - 2 E.

⁸⁶ *Ídem*. Art. 2 E.: «La Unión dispondrá de competencia para llevar a cabo acciones con el fin de apoyar, coordinar o complementar la acción de los Estados miembros. Los ámbitos de estas acciones serán, en su finalidad europea: [...] turismo».

⁸⁷ Este principio presenta dos vertientes, una positiva y otra negativa. La positiva, es decir, la que estimula as competencias a favor de la CE, dice que la CE debe actuar cuando los fines perseguidos «*puedan lograrse mejor [...] a nivel comunitario*»; la negativa, es decir, la lectura restrictiva del principio de subsidiariedad, significa que la CE debe abstenerse de intervenir si la actuación de los Estados miembros es suficiente para conseguir el objetivo. Klaus, Dieter B., «las Competencias de la UE» en *El ABC del Derecho comunitario*, nº 29 (1999),

⁸⁸ *Ídem*. Según dicho principio, es preciso estudiar detenidamente si resulta necesario un instrumento jurídico y si no bastaría otro medio de acción. Esto significa, ante todo, que debe darse preferencia a las leyes marco, las disposiciones mínimas y las normas de reconocimiento mutuo de disposiciones nacionales y deben evitarse las normas demasiado detalladas.

Estados miembros, ni a nivel central ni a nivel regional y local, sino que puedan alcanzarse de manera más eficiente, debido a la dimensión o a los efectos de la acción pretendida, a escala de la Unión.

Por tal razón, el turismo al no ser una política comunitaria, la UE no dispone de competencias para crear legislación comunitaria que regule de forma directa la industria turística, razón que no ha representado un obstáculo para que la UE haya emprendido programas de apoyo que impulsen el desarrollo del turismo en la región, por medio de otros sectores íntimamente ligados al turismo tales como: libre circulación de personas, medio ambiente y protección del consumidor, entre otros.

Es elemental señalar que en ninguno de los tratados constitutivos de la Comunidad Europea [CE] se menciona el tema del turismo, por lo que la UE interviene en tal materia a través de recomendaciones y dictámenes que si bien no tienen fuerza coactiva son de gran importancia en el turismo.

En el caso del SICA si bien cuenta con un marco normativo [Protocolo de Tegucigalpa], que es el instrumento referencial de los órganos e instituciones de la integración, caso para el cual aplica el CCT como institución encargada de la industria turística, presenta notables debilidades en cuanto a la claridad y coherencia del mismo, lo que puede prestarse a la falta de unanimidad en la interpretación de la norma y por ende que el avance de la integración sea lento y equívoco.

A diferencia de la UE, si analizamos el texto del Protocolo de Tegucigalpa, en el SICA no se encuentran definidas de forma explícita sus competencias [exclusivas, compartidas y/o de apoyo], por lo que se deduce que esta atribución está dada en la medida en que la organización le atribuye competencias y/o funciones en diferentes materias a cada uno de los órganos de la misma y siempre teniendo como referencia al Protocolo de Tegucigalpa.

De igual manera, y a como ya se ha mencionado en páginas anteriores, la estructura institucional del SICA no tiene los poderes supranacionales necesarios para dar

cumplimiento a los objetivos, quizás ambiciosos, planteados en el Protocolo, lo que sienta una clara visión de la falta de voluntad política por parte de los Estados miembros. Tal actitud, da lugar a una serie de contrariedades permitidas en algunos casos por el mismo marco normativo y en otros por la falta de seriedad y vocación integracionista del Sistema y de los Estados. Ejemplo de ello es el acuerdo del bloque CA-4, en dicho acuerdo claramente podemos observar como el sistema permite la asimetría variable entre los Estados miembros ya que este hasta la fecha está compuesto únicamente por cuatro países de siete que integran la región centroamericana.

El avance obtenido por estos cuatro países en materia de libre circulación de personas ha sido de gran importancia para el desarrollo del turismo, ya que la inexistencia de fronteras internas en el bloque CA-4 y la unificación en cuanto a documentación requerida ha permitido que los turistas [nacionales de los países miembros y extranjeros] se puedan desplazar más fácilmente por el territorio, siendo esta una gran ventaja en beneficio de la promoción del turismo como una sola región. A pesar de lo anteriormente mencionado, el hecho de que no todos los países de la región formen parte del acuerdo dificulta el avance equilibrado de los Estados y lesiona el esfuerzo integracionista de los Estados que buscan un objetivo común.

En el arto 21 párrafo segundo del Protocolo de Tegucigalpa⁸⁹ se observa que el SICA carece de autonomía, [una de las principales características del concepto general de supranacionalidad], es decir que según dicho artículo cada uno de los Estados miembros del Sistema tiene poder de veto y pueden obstaculizar cualquier decisión que profundice el proceso de integración [incluyendo la materia turística], esto se da porque en el mismo se habla de consenso lo que no tiene relación con el hecho de que cada Estado tendrá derecho a un voto. Haciendo un rápido análisis se puede notar que existe una confusión entre lo que es consenso y unanimidad. Esto mismo es afirmado en el Protocolo de

⁸⁹ «En el Consejo de Ministros, cada Estado Miembro tendrá solo un voto; las decisiones sobre cuestiones de fondo deberán ser adoptadas por consenso. Cuando haya duda sobre si una decisión es de fondo o de procedimiento, se resolverá por mayoría de votos.».

Guatemala en su arto 52, el que promueve la asimetría variable dentro del sistema al establecer lo siguiente: «Las decisiones de los órganos del subsistema económico se adoptarán mediante el consenso de sus miembros. Ello no impedirá la adopción de decisiones por alguno de los países pero sólo tendrán carácter vinculante para éstos. Cuando un país miembro no haya asistido a la Reunión de Órganos correspondiente, podrá manifestar por escrito a la SIECA su adhesión a la respectiva decisión.»

II. ASPECTOS MATERIALES: LIBRE CIRCULACIÓN DE PERSONAS:

En el caso específico del SICA, la libre circulación de personas y/o turistas es parte de las acciones a desarrollar en el Plan de Acción de la Declaración de San José. Hasta la fecha uno de los principales avances en esta materia ha sido el establecimiento de la visa única entre países que integran el bloque CA-4, dentro de ésta se pueden distinguir tres categorías⁹⁰:

1. Categoría A: exento de visa, en la que se encuentran 76 países, éstos podrán ingresar a los territorios de cualquiera de las partes por cualquiera de las delegaciones migratorias periféricas, y movilizarse libremente dentro de los países cruzando por cualquiera de las delegaciones migratorias internas.
2. Categoría B: visa consular, 72 países, y
3. Categoría C: Consultada, 43 países, únicamente podrá desplazarse por el territorio del país que le otorgó la visa.

Igualmente se ha llevado a cabo una política de desregulación comercial y turística aérea con el objetivo de reducir los precios para todos aquellos que deseen visitar los cuatro países del bloque CA-4.

⁹⁰ Convenio de Creación de la Visa Única Centroamericana para la Libre Movilidad de Extranjeros entre las Repúblicas de El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. www.sica.int en el enlace- Centro de Documentación.

Lo anterior trae consigo beneficios significativos para el impulso del turismo en Centroamérica, puesto que, al prestar mayores facilidades para ingresar al país existirá un aumento en la posibilidad de que los turistas elijan como su destino los países de la región centroamericana, claro está, conjugado con una eficiente estrategia de publicidad y mercadeo en diferentes mercados emisores, dejando consigo cuantiosos beneficios económicos para los diferentes Estados. No obstante, la poca voluntad política de una parte de los Estados del Sistema se hace presente de nuevo, ya que, únicamente se han integrado en dicho acuerdo cuatro países de la región, lo que promueve, como ya se ha mencionado, el desarrollo de unos cuantos, violando por tanto esa imagen de una sola región que se trata de vender a diferentes países del mundo.

Haciendo referencia a la UE, la libre circulación de personas, ha reducido la duración de los viajes gracias a la desaparición de las esperas en las fronteras y la eliminación de los controles de viajeros en el mercado único, que tendían a mantener recluidas a las personas, las mercancías y el dinero tras los muros proteccionistas nacionales. Ahora que estas barreras se han derribado, la población europea y extranjera ha comenzado a disfrutar de oportunidades cada vez más amplias.

