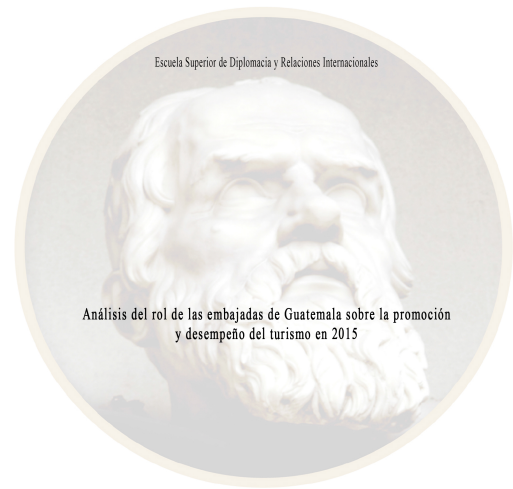




Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales



Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción
y desempeño del turismo en 2015

ELIZABETH VICTORIA GUERRERO CAMPOS

Carné 12003509

Guatemala, febrero de 2017



Universidad Galileo
Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales

**Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y
desempeño del turismo en 2015**

PRESENTADO POR

Elizabeth Victoria Guerrero Campos

Carnet No.12003509

Previo a conferírsele el Grado Académico De

Licenciada en Diplomacia y Relaciones Internacionales

Asesor o Asesora

Dr. César Augusto Méndez Pinelo

Guatemala, febrero de 2017

Guatemala, 18 de febrero de 2016

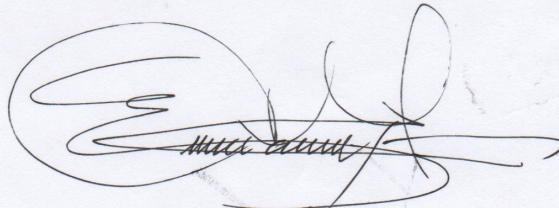
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales
Universidad Galileo
Guatemala

Estimada Licenciada Mansilla:

De la manera más atenta me dirijo a usted, mi nombre es Elizabeth Victoria Guerrero Campos, estudiante de la Licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales actualmente ya tengo pensum cerrado por lo que solicito aprobación de mi punto de tesis titulada "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015", así mismo solicito la aprobación de asesor de tesis el Licenciado César Augusto Méndez Pinelo quien me apoyara en la consolidación del documento.

De antemano agradezco su amable atención a esta solicitud.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elizabeth Guerrero', is written over a large, stylized circular flourish.

Elizabeth Guerrero
Carné 12003509
Carrera LDRI



Guatemala, 25 de febrero de 2016

Señorita
Elizabeth Victoria Guerrero Campos
Presente.

Estimada Señorita Guerrero:

Tengo mucho gusto en informarle que ha sido autorizado su punto de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciada en Diplomacia y Relaciones Internacionales, cuyo título es "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015".

Al mismo tiempo le informo que ha sido aprobada la designación del Licenciado César Augusto Méndez Pinelo como asesor de su trabajo de tesis.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla

Directora

Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones
Internacionales

Guatemala, 24 de noviembre de 2016

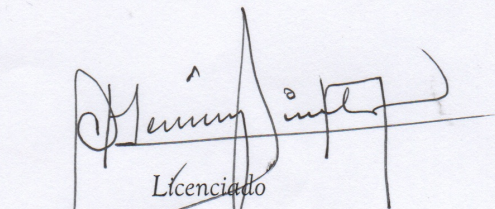
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio, tengo el agrado de comunicarle que he asesorado el trabajo de tesis, "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015" presentado por la alumna Elizabeth Victoria Guerrero Campos el cual ha cumplido con los requisitos y protocolo establecidos por la Universidad Galileo y la Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales.

Por lo que en mi calidad de asesor, someto a usted el presente proyecto para su aprobación.

Atentamente,



Licenciado
César Augusto Méndez Pinelo
Colegiado 12357

Guatemala, 26 de enero de 2017

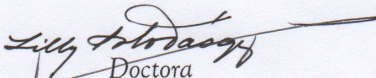
Licenciada
Karen Mansilla
Directora
Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales

Estimada Licenciada Mansilla:

Por este medio me permito comunicarle que leí la tesis titulada "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015" presentada por la alumna Elizabeth Victoria Guerrero Campos, asesorada por el Licenciado César Augusto Méndez Pinelo.

