

# PROGRAMA DE COOPERACIÓN REGIONAL CON CENTROAMÉRICA

**Centroamérica**  
*tau pequeña... tau grande...*

## PLAN DE ACCIÓN PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE



En colaboración con:





# ÍNDICE

I.- INTRODUCCIÓN.....	5
II.- SITUACIÓN DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA.....	7
1. Principales datos turísticos de la región.....	7
2. Evolución del sector turismo.....	8
3. El turismo en la economía de los países centroamericanos.....	11
4. Atractivos turísticos.....	11
5. Principales problemas.....	12
III.- POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES DE PROMOCIÓN DEL TURISMO.....	15
1. POLÍTICAS NACIONALES.....	15
1.1. Panorama institucional.....	15
1.2. Estrategias nacionales.....	16
1.3. Mecanismos de sinergia con otras políticas.....	16
2. POLÍTICAS REGIONALES.....	17
2.1.- Panorama institucional.....	17
2.2.- Perspectiva regional de la evolución del sector turismo.....	18
2.3.- Principales elementos de carácter regional en las estrategias nacionales de apoyo al sector.....	21
2.4.- Proyectos regionales de desarrollo del sector turismo.....	21
IV.- PROGRAMA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA.....	23
1. ANTECEDENTES.....	23
1.1. Fortalecimiento institucional.....	23
1.2. Capacitación de recursos humanos.....	24
1.3. Ecoturismo.....	24
1.4. Patrimonio cultural.....	26
1.5. Un proyecto integral.....	27
2.- LÍNEAS DE ACCIÓN.....	29
2.1.- CONSIDERACIÓN DE LOS EJES TRANSVERSALES.....	29
a) Lucha contra la pobreza.....	29
b) Medio ambiente. Impacto ambiental.....	30
c) Promoción de la igualdad entre hombres y mujeres.....	33
2.2.- FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL.....	35
2.3.- COMERCIALIZACIÓN.....	38

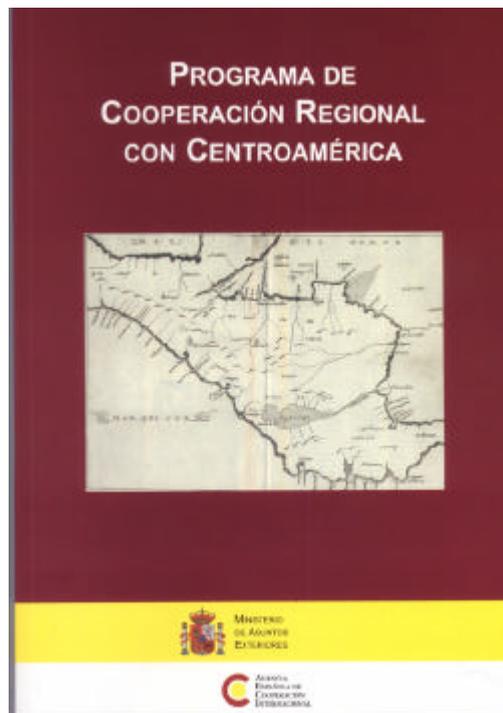
2.3.1. Marca “Centroamérica” .....	38
2.3.2. Portal de turismo.....	39
2.3.3. Apoyo a la comercialización y desarrollo de micro y pequeñas empresas.....	41
2.4.- CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	43
2.5.- DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	46
2.6.- PROGRAMAS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE.....	49

## I. INTRODUCCIÓN

El Programa de Cooperación Regional con Centroamérica identificaba como una de sus líneas prioritarias la del turismo, teniendo como objetivo básico el apoyo en aspectos esenciales al sector para facilitar su crecimiento futuro en un entorno de cooperación regional con perspectiva integradora. Como áreas de actuación incluía el desarrollo de productos turísticos, la capacitación de recursos humanos y el reforzamiento institucional.

Este campo constituye, para la región centroamericana, una fuente de grandes posibilidades de desarrollo, de incidencia directa en la calidad de vida de sus ciudadanos, de participación en la vida social y económica de sus comunidades, en la conservación del medio ambiente y en la gestión de la diversidad biológica y del patrimonio cultural de sus países.

El plan que a continuación se presenta contempla programas integrales para el desarrollo del turismo sostenible, creación de productos turísticos y acciones de comercialización, capacitación de recursos humanos y de fortalecimiento institucional.



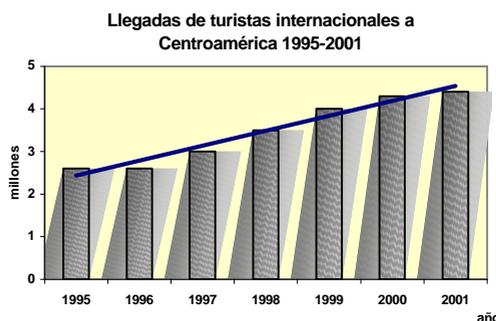


## II. SITUACIÓN DEL TURISMO EN CENTROAMERICA<sup>1</sup>

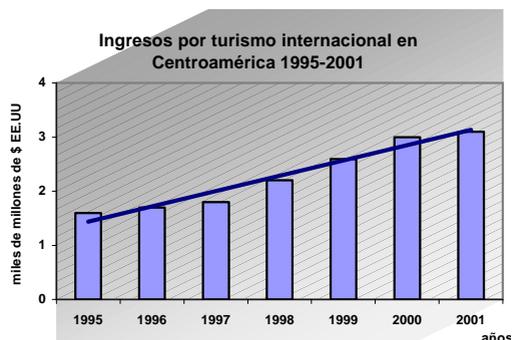
A partir de la culminación de los procesos de paz de los años noventa, Centroamérica comienza una etapa de estabilidad política y económica y de fortalecimiento de la democracia que permite potenciar el papel del turismo como factor de desarrollo económico en los países de la región. En tal sentido, el turismo ha ido aumentando su peso en las economías de los países del área poniendo de manifiesto su capacidad de generar empleo y divisas incidiendo en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

### 1. PRINCIPALES DATOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN CENTROAMERICANA

Al analizar los datos disponibles para el periodo 1995-2001, se puede observar que la región centroamericana se ha convertido en uno de los lugares con mayor potencial de crecimiento del continente americano.



Fuente: AECl en base a los datos de la OMT <sup>2</sup>



Fuente: AECl en base a los datos de la OMT <sup>2</sup>

Durante el año 2001 en Centroamérica se registraron 4,4 millones de llegadas, lo que supuso un crecimiento del 1,7% respecto al año 2000, situándola como la única región americana que cerró el año con un crecimiento positivo. Los ingresos en ese mismo año, ascendieron a 3.146 millones de dólares, casi un 2 % más que en el año 2000.

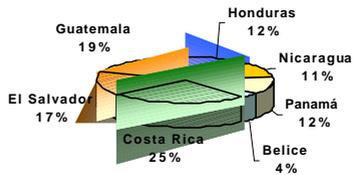
Respecto a la procedencia del turismo, cabe señalar que Centroamérica más que otras regiones americanas, tiene una dependencia creciente del mercado continental.

<sup>1</sup> Los datos estadísticos utilizados fueron suministrados por la Secretaría General de Turismo de España, la Organización Mundial de Turismo y las instituciones oficiales de turismo en cada país (Instituto Costarricense de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Panameño de Turismo, Instituto Guatemalteco de Turismo, Instituto Nicaragüense de Turismo, y el Belize Tourism Board)

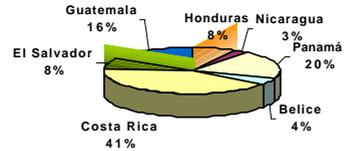
<sup>2</sup> Los datos del 2001 son cifras provisionales.

Del conjunto de Centroamérica, Costa Rica es el país que más turismo recibe, con 1.131.598 visitantes, lo que supone el 25% del total; le siguen Guatemala con 835.492 y El Salvador con 734.627 llegadas.

**Llegadas de turismo internacional 2001**



**Ingresos por turismo internacional 2001**



**TOTAL DE AMERICA CENTRAL: 4,4 M de llegadas**

Fuente: OMT, Octubre 2002

**TOTAL DE AMERICA CENTRAL: USA \$ 3.146 millones**

Fuente: OMT, Octubre 2002

Costa Rica y Panamá son los países que captan más ingresos por turismo en la región (1.278 y 626 millones de dólares), superando la media con una cuota de mercado de un 41 % y 20 % respectivamente.

## 2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURISMO

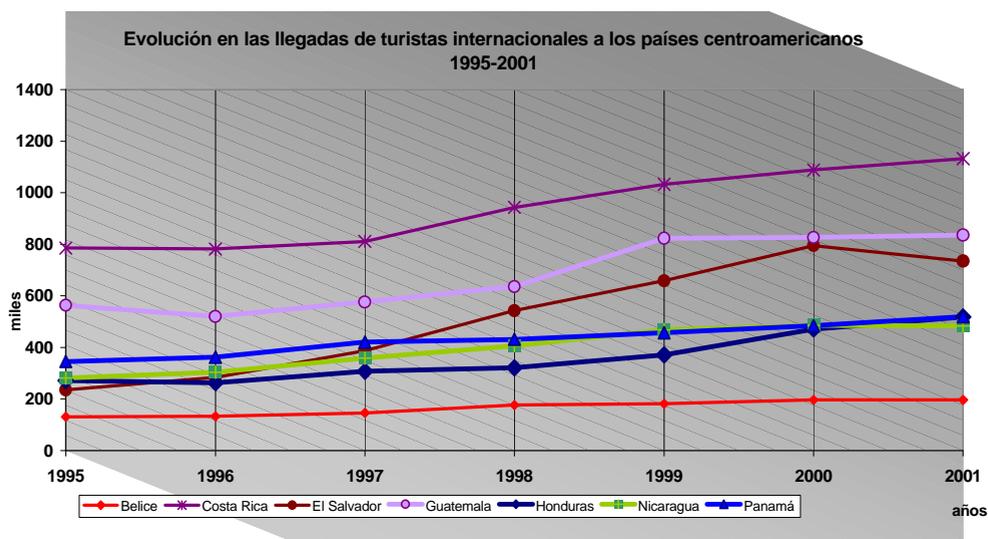
En la tabla y los gráficos que se muestran a continuación se puede observar la evolución de las llegadas de turistas y de los ingresos por turismo en los diferentes países de la región centroamericana en el periodo 1995-2001.

Llegadas internacionales de turistas a Centroamérica (miles) 1995-2001 <sup>(1)</sup>								Ingresos por turismo internacional en Centroamérica (millones \$EE.UU.) 1995-2001							
Países/ Años	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
<b>Belice</b>	131	133	146	176	181	196	196	77	89	87	108	111	121	121	
<b>Costa Rica</b>	785	781	811	943	1.032	1.088	1.132	660	689	719	884	1.036	1.229	1.278	
<b>El Salvador</b>	235	283	387	542	658	795	735	41	44	75	125	211	254	235	
<b>Guatemala</b>	563	520	576	636	823	826	835	277	284	274	323	399	535	493	
<b>Honduras</b>	271	263	307	321	371	471	518	107	115	146	168	195	262	nd <sup>(2)</sup>	
<b>Nicaragua</b>	281	303	358	406	468	486	483	50	54	74	90	107	111	109	
<b>Panamá</b>	345	362	421	431	457	484	519	367	425	457	494	538	576	626	
<b>América Central</b>	<b>2.611</b>	<b>2.645</b>	<b>3.006</b>	<b>3.455</b>	<b>3.990</b>	<b>4.346</b>	<b>4.418</b>	<b>1.579</b>	<b>1.700</b>	<b>1.833</b>	<b>2.192</b>	<b>2.597</b>	<b>3.088</b>	<b>3.146</b>	

Fuente: AECl en base a los datos de la OMT

(1) La OMT considera las llegadas internacionales de turistas como el número de visitantes que pernoctan en el país al menos una noche.