Uno de los Acuerdos de mayor importancia para el avance de la libre circulación de personas en el territorio de la UE es el Acuerdo de Schengen⁹¹, firmado el 14 de junio de 1985, el cual Desde su entrada en vigor en 1995 quedaron suprimidos los controles de los viajeros (independientemente de su nacionalidad) en la mayor parte de las fronteras interiores de la región, se armonizaron los controles en las fronteras exteriores y se introdujo una política común de visados. Por lo que una vez que un visitante ha ingresado

⁹¹ <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l33020.htm> [enlace directo].

legalmente en cualquier país de la «zona Schengen⁹²», puede viajar libremente a todos los demás sin necesidad de una autorización previa o prescindiendo de pasaporte.

El Acuerdo de Schengen comprende todos los Estados miembros de la UE excepto Irlanda y el Reino Unido, que cooperan con sus socios en los asuntos policiales y judiciales pero no han suprimido los controles en sus fronteras. Por esto, todavía es necesario presentar el pasaporte cuando se viaja entre el Reino Unido o Irlanda y el resto de la Unión.

En el marco de la cooperación Schengen los Estados han adoptado ciertas medidas, de las cuales se presentan las de mayor importancia para el desarrollo del turismo en la región:

1. la abolición de los controles en las fronteras comunes y la realización de estos controles en las fronteras exteriores;
2. la definición común de las condiciones de paso a través de las fronteras exteriores y de las normas y modalidades uniformes de control de estas personas en dichas fronteras;
3. la separación en las terminales de los aeropuertos y en los puertos entre los viajeros que circulan en el ámbito de Schengen y los procedentes del exterior de la zona;
4. la armonización de las condiciones de entrada y de visados para las cortas estancias;

⁹² En la actualidad, trece Estados miembros de la Unión Europea (Bélgica, Dinamarca, Alemania, Grecia, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Austria, Portugal, Finlandia y Suecia), además de Noruega e Islandia, aplican plenamente las disposiciones del acervo de Schengen. Los diez nuevos Estados miembros de la Unión Europea (Chequia, Estonia, Chipre, Letonia, Lituania, Hungría, Malta, Polonia, Eslovenia y Eslovaquia) todavía no son miembros de pleno derecho del espacio Schengen, ya que, por el momento, se mantienen los controles fronterizos entre ellos y los miembros actuales del espacio Schengen, hasta que el Consejo de la Unión Europea decida que se cumplen las condiciones para suprimir los controles en las fronteras interiores. No obstante, desde la fecha de su adhesión, dichos Estados aplican partes del acervo de Schengen, en particular en el ámbito de la cooperación policial y judicial, así como del control en las fronteras exteriores. Los Estados miembros de la Unión Europea que todavía no forman parte del espacio Schengen son Irlanda y el Reino Unido, que han optado por mantener los controles fronterizos con los demás Estados miembros de la Unión Europea (aunque están autorizados a aplicar algunas de las disposiciones sobre cooperación policial y judicial en materia penal).
http://ec.europa.eu/youreurope/nav/es/citizens/travelling/schengen-area/index_es.html

5. la creación del Sistema de Información Schengen [SIS].

Es importante destacar que en el acuerdo Schengen, en el caso de nacionales de la UE pueden movilizarse libremente por todos y c/u de los países de la UE, sin importar si hay países que aún no pertenecen a dicho acuerdo, en cambio, para los nacionales de terceros países [en este caso turistas] sólo pueden desplazarse por los países miembros del espacio Schengen, por tanto, si éstos desean viajar a un país no parte del espacio tendrán que hacer uso de la documentación y requisitos que cada Estado exige para su ingreso.

Haciendo un breve análisis, el desarrollo en materia de circulación de personas es mayormente notable en la UE, teniendo políticas bien definidas y una armonización clara y eficiente entre los Estados miembros de la UE, tomando en cuenta que ésta ha creado facilidades significativas tanto para los visitantes extranjeros como para sus nacionales. Haciendo referencia al SICA también ha habido un avance importante pero no suficiente para lograr que el turismo se vea beneficiado como región, puesto que en tal materia no todos los países están dispuestos a colaborar y ser parte de los elementos que conlleva la libre circulación de personas.

III. PROMOCIÓN Y MERCADEO:

La UE con el objetivo de impulsar el desarrollo del turismo, a través de la Comisión ha desarrollado algunas iniciativas tales como la creación de la página Web oficial⁹³ para todas aquellas personas que viajan por el territorio de la UE, en la que se encuentran una serie de mecanismos que facilitan el viaje del turista y lo orienta e informa sobre aspectos de importancia al momento de viajar dentro de su territorio, permitiendo que el viaje sea cada vez más placentero para los turistas.

A continuación hablaremos rápidamente de los principales elementos que facilitan el ingreso de turistas a territorio europeo:

⁹³ Página oficial de la UE para los viajeros: http://europa.eu/abc/travel/index_es.htm

1. Documentos que va a necesitar: explica de forma clara y rápida los documentos que el turista debe portar al momento de viajar por el territorio de la UE, así como la necesidad de visar únicamente en uno y/o cualquiera de los países que forman parte del acuerdo Schengen y orienta a aquellos turistas cuyos países no necesitan visa para ingresar al territorio europeo. Este tipo de información es de gran importancia para el turista al momento de viajar, ya que esto le permite estar informado y prevenir incidentes negativos al momento de presentar cualquier documentación necesaria.
2. El desplazamiento: aquí el turista podrá encontrar información sobre cómo desplazarse por diferentes medios de transporte dentro del territorio de la UE. En cuanto a viajar por carretera se orienta al viajero sobre la póliza de seguro de automóvil, algunas reglamentaciones en cuanto a seguridad vial y que varían según el país que se desee visitar [obligatorio usar el cinturón de seguridad, en Chipre, Irlanda, Malta y el Reino Unido se conduce por la izquierda, etc.], así como la Carta Verde que es un documento que sirve como prueba del seguro reconocida internacionalmente y facilita la reclamación de indemnizaciones en caso de accidente, sin embargo esta no es necesaria para viajar dentro del territorio, pero, al no contar con ésta, el viajero debe llevar consigo la documentación que certifique que está asegurado. Igualmente en el portal se encuentra información sobre cómo viajar por tren, avión, metro, bicicleta y /o excursionismo.
3. El dinero: se puede encontrar información principalmente sobre los países en los que circula el euro y el tipo de cambio de éste.
4. Una de las facilidades bastante innovadora que ha impulsado la UE, es la de poder viajar con mascotas de compañías, necesitando únicamente el “pasaporte para animales de compañía de la UE” [válido hasta el año 2011], el cual debe contener datos como: la vacunación contra la rabia, entre otros requerimientos que varía según el país a visitar. Se pretende que después del año 2011 a los animales se les introduzca un microchip que facilite la identificación del mismo.

5. Es importante señalar que la UE ha creado el número único europeo de urgencia [112], donde el visitante puede llamar de cualquier país de la UE si se encuentra en situaciones que comprometen su bienestar. La UE ha impulsado una mayor sensibilización y uso del número y el desarrollo de sistemas que envían automáticamente información para la localización de las llamadas desde teléfonos fijos y móviles a los servicios de urgencias. Al mismo tiempo, los fabricantes de automóviles están trabajando en desarrollar vehículos que pueden hacer llamadas de emergencia automatizadas [«eCalls»] en caso de accidente en cualquier lugar de Europa y dar la localización precisa a los centros de atención de urgencias 112. Además existe asesoramiento gratuito sobre los derechos de los viajeros llamando al número 00 800 67891011.
6. La UE ha desarrollado una “Etiqueta Ecológica” utilizando como símbolo una flor, la que significa que el establecimiento que haga uso de ella limita su consumo de agua y energía, reduce sus residuos y utiliza fuentes de energía renovables. Ésta se encuentra en productos de consumo diario como detergentes, zapatos, prendas de vestir, entre otros, pero también es utilizada por hoteles, pensiones, albergues juveniles y hasta camping que buscan ser respetuosos con el medio ambiente. Tal iniciativa, permite que el visitante pueda identificar aquellos lugares que buscan el beneficio para el medio ambiente. Actualmente la crisis medioambiental es una situación que embiste a todos los países del mundo por lo que se está trabajando en concienciar a las personas en el uso adecuado y razonable del medio ambiente; así pues, la iniciativa de la Etiqueta Ecológica viene a ser un incentivo positivo que motiva a los visitantes con conciencia ambientalista a hacer uso de servicios y/o productos acreditados con la Flor, al igual que trabaja como un símbolo de sensibilización con la naturaleza.
7. También se proporciona información relacionada al momento adecuado para viajar, haciendo énfasis en las temperaturas del clima y los principales días festivos, así como, de los lugares con potencial turístico que se pueden visitar dentro del territorio europeo.