Después de revisarla detenidamente y hecho las recomendaciones pertinentes, me es grato comunicarle, en mi calidad de revisora de redacción, estilo y ortografía, que dicha tesis llena los requisitos que exige la Universidad.

Atentamente,


Doctora
Lilly Del Socorro Soto Vásquez
Colegiado 17963



Guatemala, 01 de febrero de 2017

Señorita
Elizabeth Victoria Guerrero Campos
Presente.

Estimada Señorita Guerrero:

Tengo mucho gusto en informarle que, después de haber revisado su trabajo de tesis titulada "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015" y de haber obtenido el dictamen de su asesor específico el Licenciado César Augusto Méndez Pinelo, autorizo la publicación del mismo.

Aprovecho la oportunidad para felicitarla por el magnífico trabajo realizado, el cual es de indiscutible beneficio para el desarrollo de la Diplomacia y las Relaciones Internacionales.

Atentamente,

Licda. Karen Mansilla

Directora

Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones
Internacionales

Resumen

La presente tesis *Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015* tiene como objetivos: a) Conocer el rol de las embajadas de Guatemala para determinar la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo; b) Analizar los diversos métodos de promoción e inserción del turismo para su desempeño en razón de sus beneficios y c) Evaluar las diversas causas, propuestas y beneficios para la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala en 2015. Las conclusiones son: a) Se logró conocer el rol de las embajadas de Guatemala en 2015 y determinar la viabilidad de promoción y desempeño del turismo demostrando a través de datos estadísticos al cien por ciento (100%) los encuestados concuerdan que se puede beneficiar Guatemala; b) Se analizaron diversos métodos de promoción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios demostrando al cien por ciento (100%) y c) Se evaluaron diversas propuestas a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala en el año 2015 por el cien por ciento (100%) en sentido afirmativo de la totalidad de encuestados.

Palabras clave: Guatemala, Embajadas, Turismo, Promoción, Desarrollo Económico, ESDRI.

Agradecimientos y dedicatorias

A Dios

Por la vida e inmensurables bendiciones que a lo largo de la misma me ha brindado y junto con ello, permitirme culminar la presente tesis y a efecto completar mis estudios superiores en la Licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales.

A mis padres

Por su tiempo y esfuerzo; pilar fundamental en todo lo que soy, mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

A mis familiares en general

Quienes estuvieron presentes, acompañándome y animándome a lo largo de mí suscitador académico.

A mis catedráticos, amigos y compañeros

Por el apoyo, exhortación, enseñanzas y alegrías compartidas a lo largo de mi desempeño estudiantil;

A Universidad Galileo

Por darme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente y permitirme culminar mi carrera abriendo así las puertas hacia un futuro de éxito.

Índice General

Resumen.....	2
Índice de cuadros, gráficas, tablas y figuras.....	7
Lista de abreviaturas y símbolos.....	8
Introducción.....	10
Marco Teórico.....	12
Selección y Delimitación del tema.....	12
Delimitación en el ámbito espacial.....	12
Delimitación en el ámbito teórico.....	12
Delimitación en el ámbito temporal.....	12
Justificación.....	13
Antecedentes.....	13
Teoría.....	23
Definición.....	23
Conceptos y categorías.....	23
Equilibrio de poder.....	23
Poder Hegemónico.....	23
Poder Nacional.....	24
Interés Nacional.....	24
Relaciones Internacionales.....	25
Exponentes.....	25
Tucídides.....	27
Hans Morgenthau.....	27
George Kennan.....	27
Henry Kissinger.....	28
Robert Gilpin.....	30
Aplicaciones.....	30