(2) nd: no disponible según datos de la OMT. De acuerdo al Instituto Hondureño de Turismo, en el 2001 se registraron en Honduras 275 millones de \$EE.UU. en concepto de ingresos por turismo internacional.

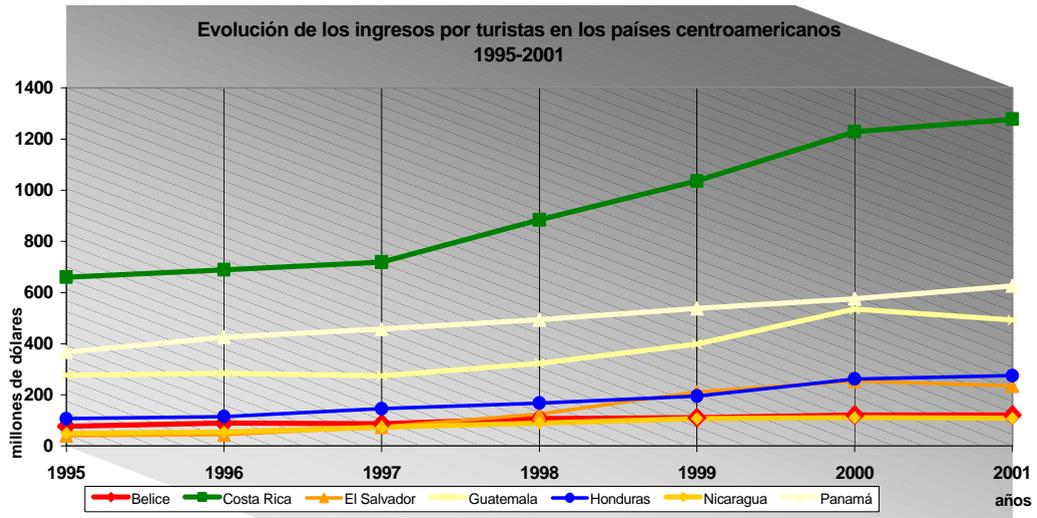


Fuente: AECl en base a los datos de la OMT

Entre 1995 y 2000, se produjo un marcado incremento en el turismo al aumentar la llegada de turistas a Centroamérica en un promedio anual de +10,7 %. La rapidez con

la que crecieron los ingresos para ese mismo período se refleja en un crecimiento promedio anual de +14,4 %.

Estos incrementos disminuyeron, sin embargo, durante el año 2001 como consecuencia de los desastres naturales que afectaron a la región y de los acontecimientos del 11 de septiembre que afectaron al turismo mundial.



Fuente: AECI en base a los datos de la OMT

Durante ese periodo, 1995-2000, el crecimiento medio en los países de la región en cuanto a llegadas e ingresos -sin tener en cuenta El Salvador- giraba en torno al 9 % y al 14 % respectivamente. Dichos promedios aumentan al incorporar las cifras del país que ha experimentado un mayor crecimiento medio anual, El Salvador, con un +27,6 % en el número de llegadas y +44 % en los ingresos turísticos. No obstante, el turismo en dicho país disminuyó en el 2001 a causa de los desastres naturales sufridos por este país durante ese año.

Para el año 2002 se estima que la región ha recibido aproximadamente 4,7 millones de turistas, provenientes principalmente de Centroamérica y EE.UU.

Otro elemento destacado durante ese año ha sido el crecimiento positivo del turismo en El Salvador que, tras la caída del 2001, cerró el año 2002, con un incremento del 29,4 % en la llegada de turistas y un 45,6 % en los ingresos generados por este sector.

### 3. EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES CENTROAMERICANOS

<b>Porcentaje de los ingresos por turismo respecto al PIB 2001</b>	
<b>Belice</b>	15,4%
<b>Costa Rica</b>	7,9%
<b>El Salvador</b>	1,7%
<b>Guatemala</b>	2,6%
<b>Honduras</b>	nd
<b>Nicaragua</b>	4,3%
<b>Panamá</b>	6,2%

Fuente: AECE en base a los datos de la OMT  
nd: no disponible

Los ingresos por turismo representan un porcentaje significativo del PIB de los países centroamericanos y suponen por lo tanto una contribución importante a su crecimiento económico.

Hay que destacar que en países como Belice y Costa Rica estos ingresos llegan a representar el 15,4 y el 7.9 % del PIB respectivamente.

### 4. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Si la estabilidad política y económica favorece el desarrollo del turismo, el incremento, de éste deriva, en última instancia, de la propia naturaleza de la oferta, de la riqueza natural, patrimonial y cultural de la región.

Además, Centroamérica ofrece grandes posibilidades para desarrollar, junto al turismo tradicional, el turismo ecológico y rural en consonancia con la creciente importancia del turismo especializado.

La complementariedad de los recursos turísticos de los países centroamericanos permite desarrollar políticas regionales de promoción. Como ha sido ya puesto de manifiesto<sup>3</sup>, en Centroamérica resulta económicamente más ventajoso para las partes cooperar y compartir recursos que hacerse la competencia.

#### **Centroamérica cuenta con una serie de factores que favorecen el crecimiento del turismo**

- Estabilidad política y económica.
- Recursos naturales favorables al desarrollo de un turismo tradicional.
- Riqueza cultural y patrimonial que permite la promoción del turismo ecológico y cultural
- Turismo de negocios como producto con elevado potencial de crecimiento.

<sup>3</sup> Inman, Crist y Segura (1999) CLADS de INCAE. *Turismo en Centroamérica: El Reto de la Competitividad*

## 5. PRINCIPALES PROBLEMAS<sup>3</sup>

Aunque Centroamérica posee enormes potenciales turísticos, existen una serie de problemas que limitan el desarrollo del turismo a nivel regional y hacen necesario, por tanto, el apoyo de la cooperación internacional. Entre otros, figuran los siguientes:

- Escasa agilidad en los trámites migratorios y aduaneros.
- Áreas de inseguridad ciudadana que desalientan la actividad turística.
- Limitada oferta de infraestructuras. Muchos lugares de la región carecen de servicios básicos para los turistas, como vías de comunicación, abastecimiento y depuración de agua, recogida y destrucción de residuos, suministro eléctrico, servicio telefónico, etc. y que garanticen la protección del medio natural. Además existe una escasa infraestructura turística de calidad que asegure el confort del turista, como alojamientos, servicios de comidas y bebidas, agencias de viajes, centros de recreo, instalaciones deportivas, comercios, etc.
- Carencia de centros y programas de formación especializada lo que conlleva una necesidad de mejora en la cualificación de los recursos humanos.
- Baja sensibilidad de la población a los beneficios del turismo y escasa cultura turística y de protección del medio ambiente.
- Bajo desarrollo de productos y programas de promoción y mercadeo turístico. Algunos países tienen un limitado presupuesto para la promoción y el mercadeo de su país como destino turístico y muchos de ellos no poseen adecuados planes estratégicos de promoción.
- Acentuado centralismo en el diseño y ejecución de las políticas públicas y proyectos. La escasa descentralización de algunos países y la falta de consenso con las autoridades municipales y los agentes locales dificulta la implantación de las políticas y proyectos de turismo, lo que afecta a su viabilidad social y a su sostenimiento administrativo y financiero.
- Falta de armonización de datos estadísticos actualizados. La lentitud en el acceso a datos estadísticos recientes y homogéneos dificulta el análisis de las necesidades, la planificación y la toma de decisiones.
- Reducido apoyo a los pequeños y medianos empresarios del sector turismo. Tanto las pequeñas y medianas empresas como las microempresas no suelen contar ni con la financiación ni los conocimientos necesarios sobre el mercado para poner en marcha iniciativas turísticas.
- Insuficiente legislación ambiental que regule y controle las actividades llevadas a cabo en el sector.

---

<sup>3</sup> Los problemas mencionados en el presente documento han sido detectados por las Oficinas Técnicas de la Cooperación Española en Centroamérica y las Instituciones de Turismo de los respectivos países de la región.

**Centroamérica tiene una serie de obstáculos que dificultan el desarrollo del turismo regional:**

- Escasa agilidad en los trámites migratorios y aduaneros.
- Áreas con bajos niveles de seguridad ciudadana.
- Limitada oferta de infraestructuras.
- Carencia de centros y programas de formación especializada
- Déficit de formación de los recursos humanos.
- Baja sensibilidad de la población a los beneficios del turismo.
- Escaso desarrollo de productos y programas de promoción y mercadeo turístico.
- Acentuado centralismo en el diseño y ejecución de las políticas públicas.
- Falta de armonización de datos estadísticos actualizados.
- Reducido apoyo a los pequeños y medianos empresarios del sector turismo.
- Insuficiente legislación ambiental.



### III. POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

#### 1. POLÍTICAS NACIONALES

La Organización Mundial del Turismo identifica al sector como una herramienta para el desarrollo general de los países, dado su impacto en las economías nacionales y su crecimiento dinámico.

El turismo resulta un factor importante de creación de empleo, de atracción de inversiones e ingresos en divisas. Puede generar igualmente ciertos beneficios sociales como el incremento del empleo juvenil, la promoción de la igualdad de hombres y mujeres así como la protección del patrimonio cultural.

##### 1.1. Panorama institucional

Todos los países de la región centroamericana cuentan con un Instituto Nacional de Turismo, con unos objetivos y funciones similares, responsable de la política de desarrollo turístico.



Belize Tourism Board



El principal objetivo que persiguen las instituciones responsables del Turismo en el ámbito nacional es impulsar el proceso de desarrollo económico y social del país, a través de la promoción del sector, como un instrumento más de lucha contra la pobreza.

Sus principales fuentes de financiación provienen de impuestos sobre el alojamiento, de impuestos propios de los Institutos, asignaciones del presupuesto general de la Nación (como es el caso de Guatemala y Honduras) y de la generación de fondos propios por venta, usufructo y arrendamiento de sus bienes y servicios.

Varios de estos Institutos desarrollan asimismo programas y proyectos con financiación externa del Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo; reciben igualmente el apoyo de la Unión Europea así como de algunas de las principales agencias nacionales de cooperación.

## **1.2. Estrategias nacionales**

Todos los países de la región cuentan con una Estrategia Nacional de Turismo, integrada en el Plan de Desarrollo Nacional o el Plan de Gobierno, a excepción de El Salvador.

El desarrollo sostenible, la valoración de la diversidad cultural y la conservación del patrimonio natural y cultural, así como los objetivos y estrategias de mercado, son elementos presentes en la mayoría de estas estrategias.

## **1.3. Mecanismos de sinergia con otras políticas.**

La mayoría de los países de la región cuentan con una Ley de incentivos para el desarrollo turístico, que promueve actuaciones en diferentes ámbitos.

Los incentivos son generalmente fiscales, pero también financieros. Dentro del conjunto de parámetros que establecen estas leyes, se toman en consideración los efectos en el desarrollo regional, los beneficios en otros sectores o aspectos legales, sociales y arquitectónicos, si bien, a la hora de aprobar los incentivos, suelen primar criterios como el impacto del proyecto en la balanza de pagos del país.