Cada una de las facilidades mencionadas anteriormente son parte de las iniciativas que la UE ha impulsado con el objetivo de promover y hacer cada vez más fácil, rápido y efectivo el desplazamiento de las personas por su territorio y principalmente que brinde al visitante experiencias inolvidables, que después de todo es uno de los principales motivos por los que las personas se desplazan a un lugar diferente al de su residencia habitual.

En el caso del SICA, también se ha creado una página Web que promueve la visita al territorio centroamericano⁹⁴, en esta podemos encontrar información general, extensión geográfica, población y moneda sobre los diferentes países que integran el Sistema. Es importante señalar que dicha página está mayormente enfocada a proveer al turista de información de los principales lugares que puede visitar en cada uno de los países centroamericanos, así como en dar algunas alternativas de paquetes regionales ya organizados, con un contenido histórico- cultural que promueve a Centroamérica como una sola región, a diferencia de la Web de la UE que está mayormente enfocada a brindar información que verdaderamente facilita el viaje a los visitantes, siendo de mayor utilidad para los turistas ésta información que por lo general el visitante tiene acceso limitado o no puede conocerla fácilmente⁹⁵. Sin embargo, tanto el SICA como la UE suministran algún tipo de información similar que facilita el desplazamiento con fines turísticos.

A continuación señalaremos las principales facilidades encontradas en la web oficial creada por el SICA para promover el turismo en Centroamérica:

1. Podrá encontrar un convertidor de moneda, que será de utilidad para los turistas que visitan Centroamérica y deseen realizar la conversión de su moneda a la moneda nacional del país que visitan, sin embargo no brinda mayor detalle sobre la moneda que

⁹⁴ Página Web oficial para la promoción de Centroamérica como un multidestino turístico: **www.visitcentroamerica.com**

⁹⁵ Es más fácil para un turista encontrar información sobre los lugares que desea visitar que encontrar información sobre sus derechos y obligaciones en el país que visita o a quien recurrir si se le presenta alguna situación de emergencia.

circula dentro del territorio, tal información se menciona al momento de brindar información general de los países de forma individual.

2. Es importante indicar que dentro de la Web el visitante puede conocer los diferentes eventos que se estarán realizando en los países de la región, promoviendo así la visita con el objetivo de participar en tales eventos.
3. También, el SICA a través de su página de turismo facilita a los turistas medios de información portátiles, buscando que tengan acceso a otro tipo de documentación más sencilla y la cual puede imprimir y portarla en su bolsillo. En dicha página encontrará mapas de los países centroamericanos. Sin embargo no aparece el mapa de mayor importancia que es el mapa turístico de la región [ver anexo n° 5].
4. Uno de los principales avances en cuanto a promoción del turismo es la creación de las diferentes rutas centroamericanas, en las que se promueve la región como un solo destino. Dentro de estas podemos mencionar: Ruta Patrimonio Mundial [ver anexo n° 5], Ruta colonial de los volcanes y Ruta Quetzal BBVA en Panamá. Las rutas turísticas ofrecidas por la región permiten al visitante conocer de manera sencilla la esencia centroamericana.
5. Así pues podemos encontrar otra serie de información que promueve el turismo centroamericano, tales como: tipos y nombres de alojamientos y restaurantes existentes [por país y región], eventos en general [congresos, competencias, ferias, exposiciones, etc.], y actividades que se pueden realizar en la región [turismo de playa, de aventura, etc.].

Uno de los avances más importantes y quizás el de mayor relevancia en el caso SICA es la creación de la CATA⁹⁶, la cual, lleva acciones encaminadas al posicionamiento de la marca regional, la participación en ferias internacionales y otras de relevancia para la

⁹⁶ *Vid., supra*, p. 15

promoción de Centroamérica en Europa y Asia. En el caso de la UE, no se cuenta con una agencia regional de promoción de Europa, sino que ésta se promociona únicamente a través de la Web oficial para el viajero que desea visitar Europa, no obstante, el turista puede ser remitido a la Web de oficial de turismo de cada uno de los países miembros de la UE, en la que se le ofrece al turista información detallada del país que desea visitar.

Igualmente, en el SICA, por medio de FODESTUR⁹⁷, se ha creado la marca centroamericana «Centroamérica tan pequeña...tan grande...» la cual



responde a la voluntad y al esfuerzo de los siete países que integran el territorio centroamericano; siendo ésta con la que se vende y se promueve a Centroamérica como una sola región. En el caso de la UE no existe una marca turística que represente a la región ya que en este caso no depende de la UE sino de cada uno de los Estados miembros, por ser el turismo competencia exclusiva de los mismo. Sin embargo, ha desarrollado la Etiqueta Ecológica [de la cual hemos hablado anteriormente], que si bien no persiguen el mismo objetivo, impulsa a la concientización por el uso adecuado y racional de los recursos naturales.

Haciendo un breve análisis enfocado a cada una de las organizaciones regionales y las facilidades que cada una ha creado para el impulso y desarrollo del turismo, podemos decir que indudablemente la UE aún sin tener la competencia exclusiva o al menos compartida en cuanto al turismo ha llevado a cabo acciones fundamentales para que Europa pueda ser uno de los principales destinos a nivel mundial, otorgando a sus visitantes, nacionales y extranjeros facilidades que son parte de los elementos motivadores al momento de elegir un destino. La participación de los Estados es de gran importancia en este caso, ya que el turismo a como ya se había mencionado es competencia exclusiva de los Estados miembros, lo que significa que la UE puede intervenir en tal materia únicamente cuando los estados así lo soliciten [principio de subsidiariedad], lo que implica voluntad política y la lucha por conseguir un objetivo común.

⁹⁷ *Vid., supra.* p. 23

Si bien el SICA, ha logrado avances relevantes en dicha materia aún no ha podido lograr que la participación de los Estados sea uniforme y que éstos a su vez trabajen como una sola región, buscando el beneficio de todos y no de unos cuantos, sabiendo que el Sistema cuenta con poderes supranacionales efectivos, «así se supone», teniendo este la competencia en materia turística, por lo que la poca voluntad de los Estados se evidencia al dejar que unos avancen de forma más acelerada que otros sin poner un límite en la integración de ciertas acciones⁹⁸. De igual manera el desenvolvimiento del turismo en Centroamérica está mayormente enfocado al fortalecimiento de las instituciones nacionales de turismo y no así en el fortalecimiento del CCT como organización regional encargada del desarrollo del mismo.

Para finalizar podemos decir que, en el caso del SICA las acciones encaminadas a tratar de impulsar el desarrollo de la industria turística se enfocan en gran medida en la promoción y mercadeo de Centroamérica como multidesino turístico, descuidando aquellas acciones destinadas a facilitar el turismo dentro de la región, tal y como sucede en la UE.

⁹⁸ Ejemplo de ello es el acuerdo del CA-4, integrado hasta la fecha únicamente por cuatro países de Centroamérica [El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua]. Así también, podemos mencionar la Corte Centroamericana de Justicia [CCJ], integrada actualmente por los mismos Estados que conforman el bloque CA-4. Tanto los países de Centroamérica como el SICA están conscientes que para el desarrollo y avance efectivo de la integración regional es indispensable que todos participen de forma conjunta, buscando el cumplimiento de objetivos comunes y el bienestar de la región y no de unos cuantos países que integran el Sistema.