Tratado de Versalles.....	31
Final de la Segunda Guerra Mundial.....	31
Acuerdos de paz El Salvador	32
Acuerdos de Paz Guatemala.....	32
Acuerdos Nucleares de Irán	33
Aportes.....	33
Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en el mundo	34
Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Latinoamérica y el Caribe.....	42
Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Centro América.....	45
Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Guatemala ...	51
Planteamiento del problema	61
Objetivos.....	62
General	62
Específicos	62
Hipótesis	62
Tipo de hipótesis	63
Definición conceptual de las variables	63
Promoción	63
Turismo	63
Embajada.....	63
Acreditar.....	63
Exterior.....	64
Posicionamiento	64
Desarrollo económico	64
Guatemala.....	64
Definición operacional de las variables	64

Metodología.....	65
Enfoque.....	65
Diseño	65
Fuentes	65
Población y muestra.....	65
Técnicas	65
Análisis y discusión de resultados	66
Datos Generales	66
Presentación de Resultados.....	67
Conclusiones.....	70
Recomendaciones	71
Referencias Bibliográficas.....	72
Apéndice A. Cuadro No. 1 de Matriz de Variables	76
Apéndice B. Cuadro No.2 de pre instrumentos	78
Apéndice C. Modelo encuesta No.1 utilizado en trabajo de campo	79
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 1 y 2 edad y género	80
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 3 y 4.....	81
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 5 y 6.....	82
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 7 y 8.....	83
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 9 y 10.....	84
Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 11 y 12.....	85
Apéndice E. Ilustración No.1 Cuadro comparativo resultados regionales hasta el 2013 ..	86
Apéndice F. Ilustración No.2 La importancia del Turismo	87
Apéndice G. Ilustración No. 3 PACIT. Promoción Comercial y de Turismo	87
Apéndice H. Ilustración No.4 El turismo hacia 2030: tendencias y proyecciones 1950-2030	88
Apéndice I. Ilustración No. 5 El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino	88

Índice de cuadros, gráficas, tablas y figuras

Cuadros

Cuadro No. 1 Matriz de Variables	77
Cuadro No.2 de pre instrumentos	78

Gráficas

Gráfica No.1 Edad	80
Gráfica No.2 Género	80
Gráfica No. 3 Función de las embajadas	81
Gráfica No.4 Embajadas de Guatemala	81
Gráfica No.5 Visita a embajadas de Guatemala	82
Gráfica No. 6 Promoción turística actual	82
Gráfica No.7 Desarrollo a país por turismo	83
Gráfica No.8 Necesidad de promoción de turismo en Guatemala	83
Gráfica No.9 Rol de embajadas y promoción de turismo	84
Gráfica No. 10 Metodología de promoción turismo en embajadas.....	84
Gráfica No.11 Actividades de promoción en embajadas	85
Gráfica No.12 Beneficio a Guatemala por incremento en turismo	85

Encuestas

Modelo encuesta No.1	79
----------------------------	----

Ilustraciones

Ilustración No.1 Cuadro comparativo resultados regionales hasta el 2013	86
Ilustración No.2 La importancia del Turismo	87
Ilustración No. 3 PACIT, Promoción Comercial y de Turismo	87
Ilustración No.4 El turismo hacia 2030: tendencias y proyecciones 1950-2030	88

Ilustración No. 5 El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino 88

Lista de abreviaturas y símbolos

ACGTS:	Alianza para los Criterios Globales de Turismo Sostenible
ALIDES:	Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible
ASIES:	Asociación de Investigación y Estudios Sociales
BCIE:	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID:	Banco Interamericano de Desarrollo
CAMTUR:	Cámara de Turismo de Guatemala
CATA:	Agencia de Promoción Turística de Centroamérica
CPRG:	Constitución Política de la República de Guatemala
DEFRA:	Department of Environment, Food, and Rural Affairs (Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales)
ENAT:	Red Europea para Turismo Accesible
EE.UU.:	Estados Unidos de América
ESDRI:	Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales.
FEDECATUR:	Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica
FMLN:	Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional
INGUAT:	Instituto Guatemalteco de Turismo
MRE:	Ministerio de Relaciones Exteriores
OCAT:	Organización Centroamérica de Turismo
OECE:	Organización para la Cooperación Económica Europea
OMT:	Organización Mundial del Turismo
OTAN:	La Organización del Tratado del Atlántico Norte