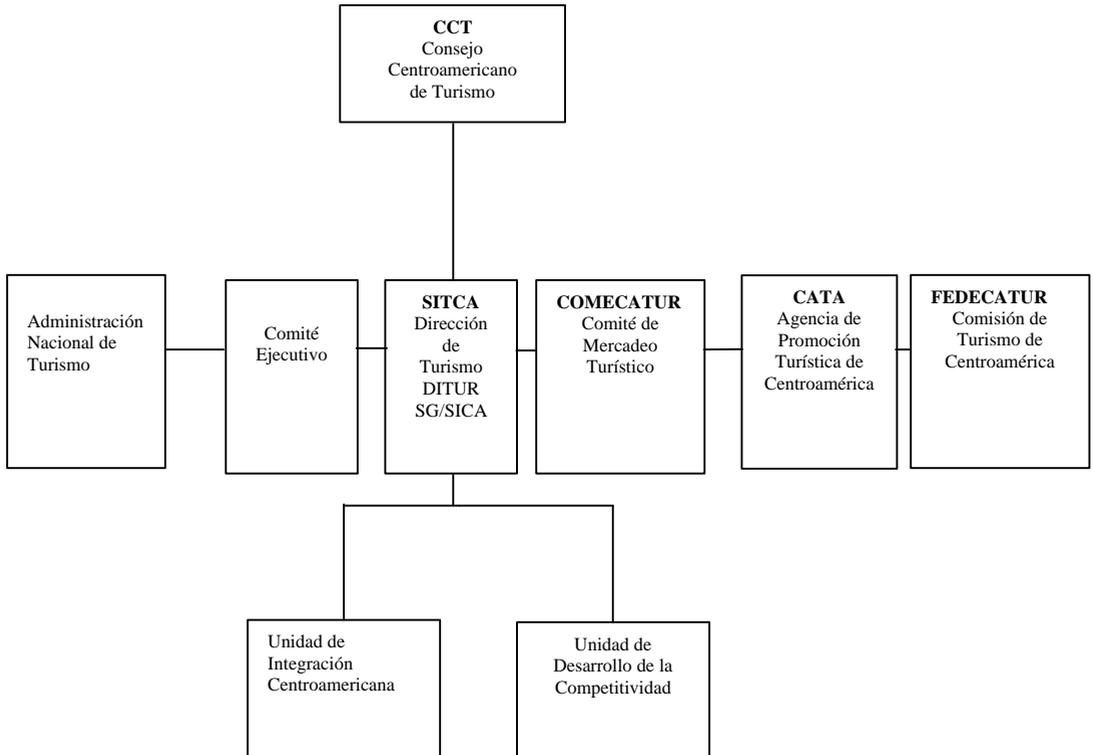
A nivel regional, el Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible de Centroamérica, contempla como área estratégica crítica la promoción de inversiones y facilitación financiera, y como mecanismo para lograrlo propone elaborar una estrategia efectiva de promoción de inversiones turísticas en toda la región.

Asimismo, el Programa de acción para el desarrollo del turismo, aprobado por el CCT en la Cumbre de Montelimar, contemplaba igualmente la elaboración de un estudio regional encaminado a la armonización de incentivos que estimulen la inversión turística en los países del área.

## 2. POLÍTICAS REGIONALES

### 2.1. Panorama institucional

Fuente: SITCA



El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) es una instancia creada en 1965 cuya oficina permanente es la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA). La SITCA es la Dirección de Turismo del Sistema de Integración Centroamericana, y apoya al Consejo Centroamericano de Turismo en la preparación y seguimiento de los acuerdos ministeriales y mandatos de los Presidentes centroamericanos, realizando diversos programas, proyectos y actividades que apoyan, promueven y facilitan la integración regional, promoción de la imagen, desarrollo de producto, políticas, instrumentos y mecanismos claves para la integración, y promoción de las inversiones.

### 2.2. Perspectiva regional de la evolución del sector turismo.

Existe un compromiso continuado de las autoridades de los países de la región por impulsar la integración turística regional, manifestado en multitud de foros.

- El año 1996 constituyó un hito en la historia del turismo en Centroamérica. Los Presidentes de los países de la región se reunieron en la Cumbre de "Turismo y Desarrollo Sostenible", en Montelimar<sup>4</sup>, Nicaragua, con el objetivo de discutir las oportunidades y desafíos relacionados con la integración regional del turismo.

Los Presidentes concluyeron que la industria turística contiene una serie de características que le permiten desarrollar ventajas competitivas sostenibles y distintivas de carácter regional. Por eso fue identificada como una de las de mayor potencial para mejorar la calidad de vida de la población centroamericana.

- En 1997, tras la XXI Reunión del Consejo Centroamericano de Ministros de Turismo (CCT) (Guanaja, Honduras), el mandato de los Presidentes contenía una misión específica: desarrollar una estrategia coherente para ubicar a Centroamérica como un destino unificado en el mercado global. Esta estrategia fue desarrollada por el equipo de investigación de Competitividad en Turismo del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS) de INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas).

- En diciembre del 2002, durante la XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, celebrada en San José de Costa Rica, se presentó el Plan de Acción en Materia de Turismo. Este Plan tiene como principal objetivo incorporar el sector turismo como prioridad en las estrategias de desarrollo nacional y regional.



---

4 La Cumbre de Montelimar fue parte de un esfuerzo mayor para posicionar a la región con vistas al nuevo milenio. Este esfuerzo se denomina Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible (ALIDES), y ha sido apoyado por INCAE y la Universidad de Harvard, con servicios de investigación, facilitación y asesoría. Estos servicios han recibido asimismo apoyo financiero del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y la Fundación AVINA.

Tal y como recoge el Plan de Acción en Materia de Turismo, una política global que permita el desarrollo del turismo en Centroamérica debería contemplar:

- a. La incorporación del sector turismo como prioridad en las estrategias de desarrollo nacional y regional.
- b. La ejecución de una política de desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica, que coadyuve a la preservación y promoción del patrimonio cultural y natural, así como a la participación de comunidades.
- c. La consolidación, fortalecimiento y proyección de la imagen promocional de Centroamérica como un multidestino turístico en los mercados emisores de Europa y Asia.
- d. La formulación y puesta en práctica de mecanismos efectivos de promoción de inversiones para el desarrollo de proyectos turísticos.
- e. La gestión del apoyo para la creación de un fondo para el desarrollo turístico centroamericano con instituciones financieras y organismos de cooperación.
- f. El apoyo a la facilitación del libre tránsito de turistas a través de la política migratoria, aduanera y de transporte aéreo, marítimo y terrestre.
- g. El apoyo a los programas que eleven la competitividad, calidad y excelencia en los servicios turísticos.
- h. El apoyo a los esfuerzos en materia de seguridad aérea.
- i. La necesidad de implantar la Cuenta Satélite del Turismo.
- j. El desarrollo de programas que tiendan a fortalecer una cultura turística en Centroamérica.

- También durante el 2002, se adoptó el sistema centroamericano de certificación para la sostenibilidad turística y, durante la XXXIX Reunión de Ministros de Turismo, se creó la Comisión Regional para la Aplicación del Sistema de Certificación para la Sostenibilidad Turística aprobándose el respectivo Plan de Acción.

Como logro especialmente significativo, cabe destacar la presentación conjunta de Centroamérica como destino único en las más importantes ferias internacionales, entre ellas FITUR 2002 en Madrid, la ITB de Berlín, y la World Travel Market de Londres.

Se han realizado, asimismo, importantes avances para promocionar la marca "Centroamérica", mediante la instalación en Madrid de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica.

- En el mes de julio del 2003 el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), aprobó **el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica**, que contempla las siguientes áreas de actuación:



## CONSEJO CENTROAMERICANO DE TURISMO

### Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica

#### ▪ **Política regional de Turismo.**

Impulsar el diseño y puesta en marcha de una Política Nacional de Turismo en cada país coherente con una Política Regional de Turismo.

Lograr la coordinación interinstitucional en cada país.

- Políticas de sostenibilidad turística.
- Desarrollo, diversificación, consolidación y homologación de productos y servicios turísticos competitivos y de alta calidad.

Desarrollo de políticas gubernamentales que promuevan y protejan las diferentes actividades turísticas y sus recursos.

Facilitación de los desplazamientos inter e intrarregionales.

Establecimiento de planes de certificación a nivel regional.

#### ▪ **Sistemas de medición e información.**

Desarrollo de sistemas de medición de la actividad turística.

Desarrollo de procedimientos unificados de información.

#### ▪ **Cultura y formación turística.**

Formar recursos humanos capacitados que aseguren servicios de calidad.

Desarrollo de programas de fortalecimiento de la cultura turística en Centroamérica.

#### ▪ **Mercadeo.**

Consolidación, fortalecimiento y proyección de la imagen promocional de Centroamérica como multidesestino turístico en los mercados emisores de Europa y Asia.

Promoción del desarrollo turístico intrarregional.

#### ▪ **Atracción de inversiones y facilitación financiera.**

Promoción de mecanismos para la atracción de inversiones.

Creación de esquemas de financiación.

En dicha reunión se aprobó también la creación de una comisión para facilitar el tránsito de turistas por Centroamérica. Esta Comisión Regional de Facilitación Migratoria para el Turismo establecerá mecanismos para agilizar la circulación de los turistas sin descuidar la seguridad. Estará integrada por SITCA, CCT, la Organización Internacional

de Migraciones, la Organización Centroamericana para las Migraciones, la Federación Centroamericana de Cámaras de Turismo y la Federación de Operadores de Turismo en Centroamérica.

- El Plan Puebla Panamá constituye otra de las iniciativas regionales en materia de turismo que pretende promover el turismo sostenible en la región Mesoamericana favoreciendo el desarrollo económico y social de los países, estimulando la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales, reconociendo y respetando la diversidad étnica y cultural e incluyendo la participación del sector privado y la sociedad civil.

- Trascendiendo el ámbito centroamericano, la Cumbre de Autoridades de Turismo y Ambiente de Iberoamérica y el Caribe, acordó, en la Declaración de Galápagos de mayo del 2002, fomentar el desarrollo turístico basado en los criterios del desarrollo sostenible, tomando en cuenta el patrimonio cultural, social y natural y las actividades tradicionales de las comunidades, con pleno respeto al medio ambiente.

### **2.3. Principales elementos de carácter regional en las estrategias nacionales de apoyo al sector.**

Los países centroamericanos han definido sus líneas estratégicas de apoyo al sector teniendo en cuenta la perspectiva regional. En ellas destacan una serie de decisiones comunes, como las de:

1. Avanzar gradual y continuamente en el proceso de integración turística regional.
2. Fomentar el desarrollo turístico sostenible, que comprende la preservación del patrimonio cultural y natural, la participación de comunidades y el fortalecimiento del sector turístico privado.
3. Consolidar el destino turístico centroamericano como multiproducto, que combine naturaleza, cultura, circuitos y rutas regionales.
4. Establecer acciones estratégicas de integración de corto plazo, como son:
  - a. Impulso a la marca “Centroamérica”, adoptada por los sectores privados y públicos turísticos, y a su Manual de Identidad Corporativa.
  - b. Participación en ferias internacionales como región bajo la mencionada marca.
  - c. Creación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (APTC/CATA) para la promoción y el mercadeo turístico de la región en Europa y Asia.

### **2.4. Proyectos regionales de desarrollo del sector turismo.**

Los proyectos regionales en el ámbito del turismo han contado con el apoyo de la cooperación internacional que se ha centrado fundamentalmente en temas como:

- ◆ Desarrollo de infraestructuras (carreteras, aeropuertos) necesarias para el desarrollo del turismo (Banco Mundial).
- ◆ Programas de medio ambiente que incluyen componentes de turismo (Programa Araucaria de la Cooperación Española), así como proyectos de biodiversidad (de la DFID -UK Department for International Development-) y de la Agencia de Ayuda al Desarrollo de los EEUU (USAID).