CONCLUSIONES

1. El SICA como organización internacional encargada de impulsar la integración de Centroamérica presenta profundas imperfecciones debido a la falta de voluntad política de sus Estados miembros de fortalecer dicha organización y a sus órganos, instituciones, organismos y secretarías especializadas. Debido a ello existen series dificultades institucionales, normativas, económicas y políticas que han estancado estructuralmente el proceso de integración centroamericana.
2. Sin embargo, en materia de integración turística, a pesar de las profundas dificultades y limitaciones del SICA, se han realizado notables avances institucionales y normativos que han venido a paliar los problemas de la industria turística de la región. Además, con ayuda internacional se han llevado a cabo proyectos de envergadura regional dirigidos a mejorar y/o perfeccionar en buena medida gran parte del potencial turístico de la región.
3. Sin embargo, dichos avances no son suficientes, pues es imprescindible que los Estados miembros del SICA empiecen a trabajar de forma más coordinada para alcanzar un grado o nivel considerable en materia de integración turística. Para ello, la voluntad política de los países del istmo debe ser expresada de forma real y efectiva dotando al SICA de poderes supranacionales reales para encaminar y hacer que el proceso de integración avance eficazmente, disminuyendo, en la medida de las posibilidades, las asimetrías del proceso actualmente presentes.
4. Es necesario que el SICA y por ende los Estados miembros del mismo se preocupen por dotar a sus instituciones de competencias que les permitan conseguir de forma más eficaz y eficiente sus objetivos, tal es el caso de la FEDECATUR que hoy por hoy está acreditada dentro del CC-SICA como miembro observador⁹⁹, teniendo únicamente voz pero no voto en la toma de decisiones enmarcadas en pro del desarrollo turístico de la región.

⁹⁹ *Vid., supra*, p. 10.

5. Es admirable el esfuerzo de la UE en cuanto a los logros obtenidos en materia de turismo a pesar de que sus competencias están limitadas en este aspecto. Si bien es cierto que el SICA ha logrado mayores avances en el aspecto institucional en comparación con la UE, también es cierto que esta última ha creado facilidades que posibilitan grandemente el desarrollo de la industria turística en su territorio. Su avanzado nivel de integración permite que el turismo se beneficie con muchísima más facilidad y en mayor magnitud que en el caso del SICA.

RECOMENDACIONES

No es tarea fácil hacer recomendaciones para tratar de mejorar tanto el proceso de integración centroamericana en general como la integración turística de la región en particular, sobre todo por que el manejo del proceso depende casi exclusivamente de la voluntad de los jefes de Estado y de Gobierno de los países centroamericanos, los que a lo largo de la historia no han sido capaces de encausar por la vía correcta el proceso integrador.

1. Dicho lo anterior, la mejor recomendación que podríamos dar es realizar reformas profundas tanto del sistema institucional como normativo del SICA donde se le transfieran poderes supranacionales y competencias realmente destinadas a impulsar la integración centroamericana. Sin embargo, por lo expuesto en el párrafo anterior, esto no sería posible debido a la ausencia de voluntad política y vocación integracionista de los gobiernos del área, aunque esto no debe imposibilitar que se continúen haciendo esfuerzos por parte de la sociedad civil, del sector académico y empresarial, con el objetivo de presionar a los gobiernos y parlamentos nacionales, a fin de que adopten medidas para profundizar en el proceso de integración y en el perfeccionamiento del SICA.

Partiendo del anterior escenario no muy prometedor, nos limitaremos a proponer algunas recomendaciones un poco superficiales, basándonos en las facultades o competencias que le están permitidas por el momento al SICA y que no plantean un escenario muy difícil de cumplir para las élites del Sistema:

2. El SICA necesita centrar esfuerzos en elementos indispensables para el efectivo desarrollo del proceso de integración centroamericana, tales como el otorgamiento al sector turístico privado [FEDECATUR y otras organizaciones similares] de una participación más dinámica dentro del proceso, colocándolo dentro de las esferas decisorias del Sistema, puesto que el sector privado es esencial en la calidad al momento de ofrecer el servicio turístico, pues no hay que olvidar que cuando hablamos de turismo nos estamos refiriendo a servicios [elementos intangibles], percepciones,

gustos y sobre todo satisfacciones de expectativas diversas y quién, si no es el sector privado, los que interactúan en el campo y conocen más detalladamente cuales son las limitantes y/o fortalezas de la industria turística [centroamericana en nuestro caso].

3. Igualmente, la libre circulación de personas es otro aspecto que el SICA, a través de las instancias correspondientes [CCT - ST-CCT, Consejo de Ministros intersectoriales, SIECA, SG-SICA, etc.], debe impulsar realizando mayores esfuerzos en cada Estado miembro [principalmente en aquellos que no forman parte del bloque CA-4], concienciando sobre los beneficios que promete este factor en lo económico, social y cultural, estos últimos aspectos íntimamente ligados con el turismo. Comparativamente, la libre circulación de personas se encuentra bastante desarrollada en el territorio de la UE, aún cuando el turismo no fue su fundamento. Tales avances deben marcar las pautas para que Centroamérica avance en dicha materia, obviamente adecuándola a la realidad política, económica y cultural de la región.
4. Así también se recomienda al SICA prestar mayor interés a la participación de la sociedad civil, haciendo uso de diferentes medios [foros, debates, capacitaciones, espacio en la Web oficial, etc.] con el objetivo de que la sociedad sienta que es tomada en cuenta y poder conocer a mayor profundidad sus necesidades pues, en muchos casos, la población desconoce qué es y cuales son los beneficios de la integración regional, dejando a un lado que son nuestros propios intereses los que están representados dentro de las diferentes instituciones regionales, arriesgando por tanto que la efectividad en la adopción de medidas no sea lo que la sociedad civil verdaderamente está demandando.
5. En el caso específico del turismo, la población que hace turismo nacional y/o regional puede aportar ideas innovadoras que pueden venir ya sea a mejorar o perfeccionar en gran medida el desarrollo del turismo centroamericano, ya que es importante destacar

que la mayor afluencia turística en Centroamérica es proveniente de los mismos países del istmo¹⁰⁰.

¹⁰⁰ En el año 2006, más de tres millones de centroamericanos se desplazaron por la región por motivos de turismo, <http://www.sica.int/cct> en la sección del CCT - Estadísticas.

BIBLIOGRAFÍA

1. FUENTES DEL CONOCIMIENTO:

A. Disposiciones normativas:

a. Normas de Derecho del SICA.

- Protocolo de Tegucigalpa a la carta de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA), Tegucigalpa, Honduras, 13 de diciembre de 1991.
- Protocolo al Tratado General de Integración Económica Centroamericana, «Protocolo de Guatemala», Guatemala, 29 de octubre de 1993.
- Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible, Nicaragua, 12 de octubre de 1994.
- Declaración de Montelimar II y Anexos [Programa de Acción Regional para el Desarrollo del Turismo], Montelimar, República de Nicaragua, 9 de Mayo de 1996.
- Declaración de San José y Anexos [Plan de Acción en Materia de Turismo], San José, Costa Rica, 13 de diciembre de 2002.
- *El Libro de Centroamérica (un instrumento cívico de los pueblos)*, edita SG-SICA, San Salvador, El Salvador, 2005 [en línea, www.sica.int en la sección Centro de Documentación].
- Acuerdo de Constitución de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América [FEDECATUR], San Salvador, El Salvador, 04 de febrero de 2004.
- Declaración de Apoyo de la Organización Mundial de Turismo a la Agencia de Promoción Turística Centroamericana. I Foro Centroamericano sobre la Cuenta Satélite de Turismo, San Salvador, El Salvador, 2003.

b. Normas de Derecho de la Unión Europea:

- Tratado de Lisboa, por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea y el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea (2007/c 306/01), *Diario Oficial de la Unión Europea*, 2007, pp. 12, 46-48.
- Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Turismo Social en Europa», numeral 2.4.4., *Diario Oficial de la Unión Europea*, 2006/C 318/12.

c. Jurisprudencia:

- TJCE, 15 de julio de 1964, Costa 6/64, Rec. 1964, p. 1141.

2. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

A. Obras específicas.

- KLAUS-DIETER, B., *El ABC del Derecho comunitario*, Comunidades Europeas, 2000, p. 28 y 29.
- SOLÍS RIVERA, L., *Centroamérica 2020: la integración regional y los desafíos de sus relaciones externas*, (CA 2020: Documento de trabajo n° 3), Institut für Iberoamerika-Kunde, Hamburg, 2000.
- BID, INTAL: «El INTAL y la integración turística», en *integración latinoamericana*, a. 1 n° 2, mayo, 1976, pp. 42-44 (Notas y Comentarios).
- DROR, Y.: «Conducción del Estado hacia la integración» en *Integración Latinoamericana*, n° 189-190 [1993], 3-9, pp. 3 [Resumen]. *Vid.:* http://www.iadb.org/intal/intalcdi/integracion_latinoamericana/documentos/189-190-Estudios_1.pdf.

- TRUYOL Y SERRA, A.: *La integración europea. Análisis histórico-institucional con textos y documentos*, vol. I: Génesis y desarrollo de la Comunidad Europea (1951-1979), Madrid, 1999, p.44.

3. REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.

A. <http://www.sica.int/cct> en la sección:

- Estadísticas.
- Reseña Histórica.
- CCT en breve.
- Proyectos.
- Plan Estratégico
- FEDECATUR
- CATA
- CATA en breve

B. <http://www.sica.int>.

C. <http://www.sica.int/pairca/> en el enlace- PAIRCA en breve.

D. http://europa.eu/abc/travel/index_es.htm

E. <http://www.visitcentroamerica.com>

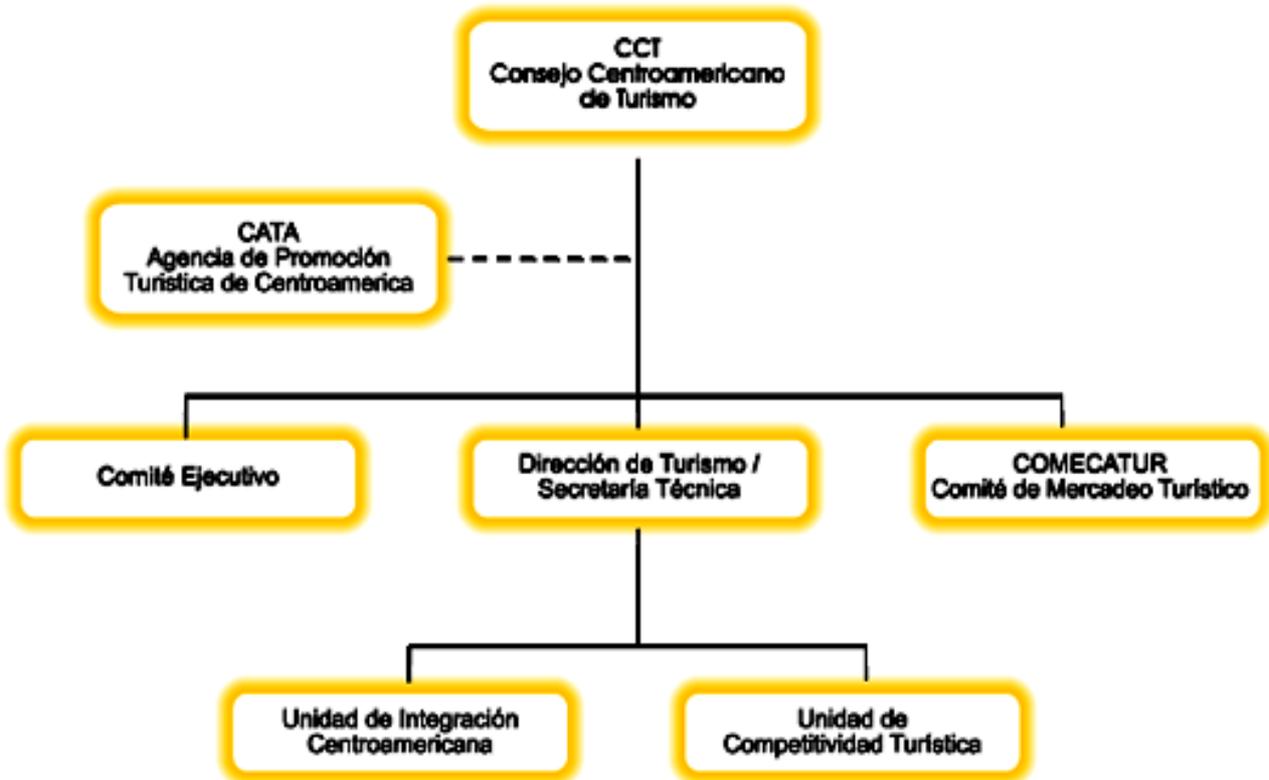
ANEXOS

Anexo n° 1
ESTADOS QUE INTEGRAN EL CCT



Anexo nº 2

ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL DEL CCT



Anexo n° 3



**BOLETÍN DE ESTADÍSTICAS
TURÍSTICAS DE CENTROAMÉRICA
2002-2006**

Secretaría Técnica del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) /

Dirección de Turismo, Secretaría General del SICA

2008

2.2. Número de agencias de viajes

Según la OMT, la definición de agencia de viajes es la siguiente: intermediario que provee una variedad de servicios relacionados a viajes, como transporte (incluyendo renta autos), hospedaje y paquetes turísticos, en base a una tarifa o contrato.

En la siguiente tabla se puede apreciar un resumen del número de agencias de viajes existentes en Centroamérica, del año 2002 al 2006:

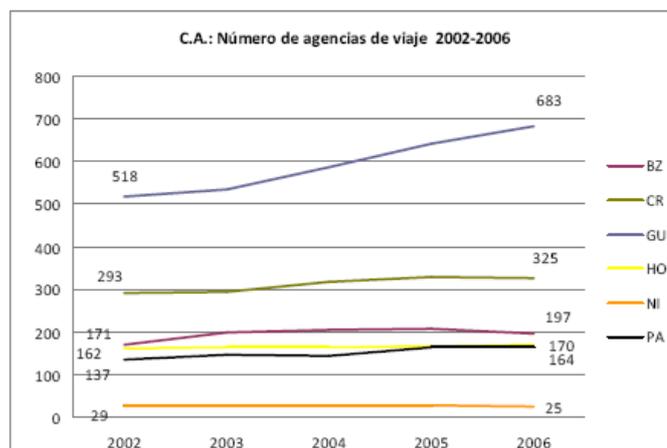
	CA	BZ ^P	CR ^W	ES	GU	HO	NI	PA
2002	1,310	171	293	n/d	518	162	29	137
2003	1,369	200	295	n/d	535	164	28	147
2004	1,445	204	317	n/d	586	166	28	144
2005	1,537	209	328	n/d	640	168	28	164
2006	1,564	197	325	n/d	683	170	25	164

Fuente: ANT

P: Cifra preliminar

W: Agencias inscritas en el Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

Durante el período 2002-2006, el número de agencias de viajes en Centroamérica incrementó en promedio un 4.5% año con año, atribuyendo el mayor aumento a Guatemala (31.8%), seguido de Panamá (19.7%). Durante el 2006, el país que reporta mayor número de agencias de viajes es Guatemala, con el 43.7% del total de la región, siendo el segundo Costa Rica con 20.8%. A continuación se detalla un resumen gráfico de este comportamiento para la región:



Fuente: ANT. Datos de El Salvador no disponibles.

3. MERCADO RECEPTOR

3.1. Número de visitantes

3.1.1. Llegada de turistas y excursionistas a la región

A continuación se cita el significado de los términos visitante, turista y excursionista, según definición de la OMT:

Visitante: Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Excursionista: Visitante del día (*menos de 24 horas, esto incluye cruceristas*)

Turista: Visitante que se hospeda por lo menos una noche (*en el país visitado*)

El consolidado de las llegadas de turistas a Centroamérica que se muestra a continuación, refleja un incremento continuo del año 2002 al 2006, mostrando el mayor aumento en el 2004 con respecto al 2003. Durante ese período, la llegada de turistas a la región aumentó en un promedio de 11% y la de excursionistas en 16%. Se considera que este comportamiento se debe en gran parte a los esfuerzos y estrategias de promoción turística que se han llevado a cabo en la región,

a través de la promoción y comercialización de paquetes multidesino, promoción intraregional, así como también, promoción individual de los países centroamericanos en otros mercados internacionales.

Adicionalmente, la promoción de la marca Centroamérica ha generado altas expectativas como destino turístico emergente con mucho contenido en cuanto a atractivos y productos de naturaleza y cultura. A continuación se presenta síntesis anual de la llegada de turistas, excursionistas y visitantes a Centroamérica, por país para el período en estudio.