PACIT:	Programa de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo
PDT:	Plan de Desarrollo Turístico
PROATUR:	Programa de Asistencia al Turista
URNG:	Unidad Nacional Revolucionaria Guatemalteca
USAID:	Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional
WTO:	World Trade Organization (Organización Mundial de Comercio)
WTM:	World Travel Market (Feria Mundial de Turismo)
WTTC:	Travel & Tourism Council Mundial(Consejo Mundial de Viajes y Turismo)

Introducción

La presente tesis *Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015* tiene como objetivos: a) Conocer el rol de las embajadas de Guatemala en 2015, para determinar la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo; b) Analizar los diversos métodos de promoción e inserción del turismo para su desempeño en razón de sus beneficios y c) Evaluar las diversas causas, propuestas y beneficios para la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala en 2015.

A través de la pregunta de investigación ¿Por qué un análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo? Se pretende brindar un aporte para futuras investigaciones sobre el tema y demostrar la importancia del rol de las embajadas de Guatemala con relación a la promoción y desempeño del turismo, así como contribuir a su posible implementación.

El enfoque es mixto ya que cuenta con enfoque básico a partir de un marco teórico; se ha utilizado el cuantitativo a través de datos numéricos y estadísticos realizados por medio de instrumentos de medición y el cualitativo a través de valoraciones, opiniones y juicios realizadas por los expertos a través de entrevistas sobre el tema en cuestión. El diseño es no experimental, descriptivo y transeccional. Es no experimental porque se han estudiado variables sociales; es descriptivo porque se ha caracterizado el tema estudiado por cuanto se ha descrito el fenómeno u objeto de estudio a través del ordenamiento de las ideas recopiladas en los documentos y las opiniones de los expertos y transeccional porque se ha desarrollado en el periodo de un año.

Las fuentes son: primarias, proveniente de la información recopilada a través de las personas encuestadas y entrevistadas que respondieron a la encuesta y entrevista realizada; secundarias, páginas web, libros y periódicos; terciarias, diccionarios y enciclopedias. La muestra es no probabilística, de elección dirigida, que reúne a veintidós (22) sujetos involucrados directamente en el tema. Se utilizó una técnica que consta de una encuesta con diez (10) preguntas y tres (3) opciones de respuesta.

Las conclusiones son: a) Se logró conocer el rol de las embajadas de Guatemala en 2015 y determinar la viabilidad de promoción y desempeño del turismo demostrando a través de datos estadísticos al cien por ciento (100%) los encuestados concuerdan que se puede beneficiar Guatemala; b) Se analizaron diversos métodos de promoción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios demostrando al cien por ciento (100%) y c) Se evaluaron diversas propuestas a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala en el año 2015 por el cien por ciento (100%) en sentido afirmativo de la totalidad de encuestados.

La importancia social es brindar un aporte para futuras investigaciones sobre el tema y fortalecer la propuesta de la inserción por medio del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo como una contribución al desarrollo de las Relaciones Internacionales de Guatemala.

Marco Teórico

Selección y Delimitación del tema

Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en el año 2015

Delimitación en el ámbito espacial

La presente tesis se realizó en la Ciudad de Guatemala, y en la misma participaron Autoridades, docentes y estudiantes de Universidad Galileo; funcionarios y empleados de del sector Turismo, dentro del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR), así como Altos Funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala, tomándose como parámetro de medición el índice de ingresos al país, la cantidad de turistas que visitan el país, las regiones más visitadas, el papel que juegan las embajadas y la importancia de la promoción adrede del desarrollo del turismo en Guatemala.

Delimitación en el ámbito teórico

Se seleccionó la teoría Realista, la cual se caracteriza por una percepción del Estado como actor predominante de las Relaciones Internacionales, cuyo comportamiento se orienta hacia la defensa del interés nacional mediante el uso del poderío militar y la diplomacia, y cuyo objetivo es la consecución de la hegemonía sobre otros Estados o el equilibrio de poder entre ellos, a fin de evitar el predominio de alguno.

Delimitación en el ámbito temporal

Se desarrolló durante el período comprendido en el año 2015.

Justificación

El rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior, debe también evidenciar un interés adrede de la promoción–desempeño del turismo ya que contribuye al aumento de diversos beneficios desde la perspectiva económica y social. Guatemala, por medio de sus embajadas evalúe la posibilidad de la promoción-desempeño del turismo a modo de contribuir a los diversos beneficios que se evidencian a raíz de ello.