- ◆ Asistencias técnicas para la elaboración de planes y estrategias para el desarrollo del sector, de la Organización de Estados Americanos (OEA).
- ◆ Programas de apoyo para el fortalecimiento del sector: mejoras en el marketing, microcréditos a pequeños empresarios.
- ◆ Formación de recursos humanos.

En el cuadro siguiente se indican algunos de los más significativos:

**Fuente: AECI**

<b>PROYECTOS</b>	<b>DONANTES Y OTROS ACTORES</b>	<b>OBJETIVOS</b>
Sistema de gestión de destinos turísticos mediante Internet 1ª Etapa (DMS Centroamérica)	OEA	Dotar a los organismos turísticos, regionales públicos y privados, de las herramientas telemáticas que les permita el acceso a las tecnologías de la información.
Programa Certificación para la Sostenibilidad Turística de Centroamérica (CST)	USAID/PROARCA/CAPAS/INCAE	Lograr una clara definición de los parámetros internacionales del CST, su promoción local e internacional y la categorización de los hoteles de la región.
FODESTUR (Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica)	GTZ	Creación de una estrategia regional para el fomento del turismo sostenible, incluyendo creación de imagen corporativa del producto turístico regional y su promoción en Europa
Apoyo al Programa de Mercadeo Turístico	OEA / Continental Airlines	Realización de seminarios educativos en Norteamérica
Fortalecimiento Institucional	Taiwan	Fortalecimiento institucional y plan de marketing y promoción internacional
DITURNET	SICA	Creación de una red electrónica de comunicaciones para enlazar a los ministerios de turismo y SITCA, y brindar la más amplia base de datos y documentos de turismo.
Promoción de Inversiones	AECI	Publicación de una guía para el inversionista turístico y recopilación de leyes de incentivos
Sistemas de Medición y Estadísticas	OMT	Homologar a nivel regional los sistemas de medición y estadísticas de turismo
Planeación y desarrollo de proyectos	SECTUR (México)	Creación de un centro regional de fomento al turismo

## **IV. PROGRAMA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA**

### **1. ANTECEDENTES**

La Agencia Española de Cooperación Internacional ha trabajado en el ámbito del turismo a través de proyectos bilaterales y de programas regionales como el Programa de Patrimonio Cultural en Iberoamérica y el Programa Araucaria para la preservación de la biodiversidad y el desarrollo sostenible en Iberoamérica, una de cuyas líneas temáticas es el ecoturismo.

Los proyectos bilaterales que han prestado apoyo al sector del turismo en los últimos años se han centrado principalmente en cuatro campos: el fortalecimiento institucional, la capacitación de recursos humanos, el ecoturismo y la preservación del patrimonio. Como ejemplo de enfoque global, que abarca los cuatro ámbitos antes mencionados, destaca el apoyo de la AECl al programa del Instituto Panameño de Turismo para la promoción turística de la región de Portobelo.

#### **1.1. Fortalecimiento Institucional**

El fortalecimiento de las instituciones nacionales de turismo se considera determinante para lograr un adecuado desarrollo del sector, ya que sobre las mismas suele recaer la responsabilidad de formular la política nacional de turismo y planificar las estrategias de promoción de inversiones, además de elaborar las estadísticas sobre el sector, y en ocasiones, encargarse de la formación y capacitación de los agentes que interactúan en el mismo.

En este sentido, la AECl ha prestado su apoyo a dichas instituciones facilitando soporte técnico y financiero. En este campo destacan, entre otros, los siguientes proyectos:

- El proyecto de Fortalecimiento del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), que comenzó en el 2001, y cuyo objetivo es fortalecer el servicio que presta el INGUAT, a través del Departamento de Fomento de la División de Desarrollo del Producto, haciendo hincapié en tres aspectos: el diseño de un programa de certificación de prestación de servicios turísticos, la formación de los trabajadores del sector, y la elaboración de una propuesta sobre alternativas de uso de edificios históricos.
- También en Guatemala, se ha prestado apoyo al Instituto Técnico de Capacitación (INTECAP), mediante la creación en el mismo de una división de turismo y mediante la asistencia y capacitación de sus unidades técnicas. Complementariamente se ha dado formación al personal del Instituto.
- En Honduras, el diseño del Plan Maestro de Turismo pretende fortalecer institucionalmente a la Secretaría de Turismo del país, así como prestar apoyo para la planificación de estrategias de promoción de inversiones y la elaboración del plan maestro de revitalización del centro histórico de Trujillo, en el marco del Plan de Turismo Costero Sostenible. Para ello se presta

asistencia técnica y se facilita equipamiento al Centro Nacional de Documentación y a la Unidad de Estadísticas, organismos de la Secretaría de Turismo.

- Entre los años 1999 y 2001, se ejecutó en Panamá el Proyecto de Establecimiento de una Normativa Sanitaria para el Sector Ecoturístico, orientado a elaborar, por medio de una asistencia técnica española, un marco normativo en materia sanitaria que ofreciera condiciones seguras para el desarrollo de las actividades ecoturísticas.
- La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) ha recibido asistencia técnica en dos ocasiones. La primera, mediante expertos españoles en materias de normativa legal, gestión, hostelería y promoción del turismo rural, publicándose también en el marco de esta actividad, documentación promocional sobre el turismo rural; y la segunda, que consistió en la prestación de ayuda para la realización del estudio del potencial turístico de las playas de El Cuco y El Icacal.

Por otro lado, con el objetivo de lograr un mayor desarrollo mediante el turismo, la AECI ha contribuido de diversos modos al fortalecimiento institucional, en el ámbito turístico, de los municipios. Entre estos proyectos destaca el de Desarrollo Turístico Municipal de Los Santos (Panamá), que ha pretendido la elaboración de un modelo de desarrollo turístico en la provincia a través de consultorías externas y un amplio proceso de participación ciudadana, lo que ha permitido afrontar los retos del desarrollo turístico de una manera concertada entre el poder local, el gobierno y la sociedad civil.

## **1.2. Capacitación de Recursos Humanos**

La mayoría de las iniciativas de turismo centroamericanas no han ido acompañadas de un adecuado plan de formación de recursos humanos, lo que se traduce en servicios turísticos cuya calidad no se ajusta a las demandas de los turistas.

Con el objetivo de lograr una mejor cualificación de los agentes del sector, la AECI ha procurado incorporar este componente en la ejecución de diversos proyectos, como el de Fortalecimiento Municipal y Saneamiento Ambiental para el municipio de Flores en Guatemala, que, dada la potencialidad turística de la zona, pretendía apoyar la formación profesional para el personal de hostelería mediante la realización de cursos de formación; o el de Desarrollo Ecoturístico en la zona garífuna de Honduras que contempla un Plan Integral de Formación para lograr la instalación de capacidades de gestión turística en las comunidades garífunas; así como el proyecto ejecutado en el mismo país de Desarrollo Alternativo no agrario vinculado al turismo, que incluye la creación de un sistema de capacitación en gastronomía local y atención turística, además del apoyo al Centro de Capacitación Turística La CAMPA.

## **1.3. Ecoturismo**

El ecoturismo se ha ido incorporando, con fuerza creciente al Programa Araucaria: primero, como uno de los principales ejes de actuación en los proyectos integrales y, posteriormente, mediante la constitución de la Línea Temática de Ecoturismo, que agrupa los proyectos que se realizan en este ámbito.

En Costa Rica, en el área de conservación del Pacífico Central, Araucaria está ejecutando el proyecto integral “cuenca hidrográfica del Río Savegre”. En la cuenca se asientan alrededor de 35 comunidades rurales. Araucaria ha financiado una investigación realizada por el Instituto Nacional de Biodiversidad (INBIO) para valorar la oferta turística de la cuenca y se ha puesto en funcionamiento una página web ([www.inbio.ac.cr/savegre](http://www.inbio.ac.cr/savegre)) que sirve para difundir las principales ofertas de la zona. Igualmente se ha apoyado a la Asociación de Productores de vainilla (ASCPROVA) de la Comunidad de Quebrada Arroyo quienes ante la crisis de producción optaron por desarrollar una iniciativa de ecoturismo, que ofrece al turista la posibilidad de conocer una comunidad rural, así como de compartir su estilo de vida, al tiempo que se disfruta de la naturaleza circundante. Para ello ASOPROVA posee una reserva privada de bosque de 33 hectáreas y entre otros servicios, se cuenta con cabinas rústicas, rutas guiadas y cabalgatas.

En Nicaragua, aun siendo el país de menor flujo turístico en Centroamérica, el turismo y principalmente el turismo ecológico, está desarrollándose de forma interesante y mostrando un potencial importante.

El proyecto integral Araucaria Río San Juan, ubicado en la franja fronteriza entre Nicaragua y Costa Rica, ha considerado este componente como clave para impulsar el desarrollo sostenible en la zona. Se han llevado a cabo diferentes acciones para consolidar el ecoturismo; entre ellas, un estudio de la capacidad de acogida turística y de mejora de la oferta, una revisión detallada de la estrategia de desarrollo turístico elaborada por el INTUR, apoyo a la elaboración de normativas locales y nacionales, organización de un programa de formación dirigido a emprendedores locales y apoyo al diseño de materiales de difusión y promoción turística tales como guías, mapas, carteles o folletos informativos. Por otra parte, este proyecto ha compaginado el apoyo al desarrollo del ecoturismo con el apoyo a la recuperación y preservación del rico patrimonio histórico existente en Río San Juan, como una estrategia tendente a revalorizar la zona como destino turístico.

En Honduras, se está ejecutando el proyecto sectorial “Desarrollo económico y turístico en la Costa Garífuna” que tiene como contraparte al Instituto Hondureño de Turismo. A través de él se pretende dar un impulso cuantitativo al sector turístico de la Mancomunidad de Municipios Garífunas (MAMUGAH). Para ello se ha creado una Unidad Técnica de Patrimonio y Turismo en la Mancomunidad; se está diseñando y promoviendo el producto turístico de la costa garífuna mediante un inventario de los servicios y atractivos turísticos, la elaboración de la imagen de marca, el establecimiento de los mecanismos de gestión y promoción del producto, la habilitación y puesta en marcha de la Oficina de Información Turística de Trujillo y la señalización de los ecosenderos garífunas de Balfate y Santa Fe. Todo ello sin desatender el componente de capacitación, para lo que se ha rehabilitado el centro de formación turística de Limón, donde se desarrollan los cursos formativos.

En El Salvador, la AECI ha financiado a la Fundación Ecológica de El Salvador – SALVANATURA un proyecto sectorial para el “Desarrollo Ecoturístico del Caserío San Miguelito del Parque Nacional el Imposible”. Este proyecto compagina la construcción y promoción de un ecoalbergue con la capacitación (jornadas de gestión empresarial, manejo de inventario, atención y servicio al cliente, gastronomía) y organización de la comunidad para que puedan gestionar esta instalación de manera sostenible.

En el ámbito de la Formación, Araucaria organizó, en Costa Rica, en el 2001 en colaboración con la Universidad EARTH un taller de interpretación del patrimonio natural y cultural y, en mayo de 2003, el II Seminario de Ecoturismo Araucaria, en el que participaron representantes de 11 países Iberoamericanos.



#### 1.4. Patrimonio Cultural

El Programa de Patrimonio Cultural de la Cooperación Española es un programa horizontal, con objetivos y criterios comunes a todos los países, que actúa sobre el patrimonio bajo la premisa de compatibilizar el derecho de la comunidad al uso y disfrute del mismo y la obligación de conservarlo con la necesidad de convertirlo en un bien socialmente rentable; esto es, en un activo capaz de contribuir al desarrollo económico y cultural de las comunidades a las que pertenece dicho patrimonio.