2002	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
Turistas (en miles)	4,534.8	199.5	1,113.4	798.2	869.1	549.5	471.6	533.5
Excursionistas (en miles)	1,256.6	319.7	222.5	86.5	15.1	238.6	107.5	266.7
Visitantes (en miles)	5,791.5	519.2	1,335.9	884.7	884.2	788.1	579.2	800.2

2003	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
Turistas (en miles)	4,735.7	220.6	1,238.7	720.0	854.1	610.5	525.8	566.0
Excursionistas (en miles)	1,683.1	575.2	275.6	78.0	26.1	276.1	121.0	331.1
Visitantes (en miles)	6,418.8	795.9	1,514.3	798.0	880.2	886.6	646.8	897.0

2004	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
Turistas (en miles)	5,512.8	230.8	1,437.1	811.5	1,156.3	641.0	614.8	621.3
Excursionistas (en miles)	2,160.8	851.3	318.1	78.5	25.2	384.5	120.2	383.0
Visitantes (en miles)	7,673.7	1,082.3	1,755.2	890.0	1,181.5	1,025.5	735.0	1,004.2

2005	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
Turistas (en miles)	6,271.1	236.6	1,679.1	969.3	1,298.6	673.0	712.4	702.1
Excursionistas (en miles)	2,180.4	800.3	280.0	179.0	17.0	444.6	91.5	368.0
Visitantes (en miles)	8,451.7	1,037	1,959.1	1,148.3	1,315.6	1,117.6	804.0	1,070.1

2006	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
Turistas (en miles)	6,896.7	247.3	1,725.3	1,138.4	1,454.6	738.7	749.2	843.2
Excursionistas (en miles)	2,181.8	655.9 ^R	345.6	222.4	47.5	397.7	141.7	371.0
Visitantes (en miles)	9,041.6	903.3	2,070.9	1,360.8	1,502.1	1,136.4	890.9	1,215.1

Fuente: ANT

M: Datos ajustados por cambio metodológico en la medición de flujos migratorios terrestres

R: Únicamente incluye visitantes de cruceros

Un consolidado de la llegada de turistas y excursionistas a la región centroamericana, por año, así como su respectiva representación gráfica, se presentan a continuación:

C.A.: Incremento de llegadas de turistas, excursionistas y visitantes, 2002-2006.

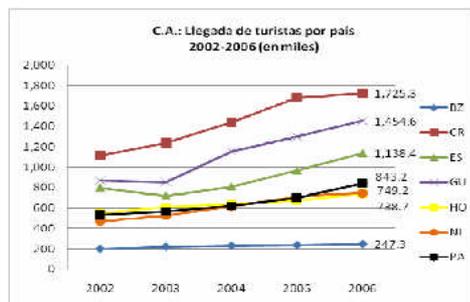
	2002	2003	Incremento porcentual 2003 vs. 2002	2004	Incremento porcentual 2004 vs. 2003	2005	Incremento porcentual 2005 vs. 2004	2006	Incremento porcentual 2006 vs. 2005	Incremento porcentual anual promedio
Turistas (en miles)	4,534.8	4,735.7	4%	5,512.8	16%	6,271.1	14%	6,896.7	10%	11%
Excursionistas (en miles)	1,256.6	1,683.1	34%	2,160.8	28%	2,180.4	1%	2,181.8	0%	16%
Visitantes (en miles)	5,791.5	6,418.8	11%	7,673.7	20%	8,451.7	10%	9,079.5	7%	12%

Fuente: ANT

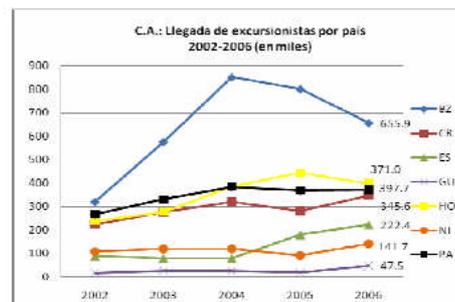


Fuente: ANT

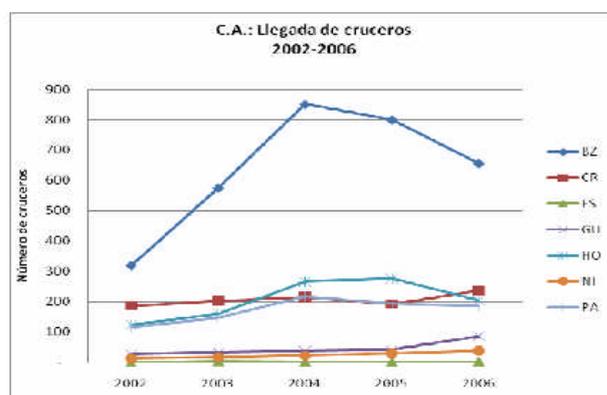
En los siguientes gráficos se presenta el comportamiento de llegadas de turistas, excursionistas y visitantes a la región, por país, del 2002 al 2006:



Fuente: ANT



Fuente: ANT



Fuente: ANT

3.2. Gasto turístico

3.2.1. Gasto diario y estadía promedio

El gasto diario promedio viene dado por un estimado del gasto por turistas y la estadía promedio, factores que se miden como estimaciones a partir de datos estadísticos y encuestas. Se puede apreciar en el próximo cuadro, que el gasto promedio diario y la estadía del turista en la región ha aumentado en el período en análisis en un 27.3% y 13.6% respectivamente. La situación no es la misma si se evalúa país por país, donde el gasto diario disminuyó en el caso de Belice, Guatemala y Nicaragua, mostrando el primero la reducción más marcada (40.7%). El resto de países aumentaron su gasto diario en el mismo período de 5 años, siendo Panamá el que reporta el mayor incremento porcentual de 53.6%.

En cuanto a la estadía promedio en días, Guatemala y Honduras reflejaron disminuciones del 15.6% y 14.2% respectivamente, mostrando el resto de países incremento en este rubro, siendo el más marcado El Salvador con un incremento del 82.5%.

El país que actualmente reporta un mayor gasto diario es Panamá con US \$496, gracias al turismo de compras promovido y liderado por este país, seguido por Costa Rica y Guatemala con US \$117.1 y US \$101.2, respectivamente. En cuanto a estadía promedio, Costa Rica ocupa el primer lugar con 11.1 día, seguido por Honduras con 9.1 y el tercer lugar lo comparten Belice y Guatemala con 7.7 y 7.6 días, respectivamente.

2002	CA ^B	BZ	CR ^K	ES	GU	HO	NI	PA
Gasto diario (en US\$)	122.7	94.0	110.9	90.0	105.5	60.2	75.0	323.0
Días de estadía promedio	6.6	7.6	9.7	4.0	9.0	10.6	3.3	2.1

2006	CA ^B	BZ	CR	ES	GU	HO	NI ^P	PA ^P
Gasto diario (en US\$)	156.2	55.7	117.1	93.9	101.2	73.4	70.9	496
Días de estadía promedio	7.5	7.7	11.1	7.3	7.6	9.1	3.8	2.4

Fuente: ANT

P: Cifra preliminar

K: Turistas que ingresan por vía aérea

B: Dato promedio, considerando países donde está disponible esta información

3.2.2. Divisas generadas (en millones US\$)

Para la mayoría de los países de la región, el turismo es de los principales sectores generadores de divisas de la economía, desplazando a actividades agrícolas tradicionales como el café. Este protagonismo por parte del turismo es relativamente reciente, mostrándose en el siguiente cuadro, cómo las divisas generadas por este rubro han ido en constante aumento año con año para todos los países casi sin excepción. Para la región, durante el período, el año que presentó el mayor aumento en divisas fue el 2005, en donde el incremento con respecto al 2004 fue de 19%. El país que generó la mayor cantidad de divisas en el 2006, al igual que en el resto del

período en análisis, fue Costa Rica, seguido muy de cerca por Panamá y Guatemala. Estas cifras se presentan a continuación:

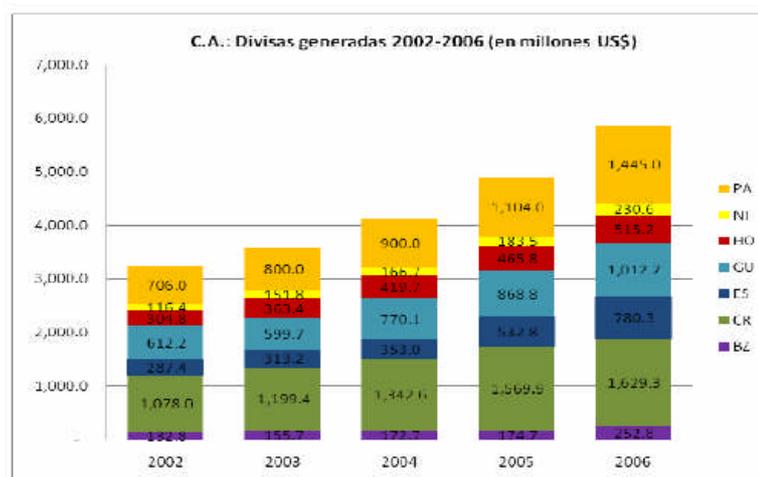
C.A.: Divisas generadas 2002-2006 (en millones US\$)

	CA	BZ	CR	ES ^M	GU	HO	NI	PA
2002	3,237.6	132.8	1,078.0	287.4	612.2	304.8	116.4	706.00
2003	3,583.2	155.7	1,199.4	313.2	599.7	363.4	151.8	800.0
2004	4,124.8	172.7	1,342.6	353.0	770.1	419.7	166.7	900.0
2005	4,899.5	174.7	1,569.9	532.8	868.8	465.8	183.5	1,104.0
2006	5,865.9	252.8 ^P	1,629.3	780.3	1,012.7	515.2	230.6	1,445.0

Fuente: ANT

M: Datos ajustados por cambio metodológico en la medición de flujos migratorios terrestres. No incluye ingresos generados por excursionistas.