En los actuales momentos, se plantea como un reto, adaptar las misiones en el exterior a una estructura organizativa mucho más dinámica, más efectiva, más apta para enfrentar las nuevas realidades del entorno internacional y mejor reformuladas para aprovechar los recursos humanos disponibles y las nuevas tecnologías a nuestro alcance, que se convierten en las herramientas fundamentales de la diplomacia moderna. Hernández (1999:33)

Esta promoción del país y cambio de imagen, aún se están llevando a cabo con recursos limitados, con gestiones complejas, servicios administrativos que todavía no están adaptados a las nuevas tecnologías de información y comunicación, trámites burocráticos limitando el funcionamiento eficiente, todo lo cual provoca gastos y dificultades en el rol de la Embajada.

Antecedentes

El acceso directo y personal de cada ser humano al descubrimiento de la riqueza de nuestro planeta es una condición indispensable para ejercer el derecho al turismo de por parte de los seres humanos. Desde hace muchos años, el turismo, ha constituido una de las principales actividades, ya que conforma un carácter de mayor énfasis y potencial en cuanto al desarrollo de Guatemala. Existe una fuerte relación entre el crecimiento económico mundial y nacional, con el incremento del turismo. Para garantizar que dicho sector sea el motor del crecimiento sostenible, se necesita un incremento en inversiones asociadas a nuevas modalidades de turismo con mejores perspectivas de crecimiento en el futuro.

Arriola Ovando, Jorge Luis. (2013); Dentro de su *Análisis dogmático del desarrollo de los servicios de calidad en los segmentos del turismo en la sociedad guatemalteca como medio generador de divisas y fuentes laborales* se plantea necesario, entre otros factores, lograr una mayor articulación y mejora en la calidad de servicios, identificando para el efecto los segmentos de turismo específicos, e impulsando un turismo que sea responsable. Debe comprenderse como es mencionado, que Guatemala es el centro de la Antigua Mesoamérica y el “Corazón del Mundo Maya”, que en la actualidad se encuentra en una actualización de sus

estrategias para ser competitiva dentro del sector turismo por medio de propuestas de promoción del turismo y de políticas nacionales de turismo.

Dentro de las conclusiones de dicha tesis se encuentran: a) El desconocimiento de que el turismo es en la actualidad una de las actividades económicas y culturales de mayor importancia de la sociedad guatemalteca, para el desarrollo de los servicios de calidad, no ha permitido el crecimiento económico de los segmentos turísticos, como medio que genere divisas y fuentes laborales en el país.

b) No existe una clara redefinición del rol del turismo y de los servicios de calidad de los segmentos turísticos, en el desarrollo de la sociedad guatemalteca, siendo ello lo que no ha permitido la generación de empleos, divisas y fuentes de trabajo, así como tampoco de inversiones y mercados para la producción local.

c) La inexistencia de un debido mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos prestados en la sociedad guatemalteca, deriva de la falta de implementación de cursos de guías turísticos, que doten al sector turístico de sistemas de gestión y mejoras de la calidad de los productos y servicios, para la creación de ventajas competitivas a los nuevos retos que el mercado plantea en relación a fuentes laborales.

d) No existe una auto categorización, en la cual el empresario analice su empresa mediante un formato práctico y comprensible, en donde se evalúen las instalaciones, la atención que el personal le brinda a sus 90 clientes, la seguridad de las instalaciones, el mantenimiento que se les da, el proceso que llevan los alimentos desde su almacenamiento hasta que llegan a su utilización, para que se permita con ello la generación de divisas y fuentes laborales. El tesista no presentó muestra.

Para ello es de relevancia destacar el Artículo 1 de la Ley que promueve el Turismo Interno, Decreto 42-2010 regula:

Promover el turismo interno como una actividad económica viable a largo plazo, respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, que contribuyan a la reducción de la pobreza. (Arto.1)

Se alude entonces al criterio que Guatemala es un destino potencial que tiene tanto o más que otros destinos alrededor del planeta, siendo la política nacional de turismo la que constituye la plataforma para el desarrollo sostenible de la actividad turística, la conformación

de asociaciones productivas, y el posicionamiento competitivo del país en el mercado para la generación de divisas y fuentes de trabajo.