El Programa trabaja en tres líneas de actuación:

- Revitalización de Centros Históricos.
- Restauración de Monumentos y Bienes Muebles.
- Escuelas Taller



Hasta la fecha se han desarrollado los Planes de Revitalización de los Centros históricos de La Antigua Guatemala, Ciudad de Guatemala y Quetzaltenango en Guatemala; Granada y León en Nicaragua y Comayagua en Honduras. A lo largo de 2003 se pondrán en marcha los de Trujillo, Gracias y Mancomunidad de Colosuca en Honduras y Suchitoto en El Salvador.

Se han restaurado monumentos en todos los países centroamericanos y se han creado Escuelas Taller en: Suchitoto en El Salvador; La Antigua, Ciudad de Guatemala y Quetzaltenango en Guatemala; Granada, León y Masaya en Nicaragua; Comayagua en Honduras y Ciudad de Panamá en Panamá.

La conexión de los Planes Maestros de Centros Históricos con los Planes de Turismo es evidente: la mejora del patrimonio urbano, cuyo objetivo prioritario es mejorar la calidad de vida de sus residentes, contribuye también muy directamente a mejorar el atractivo turístico del lugar incorporando elementos a tener en cuenta en las nuevas rutas turísticas, tales como la visita a determinados conjuntos monumentales y/o históricos que en etapas anteriores quedaban excluidos de los circuitos por su deterioro, escasa accesibilidad, desconocimiento de su valor patrimonial, falta de equipamiento, infraestructuras, etc..

**La Cooperación Española ha desarrollado proyectos de cooperación en materia de turismo en América Central en las áreas de:**

- Fortalecimiento de Instituciones Nacionales de Turismo
- Capacitación de Recursos Humanos
- Ecoturismo a través del Programa Araucaria
- Revitalización de Centros Históricos; Restauración de Monumentos y Escuelas Taller a través del Programa de Patrimonio Cultural
- Proyectos Integrales de turismo

### **1.5. Un Proyecto Integral**

Como ejemplo de coordinación y ejecución de un programa integral de turismo, cabe señalar la experiencia del Programa de la Cooperación Española en Portobelo y Santa Isabel (Colón), cuyos componentes se detallan en el recuadro siguiente.

## **PROGRAMA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA EN PORTOBELO Y SANTA ISABEL (COLÓN)**

A partir del año 2000, el Instituto Panameño de Turismo (IPAT) inició la ejecución de un amplio programa de inversiones para el desarrollo turístico de Portobelo, que incluye la rehabilitación del patrimonio y la construcción de nuevas instalaciones. La AECI en Panamá, a través de su Oficina Técnica de Cooperación, apoya estos esfuerzos por medio de un programa que se ejecuta durante cuatro años, en coordinación con el IPAT y la Alcaldía de Portobelo. El programa es financiado por el Fondo Mixto Hispano-Panameño de Cooperación, creado con aportaciones de los gobiernos de España y Panamá, por medio de la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Ministerio de Economía y Finanzas, respectivamente.

Hasta el momento, el programa contempla **seis proyectos** diferentes:

- **El Plan de Uso Público de la Costa Arriba de Colón**, que pretende contribuir a un mejor conocimiento y aprovechamiento de los recursos turísticos de la zona denominada Costa Arriba, en la provincia de Colón. Para ello se realizó un diagnóstico sobre los visitantes del área, y, en base a esta información y a los atractivos turísticos de la zona, se ha elaborado material de comunicación e interpretación. Además, se han diseñado circuitos o rutas interpretativas y habilitado senderos dentro del Parque Nacional de Portobelo para el uso de los visitantes.
- **Elaboración del plan normativo de desarrollo y conservación del área histórica de Portobelo.** El objetivo general del proyecto trata de contribuir a mejorar las capacidades locales para planificar y ordenar el desarrollo urbano de Portobelo, tomando en cuenta tanto las necesidades básicas de la población como las de conservación del sitio histórico, a través de la elaboración de propuesta de un Plan Normativo por parte del IPAT.
- **El proyecto de manejo adecuado de los desechos sólidos**, cuya iniciativa va dirigida a dar solución al problema del manejo de basura y a promover la concienciación y organización de los habitantes en torno a este tema, siendo sus principales resultados los siguientes: por un lado, la creación de una microempresa local (SARBISA) que ha recibido en concesión el servicio de recolección de la basura y, por otro, la construcción de un relleno sanitario manual que sustituya al actual vertedero de cielo abierto. Ambos componentes se complementan con actividades de educación ambiental en las comunidades, así como la puesta en marcha de un programa de reciclaje. Recientemente se ha decidido ampliar el área de cobertura de este proyecto hacia comunidades del distrito de Santa Isabel.
- **El proyecto de impulso a la microempresa turística**, cuyas acciones se orientan a reforzar la capacidad de gestión de las microempresas turísticas de la zona, así como de la mejora de la calidad de sus servicios y su mercadeo. Así mismo, se pretende que la iniciativa contribuya a consolidar a la Asociación de Empresarios Turísticos de la Zona de Portobelo (AETP).

- **Mejora de los sistemas de agua potable y saneamiento del casco urbano del distrito de Portobelo.** El proyecto pretende dejar operativo el actual acueducto, a través de la realización de un estudio de evaluación sobre el problema de aguas negras del poblado, la consolidación física de la infraestructura existente y la creación de una microempresa encargada de administrar el cobro y el mantenimiento.
- **Integración de sistemas productivos en las áreas urbana y rural y comercialización en el distrito de Portobelo-Colón.** El proyecto pretende la integración de sistemas productivos y de comercialización en las áreas urbana y rural de Portobelo. Para lograr dicho objetivo, el proyecto consta de tres componentes: agricultura urbana, innovaciones en sistemas productivos en el área rural o periurbana y participación en ferias de productores y artesanos.

## 2. LÍNEAS DE ACCIÓN

### 2.1.- CONSIDERACIÓN DE LOS EJES TRANSVERSALES

A partir de la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Cooperación Española contempla en todo su desarrollo legislativo y programático posterior (Plan Director 2000-2004, Estrategias Sectoriales y Bilaterales, Programas de Cooperación Regional, etc.) tres criterios básicos de actuación (lucha contra la pobreza, medio ambiente y promoción de la igualdad entre hombres y mujeres) que deben orientar todas las actuaciones que lleva a cabo, cualquiera que sea el ámbito geográfico o el sector de cooperación en el que se inscriban.

#### a) Lucha contra la pobreza

La Ley de Cooperación Internacional otorga a la lucha contra la pobreza el carácter de objetivo último de la Cooperación Española. Según las directrices del CAD, uno de los elementos de lucha contra la pobreza, es un crecimiento económico sostenido que ayude a generar puestos de trabajo y rentas para los pobres e integrar en la vida económica a las mujeres y a otros grupos desfavorecidos.

Estudios realizados por la OMT (Organización Mundial del Turismo) concluyen que en los países en desarrollo, el turismo es casi siempre la primera fuente de crecimiento económico, divisas, inversión y empleo. Puede contribuir al desarrollo rural, a la transformación agrícola, al enriquecimiento de las comunidades, y a la potenciación social, sobre todo en las mujeres. Además, puede proteger las tradiciones culturales y el patrimonio.

A pesar de que las condiciones de vida de la población centroamericana han mejorado en la segunda mitad del siglo XX, como lo reflejan los indicadores de esperanza de vida al nacer, que ha crecido de 45,4 años a 68,9 años y la tasa de mortalidad infantil, que ha disminuido de 143,5 a 37,1 por 1000 nacidos vivos; sin embargo otros indicadores sociales no han seguido la misma evolución. Es el caso del Producto Interior Bruto (PIB)

per cápita, que ha permanecido estancado hasta la última década, en la que ha experimentado un moderado incremento del 1,7% anual. En la región centroamericana persiste todavía una extendida pobreza: tres de cada cinco centroamericanos viven en condiciones de pobreza (menos de dos dólares diarios de ingresos) y dos de cada cinco viven en la indigencia o en condiciones de pobreza extrema (menos de un dólar diario de ingresos)<sup>5</sup>.

**Las acciones de la cooperación española para el desarrollo del turismo sostenible en América Central tendrán como objetivo principal la lucha contra la pobreza posibilitando un crecimiento económico sostenido mediante la integración de los siguientes criterios:**

- Mejorar las condiciones de vida de las comunidades, la igualdad entre hombres y mujeres y la protección de su identidad cultural, con objeto de que el crecimiento económico que se obtenga sea socialmente equilibrado.
- Fomentar la inserción social de los colectivos más pobres en el desarrollo económico, mediante su acceso a las actividades productivas y la participación de todos los agentes implicados en el proceso turístico, prestando especial atención a los sectores más desfavorecidos de la población local.
- Potenciar la creación de empleo, especialmente el juvenil.
- Fomentar la realización de análisis ex-ante sobre el impacto de los proyectos en la distribución de las rentas y su incidencia en los sectores más pobres de la sociedad.
- Incluir en los programas integrales para el desarrollo del turismo sostenible componentes de inversión en infraestructuras sociales.

## **b) Medio ambiente. Impacto ambiental**

El segundo punto de la Carta del Turismo Sostenible surgida en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, celebrada en Lanzarote en 1995, afirma que: *“El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos”*.

La OCDE, por su parte, hace un llamamiento a sus estados miembros para que realicen una evaluación de los efectos de todos aquellos *proyectos “que por causa de su naturaleza, tamaño y/o localización”* puedan afectar significativamente al medio ambiente.

En la propia Centroamérica, la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD) tiene en la actualidad, en alianza con la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), un Plan de Acción Centroamericano de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), cuyo objetivo es favorecer el uso de este instrumento.

---

<sup>5</sup> Informe sobre el Estado de la Región en Desarrollo Humano Sostenible en Centroamérica. PNUD y Unión Europea.

En lo que se refiere a la Cooperación Española, su Estrategia en Medio Ambiente plantea la necesidad de consolidar la EIA como un elemento transversal de reflexión, evaluación, decisión y aprendizaje. La metodología de Evaluación de Impacto Ambiental para los proyectos de la Cooperación Española, constituye la herramienta para alcanzar este objetivo.

Desde múltiples instancias, por tanto, se contempla cada vez con más atención la necesidad de tener en cuenta los efectos negativos que cualquier proyecto de desarrollo, y concretamente de desarrollo turístico, puede causar en la zona con los consiguientes perjuicios para sus habitantes. El cuadro siguiente muestra un conjunto de posibles impactos ambientales negativos asociados al turismo que deben tenerse presentes desde la formulación misma de cualquier proyecto en este sector.



### **EJEMPLOS DE IMPACTOS NEGATIVOS ASOCIADOS AL TURISMO**

Estos impactos pueden producirse tanto en las fases de obra como durante el desarrollo de la actividad turística y explotación de las instalaciones.

	<b>IMPACTOS AMBIENTALES</b>
<b>Suelo</b>	Compactación de suelos, aumento de la escorrentía superficial y erosión; pérdida y contaminación de suelos; aumento del riesgo de desprendimientos; etc
<b>Agua</b>	Contaminación de aguas superficiales y subterráneas por abandono de residuos o vertidos contaminantes; eutrofización; sobreexplotación de acuíferos, etc.
<b>Flora y fauna</b>	Pérdida de diversidad biológica; destrucción y fragmentación de hábitats; cambios de comportamiento en la fauna, provocadas por acoso, molestias y capturas; impacto a especies amenazadas o en peligro de extinción, etc.
<b>Ecosistemas y paisajes</b>	Agotamiento de recursos naturales; pérdida de funcionalidad de ecosistemas frágiles, como sistemas de dunas, bosques, arrecifes coralinos, manglares..., etc.
<b>Procesos biológicos y geológicos</b>	Impuesto en la dinámica hidrológica (crítico en zonas húmedas); alteración de rutas migratorias, etc.