P: Cifra preliminar



Fuente: ANT

4. MERCADO EMISOR

4.1. Salida de turistas (en miles)

Al analizar a Centroamérica como mercado turístico emisor, sin tomar en cuenta a Belice y Panamá, por no contarse con datos estadísticos disponibles, se denota un incremento en el flujo de turistas que salen de la región hacia otros destinos. En forma consistente, El Salvador es el país que refleja la mayor cantidad de salidas de la región, seguido por Guatemala y Nicaragua. De allí la estrategias de promoción turística de los países vecinos, dirigidas a estos países, para captar la mayor parte de estos activos mercados emisores. A continuación se presenta un cuadro y su respectiva representación gráfica donde se resume este comportamiento:

	CA	BZ	CR	ES	GU	HO	NI	PA
2002	2,805.7	n/d	364.0	1,001.0	629.4	279.0	532.3	n/d
2003	2,809.6	n/d	372.9	939.8	658.5	276.9	561.5	n/d
2004	3,492.4	n/d	424.7	1,217.7	854.1	294.6	701.3	n/d
2005	3,902.3	n/d	487.1	1,396.8	981.8	296.1	740.5	n/d
2006	4,017.9	n/d	484.6	1,382.5	1,054.7	308.3	787.8 ^P	n/d

Fuente: ANT

P: Cifra preliminar

Anexo n°. 4



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY MANUAL

<p>IDENTIDAD CORPORATIVA CENTROAMÉRICA CENTRAL AMERICA CORPORATE IDENTITY</p> <p>IDENTIDAD CORPORATIVA CORPORATE IDENTITY</p> <p>EL BASELINE THE BASELINE</p> <p>MANUAL PARA IMPRESIÓN MANUAL FOR PRINTING</p> <p>TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS CORPORATE TYPOGRAPHY</p> <p>APLICACIONES APPLICATIONS</p> <p>COMUNICACIÓN COMMUNICATION</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p>	<p>PRESENTACIÓN PRESENTATION</p> <p>IDENTIDAD CORPORATIVA CORPORATE IDENTITY</p> <p>EL SIMBOLO THE SYMBOL</p> <p>ORIGEN ORIGIN</p> <p>LOS COLORES THE COLORS</p> <p>RETÍCULA SCREEN</p> <p>REDUCTIBILIDAD REDUCIBILITY</p> <p>CONVIVENCIA CON LAS I.C. DE LOS 7 PAÍSES HARMONY WITH C.I. OF THE 7 COUNTRIES</p> <p>EXPLICACIÓN EXPLANATION</p> <p>INTEGRACIÓN EN LA I.C. INTEGRATION IN THE C.I.</p> <p>CONVIVENCIA DE IDIOMAS LINGUISTIC HARMONY</p> <p>I.C. EN COLOR C.I. IN COLOR</p> <p>I.C. EN BLANCO Y NEGRO C.I. IN BLACK & WHITE</p> <p>APLICACIONES Y PROHIBICIONES APPLICATIONS AND PROHIBITIONS</p> <p>TIPOGRAFÍA DE LA I.C. C.I. TYPOGRAPHY</p> <p>TIPOGRAFÍA PRIMARIA PRIMARY TYPOGRAPHY</p> <p>TIPOGRAFÍA SECUNDARIA SECONDARY TYPOGRAPHY</p> <p>PAPELERÍA BÁSICA BASIC STATIONERY</p> <p>ELEMENTOS PROMOCIONALES PROMOTIONAL ELEMENTS</p> <p>ANUNCIOS ADVERTISEMENTS</p> <p>FOLLETOS BROCHURES</p> <p>VALLA BIENVENIDA WELCOME SIGN</p> <p>BANDEROLAS BANNERS</p> <p>STAND STAND</p>
---	---	--

Este documento que usted tiene en sus manos es el primer paso para el lanzamiento al mercado mundial de una nueva Geomarca turística: CENTROAMÉRICA.

Esta marca responde a la voluntad y al esfuerzo unificado de los siete países que integran la región: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, coordinados por SICA-GEPROTUR 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).

Estos siete países son conscientes de que el turismo es una de las fuentes de ingresos que hoy y en el futuro más pueden aportar a las economías y bienestar de la región y de que la potencia y atractivo que Centroamérica posee ya de manera natural para el viajero se puede potenciar considerablemente unificando esfuerzos, clarificando el posicionamiento y mirando todos en la misma dirección.

Centroamérica es, de manera natural, un geodestino 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 una variedad inmensa. Su **riqueza cultural**, suma de las culturas precolombinas y colonial y sus **tesoros patrimoniales**, junto con la **calidez y hospitalidad de sus gentes** en un territorio relativamente pequeño. El destino que un cierto tipo de turista, el auténtico viajero, el que busca experiencias que vivir y contar no se puede perder. Y ese es un tipo de turismo en crecimiento. A él encaminaremos nuestros esfuerzos.

Y el primero de ellos es la creación de la marca cuyo Manual de Identidad Corporativa tiene usted en sus manos. Le rogamos lo utilice lo más exhaustivamente posible y con el máximo respeto a las normas. Ello redundará sin duda en beneficio de Centroamérica y del mercado profesional implicado en su comercialización. Gracias por su cooperación.

The document in your hands is the first step toward the worldwide marketing launch of a new tourist Geo-brand: CENTROAMÉRICA. This brand responds to the united will and effort of the 7 countries that make up the region: Belize, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, and Panama, coordinated by SICA-GEPROTUR, and supported with funds from the German Government through FODESTUR (Fomentation of the Sustainable Development of Tourism in Central America), a project driven by German Technical Cooperation (GTZ).

These seven countries are aware that tourism is, both today and in the future, one of the sources of income that can contribute most to the economies and well-being of the region, and that the natural power and appeal that Central America already possesses with respect to travelers can be considerably increased through the unification of efforts, by clarifying the positioning and looking in the same direction.

Central America is, in a natural way, a geo-destination with unique and different characteristics: Its exuberant tropical nature, in which unbelievably beautiful scenery blends with immensely varied flora and fauna. Its cultural wealth, a sum of pre-Colombian and Colonial cultures, and its inherited treasures, along with the warmth and hospitality of its peoples, all in a relatively small territory. A destination that a certain type of tourist, the real voyager, the kind that seeks real experiences to be lived and told, cannot miss. And this type of tourism is growing. We will direct our efforts towards it.

And the first effort is the creation of a brand whose Corporate Identity Manual is in your hands. We kindly request you to use it as extensively as possible, with the maximum degree of respect for the norms. This will undoubtedly benefit Central America and the professional market that is involved in its marketing.

Thank you for your cooperation.

1

PRESENTACIÓN
PRESENTATION

2

IDENTIDAD CORPORATIVA
CORPORATE IDENTITY

Centroamérica
tau pequeña... tau grande...