De forma independiente de las posibles variantes que existan del turismo, la importancia de esta actividad reside en dos pilares esenciales. El primero, es aquel que tiene que ver con el movimiento, y con la reactivación económica que genera en la región específica en la que se lleva a cabo. Por otra parte, el turismo tiene otro pilar que se puede denominar sociocultural. En el mismo, la importancia del turismo reside en el hecho de que es a través suyo que el ser humano puede conocer de cerca y en vivo otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos. Dentro del antes mencionado, se destaca que, a nivel nacional, el turismo se encuentra como una de las actividades generadoras de divisas. El ingreso total generado por el sector turismo, representa los efectos directos del turismo (Arriola Ovando, 2013)

En consideración al interés tras el cual se pretende la promoción – desempeño, cabe destacar la importante manifestación del mismo por parte del el Estado Guatemalteco, aunado a fuertes entornos comercio privado que llegaron a la constitución del Programa de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo (PACIT). Para ello, dentro de la tesis *Costo y beneficios que representa para Guatemala el Programa de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo*. Fajardo Estrada, Alejandro (2002); se ven evidenciados criterios que deben ser evaluados a fin de entender dicha situación. Las conclusiones de dicha tesis son: a) La política de fomento de las exportaciones no soluciona el problema de pobreza de los países en vías de desarrollo, el autor destaca que si no se realizan cambios estructurales en áreas que afectan la inversión y reinversión del capital.

b) El comercio exterior tiene sus costos y beneficios que varían según características propias del país, pero es sin duda alguna el camino más corto para los países en lograr un desarrollo continuo y sostenible.

c) En sistema multilateral de comercio influye el juego de poderes entre empresas y países lo que impide que comercio internacional se acerque al libre comercio, ya que existe muchas intervenciones estatales y medidas que pueden afectar el libre intercambio y circulación de bienes, servicios, capital y personas.

d) Las iniciativas públicas de incentivar ramas productivas por medio de beneficios específicos crean buenos efectos a corto plazo, pero crean un ambiente inadecuado ara la inversión a largo plazo.

e) El Programa de Agregados Comerciales de Inversión y Turismo debería integrarse en dirección, coordinación, administración, y creación, de una política de promoción diplomática de comercio del Ministerio de Relaciones Exteriores para incrementar la cobertura al incluir a todas las Embajadas en el exterior por medio de capacitación a distancia de un funcionario diplomático de carrera.

f) Los beneficios que representan para Guatemala la actividad promotora del Agregado Comercial es eficiente y trae beneficios claros para mejorar el ambiente económico y social de Guatemala al incrementar exportaciones e inversión nacional que genera nuevos empleos.

g) Actualmente, se desaprovecha el potencial comercial de poseer representación diplomática o consular por no poseer una estrategia de promoción, capacitación, información y difusión general que incluya a cada una de estas ubicaciones.

h) Solo la inversión puede transformar de círculo vicioso de pobreza en un círculo virtuoso. Pero no se deben de dar beneficios especiales a los inversionistas, sino dar beneficios generales a toda la población. No es la mejor forma de traer inversión ofrecer mano de obra barata. La mejor forma de traer inversión es crear un ambiente de seguridad, de competitividad, de creación de riqueza, de accesibilidad a la información a los recursos bancarios, al libre uso de la propiedad privada, de seguridad física y jurídica.

Dentro de lo antes mencionado, se evidencia que el interés de Gobierno en promover las exportaciones guatemaltecas en el exterior por medio de oficinas comerciales en otros países y que la opción más viable fue el uso de Embajadas debido a que ofrecían la capacidad instalada de mobiliario y el reconocimiento ante el gobierno acreditante que facilitaba las labores del Agregado hasta cierto punto denominado “comercial”.