**Para minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente, deberían tenerse en cuenta y aplicarse un conjunto de criterios:**

- Conocimiento preciso de las características del entorno a escala ambiental, social, económica y política.
- Estimación y respeto de la capacidad de carga o *“máximo número de personas que pueden visitar un lugar al mismo tiempo sin causar daños físicos, económicos, socioculturales o ambientales, así como un inaceptable descenso de la satisfacción de los visitantes”* ( PNUMA)
- Diversificación de actividades, integrando el turismo como una actividad productiva más en el marco de la planificación estratégica nacional y local, evitando así el abandono de los usos tradicionales del territorio.
- Iniciativas sobre educación, información y marketing responsable para aumentar la concienciación de la población local, visitantes y empresarios sobre los problemas asociados al turismo y sobre formas de colaborar en su reducción. Por ejemplo, la capacitación de guías de las empresas turísticas contribuye a la conservación del entorno por parte de los visitantes.
- Protección y puesta en valor del patrimonio natural, cultural e histórico
- Reutilización de instalaciones sobre infraestructuras ya existentes. Las restauraciones se realizarán utilizando materiales y estilos autóctonos. Se favorecerá el uso de energías renovables y tecnologías innovadoras en la gestión de recursos y tratamiento de residuos.
- Establecimiento de una gama de instrumentos (obligatorios y voluntarios) que regulen, incentiven y minimicen los posibles impactos asociados al desarrollo turístico: estudios de Impacto ambiental; guías de buenas prácticas (ahorro de energía, de agua, gestión de residuos, etc.); Ecoetiquetas; códigos de conducta para turistas; Agenda 21 para la industria de viajes y turismo, etc.

### **c) Promoción de la igualdad entre hombres y mujeres**

La Cooperación Española contempla la perspectiva de la igualdad entre hombres y mujeres tanto en la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo de 1998, como en las prioridades horizontales del Plan Director de la Cooperación Española 2001-2004.

En Iberoamérica la relación entre los salarios de las mujeres y los hombres oscila en torno al 70%, incluso realizando trabajos de igual valor. Así mismo, las mujeres participan en el trabajo productivo en peores condiciones laborales, constituyen la mayor parte de los trabajadores del sector informal y experimentan por ser mujeres un trato discriminatorio en el mercado de trabajo.

En Centroamérica, según el Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG)<sup>6</sup>, todos los países de la región centroamericana se encuentran situados entre el puesto 41 y el 98 de la clasificación de 144 países que realiza el PNUD en el Informe de Desarrollo Humano.

<sup>6</sup> Informe de Desarrollo Humano del PNUD 2003.

Esto supone una mejora en su posición respecto a otros países cuando se examina la igualdad entre hombres y mujeres. Sin embargo las diferencias persisten y los mercados de trabajo de los países siguen caracterizándose por tasas de desempleo más elevadas para las mujeres, una clara segmentación ocupacional con escasa representación de las mismas en puestos directivos, empleos en condiciones de extrema precariedad laboral, limitaciones para acceder al crédito, importantes brechas salariales y de ingresos y un acceso limitado de las mujeres a los recursos productivos.

### ÍNDICE DE DESARROLLO RELATIVO AL GÉNERO

		Índice de desarrollo relativo al género (IDG) <sup>(2)</sup>		Estimación de los ingresos percibidos (PPA US\$) <sup>(3)</sup> 2001	
Clasificación según el IDH <sup>(1)</sup>	País	Clasificación	Valor	Mujeres	Hombres
42	<b>Costa Rica</b>	41	0,824	5.189	13.589
59	<b>Panamá</b>	54	0,781	3.399	8.056
67	<b>Belice</b>	64	0,756	2.188	9.100
105	<b>El Salvador</b>	85	0,707	2.771	7.846
115	<b>Honduras</b>	96	0,656	1.509	4.131
119	<b>Guatemala</b>	97	0,638	2.144	6.620
121	<b>Nicaragua</b>	98	0,636	1.494	3.415

**Fuente: Informe de Desarrollo Humano 2003 (PNUD).**

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) mide los logros de desarrollo humano de los países en términos de esperanza de vida, educación e ingresos reales ajustados.

- (1) El Índice de Desarrollo relativo al Género (IDG) mide las mismas dimensiones que el IDH, pero busca destacar las diferencias que existen en los logros entre hombres y mujeres.
- (2) Debido a la falta de datos relativos a los ingresos desglosados por género, el PNUD hace una estimación aproximada de los ingresos percibidos por el hombre y la mujer a partir de los datos relativos a la relación entre el salario no agrícola de la mujer y el salario no agrícola del hombre, los porcentajes femenino y masculino dentro de la población económicamente activa, el total de las poblaciones femenina y masculina y el PIB per cápita (PPA en USD).

Integrar de manera transversal la perspectiva de género en el Programa Regional de Turismo es particularmente importante, al ser la industria turística una de las principales empleadoras de mujeres y presentar un claro potencial como sector inductor del empleo y de actividades generadoras de ingresos, al mismo tiempo que puede afectar positivamente a las vidas de las mujeres en las comunidades de destino.

Debe tenerse también presente la preocupación expresada en diversos ámbitos (como el IV Foro de Integración y Desarrollo Turístico de Centroamérica y República Dominicana. Managua 2001) sobre la necesidad de prevenir el desarrollo del turismo sexual en Centroamérica, crecimiento que podría resultar de un aumento de la represión

por parte de las autoridades de los países asiáticos, principales focos hasta ahora de este tipo de actividad.

**Las actuaciones de turismo enmarcadas en el presente programa, procurarán integrar la perspectiva de género a través de iniciativas como las siguientes:**

- Fomentar la realización de un análisis ex-ante, diferenciando el impacto que las diversas actividades pueden tener sobre hombres y mujeres.
- Incidir en los procesos de sensibilización dirigidos a la sociedad en general y a los propios beneficiarios.
- Promover la incorporación de indicadores desagregados por sexo en todas y cada una de las fases del ciclo del proyecto.
- Apoyar aquellas iniciativas turísticas que favorezcan la integración y participación de la mujer en la toma de decisiones y en los procesos de desarrollo de los países centroamericanos.
- Difundir experiencias de buenas prácticas a través de la sistematización de aquellas actuaciones exitosas en integrar la equidad entre mujeres y hombres.
- Apoyar las iniciativas nacionales de prevención del turismo sexual.

## **2.2 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL**

### **Justificación**

El apoyo a los procesos de integración regional a través del fortalecimiento de sus instituciones es una prioridad de la Cooperación Española. Por ello figura como línea prioritaria de actuación en el Programa de Cooperación Regional para Centroamérica, recogiendo así lo establecido en el Memorando de Entendimiento entre la AECI y la Secretaría General del SICA, firmado en Madrid el 9 de marzo del 2001. Como tal prioridad fue incluida en el Acta de la I Reunión de la Comisión Mixta que ambas instituciones firmaron en Madrid el 1 de abril del 2003.

La institución regional responsable del desarrollo del turismo, la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), dependiente de la Secretaria General del SICA, fue creada en la Primera Conferencia Extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica en abril de 1965. Su objetivo es el desarrollo de la actividad turística, desde una perspectiva regional, involucrando a los siete países del istmo centroamericano.

La SITCA es la entidad responsable de coordinar la política general de la actividad turística centroamericana a nivel regional; de facilitar el desarrollo del turismo en toda la región; de gestionar la eliminación de toda clase de barreras, impedimentos y obstáculos que perjudiquen el desarrollo turístico, así como de la gestión y promoción del establecimiento de facilidades para el fomento y desarrollo del turismo regional.

Es, por otro lado, el órgano encargado de convocar las reuniones del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), formado por los máximos responsables nacionales en esta materia, y le compete la ejecución de los acuerdos emanados de dicho Consejo. Además, articula la presentación a los miembros de éste de los proyectos relativos a integración turística y gestiona ante los Gobiernos el cumplimiento de las recomendaciones emanadas de los Organismos, Congresos o Foros Internacionales de Turismo que considere convenientes para el desarrollo turístico de la región.

Por decisión de los Presidentes Centroamericanos en la declaración de San José de 13 de diciembre de 2002, se ha creado la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (APTC., también conocida como CATA, por sus siglas en inglés).



## **Objetivo**

El fortalecimiento institucional en el sector del turismo tiene como objetivo apoyar a las instituciones nacionales y regionales para elaborar políticas comunes sobre el desarrollo sostenible del turismo regional, así como prestar asistencia a las instituciones nacionales de turismo en cuestiones relativas a la armonización de legislaciones y convergencia de políticas.

## **Acciones**

Las acciones de la Cooperación Española en materia de fortalecimiento institucional se enmarcarán en las áreas definidas en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible aprobado por el Consejo Centroamericano de Turismo en julio de 2003, y en concreto en las siguientes actividades:

- a) Actuaciones destinadas a apoyar la elaboración de una Política Regional de Turismo.
  - La Cooperación Española podrá apoyar a las instituciones regionales en la elaboración de una política que sirva de guía a los países de la región para sus políticas nacionales. Igualmente podrá prestar asistencia a las instituciones de

los países centroamericanos en la elaboración de políticas nacionales coherentes con la política regional.

b) Actuaciones de apoyo a la coordinación interinstitucional.

La mayoría de los países tienen previsto en sus estrategias nacionales la creación de una Comisión Interinstitucional de Turismo para el desarrollo de sus políticas sectoriales, integrada por todos los sectores involucrados dentro del Gobierno.

- La Cooperación Española prestará asistencia para la creación o el funcionamiento de estas Comisiones. Así mismo apoyará la participación de las instancias locales en la elaboración de dichas políticas sectoriales.

c) Actuaciones de apoyo a la producción y armonización de legislaciones que inciden en el desarrollo del turismo.

En este ámbito, la Cooperación Española promoverá acciones destinadas a apoyar las iniciativas nacionales en los siguientes campos:

- Homologación de la normativa sobre calidad turística y armonización de legislaciones y procedimientos relativos a la atracción de inversiones.
- Desarrollo de programas de planificación turística y ordenamiento territorial que contribuyan al desarrollo sostenible del sector desde una perspectiva regional.
- Iniciativas nacionales y regionales encaminadas a facilitar el libre tránsito de turistas a través de la política migratoria, aduanera y de transporte.
- Apoyo a la aplicación de los sistemas estadísticos relacionados con el turismo, en especial los procesos de implantación de la Cuenta Satélite de Turismo.

d) Apoyo a la elaboración de una Política Centroamericana de Sostenibilidad Turística.

Para conseguir el objetivo de un desarrollo turístico sostenible en Centroamérica, la Cooperación Española podrá realizar actuaciones de:

- Apoyo al diseño de Programas de Planificación Turística y Ordenamiento Territorial.
- Apoyo a la homologación de leyes relativas a la sostenibilidad para toda la región.
- Apoyo a los diseños de los sistemas de evaluación y a la elaboración de los indicadores de sostenibilidad.

e) Apoyo a los Planes de Certificación Regional.

Los países de la región han marcado como objetivo la puesta en marcha del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) en diciembre de 2005. La Cooperación Española podrá realizar acciones de:

- Apoyo a la puesta en marcha del Certificado de Sostenibilidad Turística con objeto de contribuir a la homologación de la calidad de los servicios turísticos de las empresas certificadas.