2

EL SÍMBOLO
THE SYMBOL



PICTURA SOBRE CERÁMICA
MAYA - GUATEMALA
PAINTING ON CERAMIC
MAYA - GUATEMALA



DIBUJO SOBRE CERÁMICA
NICARAGUA
DRAWING ON CERAMIC
NICARAGUA



PICTURA SOBRE CERÁMICA
MAYA - BELICE
PAINTING ON CERAMIC
MAYA - BELIZE



PICTURA SOBRE CERÁMICA
PANAMA
PAINTING ON CERAMIC
PANAMA



ESCALFURA DE PIEDRA
COSTA RICA
STONE CARVING
COSTA RICA



RELIEVE DE PIEDRA
MAYA - HONDURAS
STONE CARVING
MAYA - HONDURAS



DIBUJO
MAYA - EL SALVADOR
DRAWING
MAYA - EL SALVADOR

ORIGEN EN LA
CULTURA INDÍGENA
INSPIRED BY INDIAN
CULTURES

2

LOS COLORES
THE COLORS

REPRESENTACIÓN DE
LOS COLORES
REPRESENTATION OF
THE COLORS

CentrOamérica



El color y calor de su pueblo
The color and warmth of its people



El sol
The sun



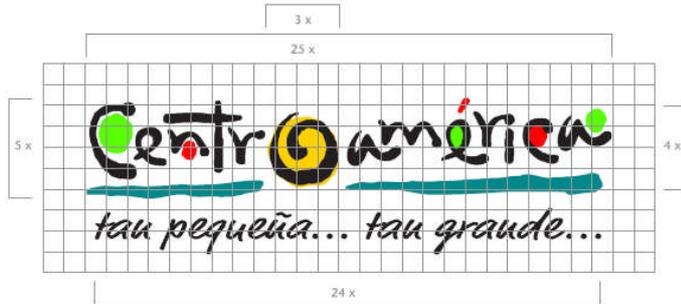
Los 2 Océanos
The 2 Oceans



La vegetación
The vegetation

2

RETÍCULA
SCREEN



REDUCIBILIDAD
REDUCIBILITY

2

CONVIVENCIA CON LAS DIFERENTES I.C. DE CENTRAL AMERICA HARMONY WITH THE DIFFERENT CENTRAL AMERICAN CORPORATE IDENTITIES

En cualquier aplicación genérica de la I.C. de un país centroamericano y de la I.C. de Centroamérica, el criterio a seguir será el de emplazamientos opuestos (mirar ejemplos) para que no compitan entre ellas. Se excluyen de esta norma las que ya están especificadas en este manual.

When the C.I. of a Central American country and the Central America C.I. are applied together, they must be located opposite each other, as indicated in examples 1 and 2. The country's C.I. will always have priority (left or top).

El Salvador

BELIZE

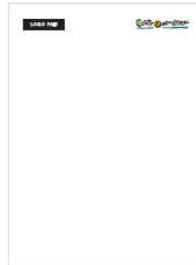
GUATEMALA

Honduras

COSTA RICA

PANAMA

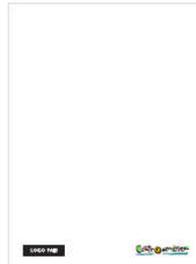
Nicaragua



1



2



3



4

tau pequeña... tau grande...

CentrOamérica
tau pequeña... tau grande...

3

BASELINE BASELINE

El base line debe ser el reflejo del Posicionamiento comunicacional de Centroamérica. Si el viajero al que nos dirigimos es gente sensible, amante de la naturaleza en estado puro, de las culturas y del intercambio personal con otras formas de ser, el posicionamiento de Centroamérica debe ser:

"No hay otro destino turística en el mundo con tal variedad de experiencias vitales auténticas en un espacio tan pequeño como Centroamérica".

The baseline must be a reflection of the Central America communication

Positioning. If the traveler we are addressing is sensible, a true lover of nature in its purest state, cultures, and personal interchange with other ways of being, the Central America positioning must be:

"There is no other tourist destination in the world with such a degree of authentic living experiences in such a small space as Central America."

INTEGRACIÓN DEL BASELINE EN CASTELLANO

INTEGRATION OF THE BASELINE IN SPANISH

4

APLICACIONES APPLICATIONS

La I.C. sólo funciona sobre fondo amarillo, intercambiando este color por el blanco.
The C.I. only works on a yellow background. This color may be substituted by white.



⓪ = espacio mínimo a reservar en blanco alrededor de la I.C.
⓪ = white space around the C.I.

PROHIBICIONES PROHIBITIONS

El I.C. no funciona sobre fondo de color.
The C.I. does not work on colored backgrounds.



5

TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS CORPORATE TYPOGRAPHIES

IDENTIDAD CORPORATIVA
Tipografía gestual
personalizada
CORPORATE IDENTITY
Personalized gestural
typography

BASELINE
Market Regular
BASELINE
Market Regular

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA
Familia Stone Sans
SECONDARY TYPOGRAPHY
Stone Sans Family

CentrOamérica

tau pequeña... tau grande...

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (&.,:;!?"-*\$£%@)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (&.,:;!?"-*\$£%@)

6

APLICACIONES APPLICATIONS PAPELERÍA BÁSICA BASIC STATIONERY

Estos ejemplos están a escala y muestran la distancia entre las I.C. de países y la I.C. de Centroamérica
These examples are to scale and they show the distance between the country's C.I. and the Central America C.I.



6

APLICACIONES APPLICATION

ELEMENTOS
MERCHANDISING
MERCHANDISING
ELEMENTS

6
APLICACIONES
APPLICATION
 ELEMENTOS
 MERCHANDISING
 MERCHANDISING
 ELEMENTS



7
COMUNICACIÓN
COMMUNICATION
 ANUNCIOS
 ADVERTISEMENTS

1
 Ej. de anuncio para
 Centroamérica con
 la aplicación de las
 I.C. de los 7 países
 Example of Central
 America advertisement
 with the Corporate
 Identities of the 7
 countries applied.

2
 Ej. de anuncio de un país
 Centroamericano con
 la aplicación de la I.C.
 de Centroamérica
 Example of an advertisement
 for a Central American country
 with the Central America C.I.
 applied.

7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

FOLLETOS BROCHURES

1

Ej. de folleto para
Centroamérica con la
aplicación de las 7 I.C.
de países en contraportada

*Example of a brochure for Central
America with the Corporate
Identities of the 7 countries
applied on the back cover.*

2

Ej. de folleto de un país
centroamericano con la
aplicación de la I.C. de
Centroamérica

*Example of brochure for a
Central American country
with the Central America C.I.*

1



2



7

COMUNICACIÓN COMMUNICATION

VALLA DE BIENVENIDA WELCOME SIGN

Ej. de valla de Bienvenidos
a un país centroamericano
con la aplicación de la I.C. de
Centroamérica

*Example of a Welcome Sign
to a Central American country
with the Central America C.I.
applied.*

7

COMUNICACIÓN
COMMUNICATION

BANDEROLA
BANNERS

CARA
I.C. país
FRONT
Country C.I.

DORSO
I.C. Centroamérica
BACK
Central America C.I.



7

COMUNICACIÓN
COMMUNICATION

STAND
STAND



Ejemplo de aplicación de la I.C. de Centroamérica como marca "paraguas" y de los 7 países centroamericanos.

Example of the application of Central America C.I. as an "umbrella" brand along with those of the 7 Central American countries.



CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO (CCT)
SISTEMA DE INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA (SICA)
GERENCIA DE PROYECTOS TURÍSTICOS
Apartado Postal 2367
Managua, Nicaragua
e-mail: gerencia@geprotur.com.ni
web: www.geprotur.com.ni

Anexo n° 5

SITIOS DECLARADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD POR LA UNESCO



BELICE: El área costera de Belice es un extraordinario sistema natural formado por el mayor arrecife coralino del hemisferio norte. Fue declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en el año 1996.



GUATEMALA: El Parque Nacional de TIKAL, fue declarado Patrimonio de la Humanidad, en sus vertientes culturales y de naturaleza, por UNESCO en el año 1979.



HONDURAS: COPÁN, la ciudad Maya más estudiada y mejor comprendida, fue descubierta en 1570 por Diego García de Palacio. Declarada Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en el año 1980.



EL SALVADOR: JOYA DE CERÉN, el sitio está ubicado 35 Km al occidente de San Salvador, en San Juan Opico, La Libertad. Fue declarado “Patrimonio de la Humanidad” en 1993 por la UNESCO.



NICARAGUA: LEÓN VIEJO, es uno de los asentamientos coloniales españoles más antiguos de América. Fue declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en el año 2000.



COSTA RICA: GUANACASTE, el Área de Conservación Guanacaste es un conjunto de Áreas Protegidas que se encuentra ubicada en el extremo noroeste de la Provincia de Guanacaste. Fue declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en el año 1999.



PANAMÁ: DARIÉN, como un puente entre los dos continentes del Nuevo Mundo, contiene una excepcional variedad de hábitats. Declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO en 1981.