Sin embargo, también se señala que el problema hasta cierto punto radica en que el exterior, evidencia ciertas limitantes con respecto a la escases o que no posee los conocimientos técnicos adecuados pero si se cuenta con la personalidad que les inviste el puesto y una tendencia de poder realizar cursos a distancia usando la tecnología actual para brindarles los fundamentos y conocimientos necesarios para aumentar además de su energía, creatividad, entusiasmo y adaptabilidad al medio a razón de cabildero a través de reuniones, eventos de negociación, y proyectos de promoción meramente comercial, debe poseer amplio conocimiento de la oferta exportable de Guatemala así como debe de contar con un apoyo efectivo desde el país acreditante en términos de información y apoyo, ¿y cuanto más efectivo sería este si se viera enfocado al turismo?

Algo a destacar, dentro de dicha tesis es el indicador de que las funciones de las Misiones Diplomáticas de las Embajadas en el exterior, son sumamente generales según la Ley Orgánica del Servicio Diplomático de Guatemala y podrían justificar casi cualquier actividad de promoción que se desee desarrollar. Es decir, que se contempla la posibilidad de que se realicen actividades específicas que no están delimitadas por el ámbito jurídico. El tesista no presentó muestra.

López Fuentes, José Guillermo. (2014); plantea en su tesis *El Ministerio de Relaciones Exteriores y la promoción de la inversión extranjera en Guatemala* desde el ámbito legal el papel que como estado se ofrece por medio del Ministerio en mención, las conclusiones son: a) Se analizó el trabajo que realiza el Ministerio de Relaciones Exteriores en cuanto a la promoción de la inversión extranjera y la luz de la Teoría de la Interdependencia Compleja ya que se describió la relación política que vela por los intereses económicos del Estado y utiliza como herramienta el marco de común de reciprocidad del capital, esto a través de los Acuerdos de Promoción Recíproca de las Inversiones APRIS que negocia directamente la Cancillería para regularizar los debidos estándares de la Comunidad Internacional que se entiende como todos los países alienados con vista al desarrollo a través de la apertura comercial.

b) En cuanto al nivel de participación del Ministerio de Relaciones Exteriores en los temas de promoción de la inversión extranjera, el desarrollo del marco teórico fundamentó la realización de entrevistas a personas que representan directamente a dicha Cancillería ante tales temas, por lo que se le consultó a la Licenciada Ileana Polanco, Directora de Política Económica y se determinó que tal participación se genera a partir de formar parte del Consejo Nacional para la promoción de Exportaciones (CONAPEX) en donde se establecen todas las políticas para el fortalecimiento comercial del país, por otro lado se determinó el trabajo directo que realizan las embajadas y los consulados ante las negociaciones con posibles inversionistas ya que son los únicos que tienen la capacidad de interactuar y relacionarse en el extranjero por parte del Estado son ellos, de tal manera que el papel del Ministerio de Relaciones Exteriores es indispensable ante la promoción de la inversión extranjera.

c) Con respecto a las herramientas sustanciales que utiliza el Ministerio de Relaciones Exteriores para la promoción de tales temas comerciales se identificó al Programa de Agregados Comerciales de Inversión y Turismo (PACIT) que depende directamente de la Cancillería ya que otorga las plazas a los Agregados Comerciales y

les brindan rango diplomático, además de otórgales el espacio físico de las embajadas. PACIT funciona como la agencia comercial de Guatemala en el exterior y su trabajo esencial es la promoción de la inversión extranjera y el involucramiento político en mercados internacionales.

d) En cuanto al análisis que se realizó sobre el trabajo coordinado que realiza la Cancillería con otras instituciones del Estado, se dio a conocer “*Invest in Guatemala*” que es la herramienta del Ministerio de Economía para la promoción de la Inversión extranjera, el trabajo que realiza dicha agencia se le podría denominar más publicitario ya que ofrece al país como un destino privilegiado para todo inversionista, esto lo realiza mediante sus asesores y su política de imagen.

e) La actual política exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores tiene como objetivo fundamental el fortalecimiento comercial y promoción de la inversiones extranjeras, política que se ve reflejado en designar a un encargado comercial en cada embajada para que se encargue específicamente de dichos asuntos y establecer a la Dirección de Política Económica una actividad independiente coordinada específicamente por un Viceministro que brinda las instrucciones directas para su desarrollo inmediato.