- f) Actuaciones de apoyo a la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) Para respaldar el establecimiento de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica en Madrid y posibilitar su objetivo de aunar los esfuerzos promocionales de los países centroamericanos en la captación del mercado europeo a través de la marca “Centroamérica”, se podrían realizar las siguientes actuaciones:
- Colaboración en acciones de formación en materia de política y gestión turística.
  - Asistencia técnica de la Secretaría General de Turismo española en acciones de promoción y comercialización.
  - Transferencia de información, tecnología y metodologías aplicadas por parte de la Secretaría General de Turismo en lo que se refiere a: estudios de mercados, configuración del Portal de Turismo y promoción a través de internet, optimización de recursos en acciones promocionales y de apoyo a la comercialización, publicaciones y documentación, y otras que pudieran solicitarse en el ámbito de competencias de la Secretaría General de Turismo.

**Acciones de la Cooperación Española en materia de fortalecimiento institucional:**

- Actuaciones destinadas a apoyar la elaboración de una Política Regional de Turismo.
- Actuaciones de apoyo a la coordinación interinstitucional.
- Actuaciones de apoyo a la producción y armonización de legislaciones que inciden en el desarrollo del turismo.
- Apoyo a la elaboración de una Política Centroamericana de Sostenibilidad Turística.
- Apoyo a los Planes de Certificación Regional.
- Actuaciones de apoyo a la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA).

## 2.3 COMERCIALIZACION

### A) Marca “Centroamérica”

#### Justificación

En la XXII Reunión de Presidentes de Centroamérica, celebrada en San José el 13 diciembre de 2002, los países participantes reafirmaron sus compromisos de integración con aplicación prioritaria a los ámbitos de la cultura y el turismo. En la misma Cumbre se aprobó un Plan de Acción en Materia de Turismo, uno de cuyos objetivos es *“Consolidar, fortalecer y proyectar ampliamente la imagen promocional de Centroamérica como un multidestino turístico en los mercados emisores de Europa y Asia.*



Sobre la base de este Plan, la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) presentó una nueva estrategia de creación de una marca común, "Centroamérica", para toda la región.

Esta marca, que posee ya un logotipo propio y un slogan "*Centroamérica...tan pequeña, tan grande*", ya ha empezado a promocionarse en los mercados exteriores, estando presente en las principales ferias turísticas internacionales, y pretende reforzarse específicamente en el mercado europeo, a través de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), cuya sede se ha establecido en Madrid.

En el mes de julio del 2003 el Consejo Centroamericano de Turismo aprobó un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica, que recoge todo un programa de actuaciones, haciendo especial hincapié en el esfuerzo integrador que requiere una marca común.

### **Objetivo**

Convertir Centroamérica en un destino turístico fuerte y consolidado a nivel mundial, favoreciendo, con ese propósito el desarrollo de una política turística interregional integrada a través de una marca común.

### **Acciones**

- a) Apoyar el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica presentado por el Consejo Centroamericano de Turismo, especialmente en el conjunto de actuaciones que se refieren a comercialización.
- b) Respalda a la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, con sede en Madrid, para sus actividades ante el mercado europeo, recogiendo sus prioridades y propuestas. Especialmente a través de:
  - Apoyo institucional.
  - Asistencia técnica de la Secretaría General de Turismo española en acciones de promoción y comercialización de la marca Centroamérica.
  - Colaboración en acciones de formación para la gestión financiera.
- c) Colaborar con el Consejo Centroamericano de Turismo en la definición y configuración de un plan de marketing para Centroamérica como multidestino.

## **B) Portal de turismo**

### **Justificación**

Las estadísticas demuestran que Internet está llamada a ser la principal vía de información y captación de turistas, siendo a la vez uno de los soportes más idóneos para describir la complejidad de la oferta turística de un país o de una región.

Existen ya más de 513 millones de usuarios de la red en el mundo y las previsiones indican que en el año 2005 existirán más de 760 millones.

El turismo representa ya el 36% del comercio electrónico a nivel global y se consolida como uno de los productos más demandados en la red, por encima de alguno de los más tradicionales.

Un Portal Turístico para Centroamérica sería un elemento estratégico de primer orden que contribuiría al despliegue de todo el potencial turístico que ofrece la región mediante la promoción y apoyo a la comercialización on-line de la riqueza y diversidad de productos y destinos turísticos de la región. Tendría, además, enormes ventajas para la región. Entre las que cabe destacar:

- a) Representa una completa herramienta de información de la oferta turística de Centroamérica a través de un soporte utilizado cada vez más intensamente por los turistas.
- b) Constituye un importante instrumento de promoción directa de dicha oferta a potenciales turistas.
- c) Es un elemento integrador de la oferta turística de la región y de cada uno de los países, al ofrecer en un solo soporte toda la variedad de productos y destinos bajo una misma marca.
- d) Supone una significativa reducción de costes de promoción turística, evitando tener que dedicar presupuesto a estructuras más costosas, como Oficinas de Información Turística en mercados emisores hacia Centroamérica. Con un pequeño coste de promoción en portales internacionales de carácter horizontal y en los principales buscadores se llegaría a la inmensa mayoría de turistas potenciales.

### **Objetivo**

Apoyo a la creación de un Portal de Turismo como herramienta que mejore, potencie e integre la información sobre la oferta turística de la región y sirva de apoyo a la comercialización y promoción de productos y destinos turísticos, permitiendo así a las administraciones turísticas centroamericanas prestar los servicios más adecuados para incrementar la calidad, rentabilidad e imagen exterior del sector turístico del país.

### **Acciones**

- a) Estudio de viabilidad de un Portal de Turismo de Centroamérica.

El estudio debe evaluar las actuales fuentes de información nacionales y regionales, identificar las necesidades de información para mejorar el sistema, y determinar los requisitos de contenidos y técnicos, así como de costes y viabilidad económica, de un portal de información y promoción de los productos y destinos de la región.

- b) Cesión de la metodología y tecnología desarrollada por la Administración Turística española en su Portal de Turismo, previa evaluación de la factibilidad de compartir la información y tecnología desarrollada en el portal del turismo español en el proyecto centroamericano

- c) Apoyo para la puesta en marcha de un Portal de Promoción Turística para Centroamérica, definido como un portal-alianza-de-portales-en-Internet, enfocado a la promoción de Centroamérica en los mercados internacionales.
- d) Asistencia técnica y acciones formativas para las administraciones turísticas nacionales y regionales orientadas al mantenimiento del portal turístico.

### **C) Apoyo a la comercialización y desarrollo de micro y pequeñas empresas**

#### **Justificación**

Las características comunes que comparten los países centroamericanos de gran riqueza paisajística, cultural, patrimonial-arqueológica, unidas al aún incipiente desarrollo de la actividad turística -especialmente en las zonas rurales- propician la generación de pequeñas empresas que ofrecen servicios turísticos de muy diverso tipo (alojamiento, restauración, servicios complementarios de actividades, atracciones, transportes y guía, artesanía, gastronomía, etc.).



Estas pequeñas empresas familiares que surgen en la población local al hilo de la actividad turística, en muchas ocasiones encabezadas por mujeres, constituyen una oportunidad para la diversificación de empleo y de ingresos entre las comunidades rurales y de pequeñas poblaciones, contribuyendo además al mantenimiento de las diferentes formas de actividad tradicional, así como de productos artesanales y de la cultural regional y local.

Sin embargo, este tipo de pequeñas empresas sobreviven con dificultad debido a los problemas que encuentran para introducirse en los canales de comercialización turística y dar a conocer su oferta turística, en un contexto económico mundial cada vez más globalizado.

En este sentido, deberían adoptarse iniciativas dirigida a favorecer este tejido empresarial para que, mediante fórmulas de integración y asociación, así como acciones

de apoyo y de capacitación, puedan acceder a los canales de comercialización y de promoción que las hagan económicamente viables.

A tal efecto, deberá tomarse en consideración la posibilidad de integrar estas acciones en otras contempladas en este documento referentes a la comercialización de rutas, circuitos y productos turísticos interregionales, así como en las oportunidades de promoción que ofrece el proyectado Portal de Turismo de Centroamérica.

### **Objetivo**

Contribuir al desarrollo social y económico de las poblaciones locales de Centroamérica, mediante el refuerzo de las capacidades de las pequeñas empresas turísticas en lo que se refiere al acceso a los canales de comercialización y promoción de su oferta, asegurando así su viabilidad.

### **Acciones**

- a) Asistencia técnica para el fortalecimiento de la capacidad de las pequeñas empresas turísticas para acceder a los canales de comercialización y promoción turística, que puede comprender acciones de:
- Capacitación en técnicas de promoción y apoyo a la comercialización de pequeños emprendedores (acciones de publicidad, material de divulgación y publicaciones, participación en ferias y en jornadas de comercialización, etc.).
  - Asesoramiento para la puesta en valor y uso turístico de la oferta de las pequeñas empresas, tales como técnicas de mejora de los productos turísticos ofertados, posibilidad de incorporar productos complementarios atractivos, mejora de los emplazamientos, señalización, información, interpretación y guía, etc.
  - Elaboración de programas de formación y seminarios-taller para la mejora de las actitudes de las personas intervinientes o relacionadas con la oferta turística de la pequeña empresa.
  - Organización de actividades complementarias en el entorno de los alojamientos.
  - Estudio de estrategias de producto, precio, promoción y comercialización.
  - Acceso a fuentes de financiación, ayudas públicas, sistemas de microcrédito, etc.
- b) Fortalecimiento del tejido empresarial mediante el fomento del asociacionismo e integración en acciones tales como:
- Incorporación de la oferta turística de las pequeñas empresas en las rutas, circuitos y productos turísticos interregionales, beneficiándose de la capacidad de comercialización y promoción de las mismas.
  - Integración en una misma oferta turística de elementos situados en un mismo emplazamiento geográfico: Alojamiento, gastronomía, artesanía local, folklore y actividades complementarias (rutas guiadas, senderismo, actividades deportivas, turismo de aventura, etc.).
  - Asociación entre pequeños empresarios con ofertas turísticas que presenten elementos comunes para la generación de sub-marcas (redes de casas rurales, alojamientos con encanto, rutas gastronómicas, mercados artesanales, pequeños circuitos de naturaleza o culturales, etc.).

- c) Integración, en su caso, en el Portal de Turismo de Centroamérica de modo que éste pueda servir de plataforma de promoción y comercialización de la oferta turística de las pequeñas empresas, especialmente de las integradas y asociadas en sub-marcas. En este sentido, se puede favorecer como experiencia piloto la agrupación de establecimientos rurales de Centroamérica con marca propia, que desde su vínculo en el Portal de Turismo de Centroamérica permita acceder al conocimiento de los servicios y reserva de plazas.
- d) Favorecer la coordinación entre las distintas administraciones públicas a efectos de mejorar aspectos de infraestructuras de acceso, señalización, organización y promoción, que permitan una mayor visibilidad de las pequeñas empresas turísticas.

#### **Acciones de Apoyo a la Comercialización:**

- Favorecer la consolidación de la Marca “Centroamérica”.
- Apoyo a la creación de un Portal de Turismo.
- Facilitar la comercialización y desarrollo de micro y pequeñas empresas

## **2.4. CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

### **Justificación**

La formación de recursos humanos es una prioridad tanto en la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo como en el Plan Director de la Cooperación Española 2001-2004.

Uno de los capítulos del Plan de Acción en Materia de Turismo adoptado por los Jefes de Estado y de Gobierno Centroamericanos en diciembre de 2002, está dedicado a “Reforzar los programas orientados a elevar la competitividad, calidad y excelencia de los servicios turísticos de la región” y en concreto apoyar los esfuerzos de capacitación de los recursos humanos como medio de asegurar la preservación y manejo sostenible de los recursos naturales, la calidad ambiental y el patrimonio cultural. El Plan de Acción contempla, también, la necesidad de que las autoridades de educación incluyan la materia de cultura turística dentro del currículo escolar de educación primaria básica, así como la elaboración de la cartilla turística infantil regional y de cada país. En el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico (CCT 2003) se incorpora como área estratégica la cultura y formación turística.

### **Objetivo**

La capacitación de los recursos humanos en el ámbito del turismo sostenible en América Central tiene como objetivo mejorar la competitividad de los países centroamericanos como destino turístico, integrar a las comunidades locales en los beneficios económicos de la actividad turística y luchar contra la pobreza a través del incremento del empleo.

## **Acciones**

Para conseguir el objetivo descrito a través de la capacitación de recursos humanos, y en el marco del Programa de Cooperación Regional, la Cooperación Española podrá actuar en los siguientes campos mediante acciones como las que se indican a continuación:

- a) Apoyo a las instituciones regionales para el desarrollo de un diagnóstico sobre necesidades de capacitación de recursos humanos en toda la región y para la elaboración del Plan de Capacitación Regional.

Tanto la realización del diagnóstico como la del Plan de Capacitación están recogidas entre las actividades del Plan Estratégico presentado por el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) en el 2003.

- b) Capacitación y formación de gestores públicos y privados.

- Formación de formadores, mediante acuerdos con universidades españolas y centros de formación especializados.
- Apoyo a la definición de módulos formativos y contenidos académicos, con el objeto de crear una especialidad de turismo dentro de la formación profesional.
- Seminarios de formación de gestores públicos en distintos ámbitos en los que España tiene amplia experiencia y dispone de la tecnología necesaria: gestión integral de destinos turísticos, gestión turística de ciudades patrimonio, marketing turístico y creación de nuevos productos, sistemas estadísticos y cuentas satélite, sistemas de información y nuevas tecnologías.
- Formación en España de grupos de gestores estatales, regionales y locales centroamericanos, con objeto de conocer la experiencia española en administración turística, promoción y marketing, estadísticas de turismo, calidad turística, gestión sostenible, etc.



c) Formación del personal de base relacionado con la actividad turística.

- Elaboración de módulos y cursos de capacitación para profesionales del sector, con objeto de mejorar su formación teórico-práctica en materias de hostelería, restauración, relaciones públicas, etc., destinados a cocineros, camareros, recepcionistas, guías turísticos, así como a gestores de microempresas (artesanía, hostelería, etc.).

La formación teórica en esta línea se podrá ofrecer on-line o de manera presencial, utilizando centros de formación, preferentemente del sistema educativo del país. En cuanto a la formación práctica, se aprovecharán los recursos existentes en la región, trabajando con pequeños negocios de hostelería (restaurantes, hoteles etc.) ubicados en rutas turísticas del país que se encuentren en funcionamiento y estén interesados en participar en los proyectos aportando su infraestructura.

- Apoyo a la elaboración de materiales docentes especializados.
- Apoyo a las poblaciones locales para acceder a una formación técnica especializada y al mercado de trabajo.

d) Escuelas-Taller

- Creación y apoyo al funcionamiento de centros de formación teórico-práctica (Escuelas-Taller) de jóvenes de bajos recursos en oficios relacionados con la restauración del patrimonio histórico, cultural y natural.

La formación teórica se complementa simultáneamente con la práctica realizada en una obra de restauración de un inmueble de valor patrimonial, de propiedad pública, destinado a un uso público (casa de la cultura, dispensario médico, mercado, etc..).

- Apoyo a la inserción laboral de los alumnos egresados de las Escuelas-Taller, bien como empresarios independientes, bien como empleados asalariados, prestando asesoría en la formación empresarial (creación de microempresas, cooperativas...).
- Apoyo a las Oficinas Técnicas de Centros Históricos mediante la realización de obras de restauración de monumentos y áreas patrimoniales, contribuyendo a la recuperación del patrimonio histórico de los centros de las ciudades.



e) Sensibilización de la población.

- Acciones de formación de la población escolar a través de materias con las que los alumnos aprendan a valorar el patrimonio histórico, cultural y natural de su región.
- Acciones de sensibilización de la población sobre la importancia del turismo, destacando el papel decisivo que juega cada individuo que reside en un destino turístico en el desarrollo del mismo, transmitiendo la idea de calidad integral y sostenibilidad medioambiental y sociocultural.

### **Acciones de Capacitación de Recursos Humanos**

- Apoyo para el desarrollo de un diagnóstico sobre necesidades de capacitación de recursos humanos en toda la región y para la elaboración del Plan de Capacitación Regional.
- Capacitación y formación de gestores públicos y privados.
- Formación del personal de base relacionado con la actividad turística.
- Escuelas-Taller.
- Sensibilización de la población.

## **2.5. DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

### **Justificación**

Los países centroamericanos han sido pioneros en la facilitación del tráfico turístico, en el lanzamiento de productos interregionales que aúnan naturaleza y cultura (Mundo Maya) y en el desarrollo de programas regionales comunes en ámbitos como el de las estadísticas o la promoción.

Entre los puntos acordados en la XII Cumbre de Jefes de Estado centroamericanos, se señalaba la *“estrategia de promoción de la región como multides­tino turístico y cultural, mediante la sistematización e integración de un Corredor Turístico y Cultural Centroamericano que incluya circuitos, rutas y cartografías turísticas y culturales que conecten a los países entre sí, como espacios y redes artísticas y culturales e impulsen los niveles que permitan penetrar competitivamente los mercados internacionales, mediante el desarrollo de infraestructuras y facilitación turística y cultural”*.

Además, como antes se indicaba, se ha puesto en marcha desde diciembre de 2002 una marca turística común a la región, Centroamérica, que ya ha empezado a ser comercializada y promocionada. Bajo la misma, pueden agruparse productos interregionales, así como rutas, itinerarios, circuitos, etc. compartidos por varios de los países que, según está demostrado, tienen una mayor fuerza y capacidad de penetración en los mercados que la de los destinos o productos turísticos aisladamente promocionados.



La configuración de estas rutas, circuitos, itinerarios, y productos, permiten acciones de comercialización y promoción conjuntas entre varios países de la región, con una mayor implicación de agentes públicos y privados. De esta manera, se pueden aunar esfuerzos y recursos con acciones de cooperación y cofinanciación, y con la consiguiente mayor rentabilidad. Igualmente, generan una mayor capacidad de atracción de inversiones y apoyos de agencias bilaterales y organismos multilaterales, interesados en el desarrollo de la región.

Por último, la identificación y definición de rutas, circuitos y productos turísticos interregionales, se configura como un instrumento integrador de primer orden, al tiempo que representa una excepcional herramienta para el desarrollo de los pueblos, desde el respeto de su propia identidad, que es precisamente uno de los elementos esenciales de su atractivo. Así, deben tenerse presentes las actuaciones ya iniciadas en proyectos que combinan elementos de patrimonio cultural y natural, como son Mundo Maya, Corredor Biológico, Plan Puebla Panamá, Araucaria, Ruta del Maíz, o Red Centroamericana de Ciudades y Sitios Históricos.

### **Objetivo**

Posibilitar una mayor integración regional entre los países centroamericanos, contribuyendo al desarrollo de productos turísticos interregionales que, preservando y poniendo en valor los elementos culturales y naturales comunes, redunden en una mayor competitividad del turismo centroamericano.

### **Acciones**

- a) Asistencia técnica para la valoración de las rutas, circuitos y productos turísticos interregionales existentes, que comprenda:
  - Estudio sobre el grado de desarrollo de las rutas, circuitos y productos regionales existentes, análisis de los factores que limitan su desarrollo y, en su caso, propuesta para su potenciación.

- b) Asistencia técnica para la identificación, diagnóstico, definición de estrategias y estudios de viabilidad de nuevas rutas, circuitos y productos turísticos interregionales:
- Identificación de los elementos patrimoniales, culturales y naturales, capaces de configurar rutas, circuitos y productos turísticos interregionales bajo la marca turística Centroamérica.
  - Definición de las potencialidades de configuración como oferta turística y de las posibles dificultades para su expansión y desarrollo.
  - Estudio de viabilidad y formulación de las bases de posibles proyectos y estrategias de cooperación.
- c) Acciones complementarias:
- Análisis de la demanda actual de rutas, circuitos y productos turísticos interregionales, de carácter regional e internacional, así como de las nuevas tendencias de la demanda.
  - Evaluación de costes y de viabilidad económica de las acciones de desarrollo propuestas e identificación de vías de financiación.
  - Identificación de posibles estrategias comerciales que favorezcan el desarrollo de las rutas, circuitos y productos turísticos interregionales identificados, proponiendo medidas que estimulen la captación de inversiones. Organización, en su caso, de foros y seminarios donde puedan presentarse las potencialidades de desarrollo de la región en cuanto a los productos interregionales se refiere.
  - Especial consideración hacia la sostenibilidad medioambiental y sociocultural de los elementos que configuran las rutas, circuitos y productos turísticos interregionales, así como a la participación de las comunidades locales en las actividades turísticas que deriven y sus beneficios.

### **Desarrollo de Productos Turísticos**

- Asistencia técnica para la identificación y valoración de las rutas, circuitos y productos turísticos interregionales existentes.
- Asistencia técnica para la identificación, diagnóstico, definición de estrategias y estudios de viabilidad de nuevas rutas, circuitos y productos turísticos interregionales.
- Acciones complementarias (análisis de demanda, evaluación de costes, identificación de estrategias comerciales, ...)

## **2.6. PROGRAMAS INTEGRALES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE.**

### **Justificación.**

El desarrollo del turismo debe ser objeto de políticas integrales que favorezcan una mejora de las infraestructuras básicas, un fortalecimiento de los municipios que permita a los gobiernos locales ofrecer servicios, tales como la gestión de residuos sólidos o la provisión de agua potable, un desarrollo del sector privado a través del apoyo a las pequeñas empresas vinculadas al turismo, así como el fortalecimiento de las instituciones nacionales y locales encargadas de la planificación y gestión de los espacios naturales.

Una serie de acciones bien diseñadas puede conseguir un programa de considerable impacto en los niveles de vida de una región, que podría extrapolarse a zonas más amplias.

Centrarse en áreas piloto tiene evidentes ventajas, ya que permite concentrar los esfuerzos sobre un área preseleccionada, obtener un impacto directo sobre el desarrollo humano de las poblaciones locales, desarrollar experiencias que pueden ser aplicadas en otras zonas e incrementar la visibilidad y el impacto de la Cooperación Española.

### **Objetivos**

Contribuir al desarrollo integral de una región a través del apoyo a iniciativas nacionales para la ejecución de programas integrales.

### **Marco conceptual**

Además de la consideración de los ejes transversales de todo proyecto abordado por la Cooperación Española, el proyecto integral debería contemplar tres principios básicos:

- Conservación del medio natural y cultural, integrando el concepto de conservación frente a acciones que conlleven impactos irreversibles.
- Desarrollo humano y mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales, que deben ser los principales beneficiarios del uso de los recursos.
- Fortalecimiento institucional/organizativo, como instrumento para lograr la sostenibilidad de los objetivos alcanzados.

Estos proyectos deben buscar su integración en planes y estrategias, tanto de nivel regional como nacional y local, que persigan la sostenibilidad del desarrollo a largo plazo.

### **Componentes de los proyectos integrales**

- Apoyo a la elaboración y puesta en funcionamiento de planes de uso público de espacios naturales.
- Apoyo a la elaboración de planes normativos de desarrollo y conservación de áreas de interés histórico y/o natural.
- Apoyo al desarrollo de programas municipales de manejo de residuos sólidos y mejora de sistemas de gestión de agua potable.
- Apoyo a microempresarios vinculados al turismo en la región (apoyo al desarrollo y comercialización de artesanías locales).