Para finalizar se comprobó la hipótesis ya que el Ministerio de Relaciones Exteriores es promotor de la inversión extranjera en Guatemala, factor que se ve reflejado en el papel indispensable que juega en CONAPEX como en su Política Exterior y formar parte del PACIT, al igual que el trabajo coordinado con el Ministerio de Economía y la negociación de los APRIS. El tesista no presentó muestra. (López Fuentes, José Guillermo 2014).

En el Artículo 149 de la Constitución Política de la República de Guatemala y las Relaciones Internacionales se señala que:

Guatemala normará sus relaciones con otros Estados, de conformidad con los principios, reglas y prácticas internacionales con el propósito de contribuir al mantenimiento de la paz y la libertad, al respeto y defensa de los derechos humanos, al fortalecimiento de los procesos democráticos e instituciones internacionales que garanticen el beneficio mutuo y equitativo entre los Estados.(Arto.149)

Lo que expresa dicho artículo es el compromiso que adquiere Guatemala con la comunidad internacional siendo parte del mismo y desarrollando sus elementos en la construcción de las negociaciones internacionales. Una vez más se introduce la organización de un marco jurídico promulgado por el mundo occidental que ve como beneficio el intercambio económico para solventar la armonía y paz entre los Estados.

En el Artículo 151 que habla sobre las relaciones con Estados afines se adjunta que: El Estado mantendrá relaciones de amistad, solidaridad, y cooperación con aquellos Estados, cuyo desarrollo económico y social y cultural, sea análogo al de Guatemala con el propósito de encontrar soluciones apropiadas a sus problemas comunes y de formular conjuntamente, políticas tendientes al progreso de las naciones respecticos. (López Fuentes, 2014)

En sí, debe tomarse en consideración entonces el papel que juega el Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala, y en este sentido comprender en sentido legal lo que la ley establece en cuanto al mencionado.

En el Artículo 38 de la misma ley antes en referencia, se expone que:

Al Ministerio de Relaciones Exteriores le corresponde la formulación de las políticas y la aplicación del régimen jurídico relativo a las relaciones del Estado y personas o instituciones jurídicas del Derecho Internacional; a la representación diplomática del Estado; la nacionalidad guatemalteca; la demarcación del territorio nacional; los tratados y convenios internacionales, y los asuntos diplomáticos y consulares; para ello, cuando fuere necesario y siempre en coordinación y apoyo a otros ministerio y entidades de Estado y del sector no gubernamental. (Arto.38)

A razón de ello, y bajo criterios del autor propuesto, se comprende que adaptándose a las labores específicas se puede asegurar que una de las herramientas del Ministerio de Relaciones Exteriores, es velar por el interés político y económico del país en el exterior siendo los representantes legales de Guatemala ante las posibles negociaciones de inversión extranjera; siguiendo esta línea, más se vería beneficiado el país con respecto al turismo.

Es importante resaltar dentro del artículo citado, enfáticamente el inciso “a” donde se enuncia que es también naturaleza del ministerio: Coordinar, analizar, apoyar y dar seguimiento a la negociación de convenios comerciales, de inversiones; de préstamos, de turismo, medio ambiente, de transporte, de comunicaciones; de ciencia y tecnología; de integración económica; de trabajo; de integración de bloques extra regionales; de energía; de

propiedad industrial e intelectual y cooperación internacional técnica y financiera; de educación y capacitación, y otros relacionados.

Con respecto al mismo inciso se debe entender que el Ministerio de Relaciones Exteriores organiza las negociaciones de cualquier índole en el exterior para el desarrollo del país, lo que cabe asentar con relación al Rol de las Embajadas en el exterior adrede de la promoción–desempeño del turismo. Además, se agrega de igual manera en el inciso “b” que es la labor de dicho ministerio “Dirigir y coordinar las relaciones bilaterales o con organismos multilaterales de áreas señaladas en el literal “a” anterior, siempre que la representación del país no corresponda por Ley a otro ministerio o entidad de Gobierno, en cuyo caso participará de apoyo al mismo”. Continuando con la labor que desempeña el Ministerio de Relaciones Exteriores según el inciso “c” del mismo artículo señala que: “Otras relacionadas con el desarrollo económico, científico-tecnológico y ambiental y con el proceso de globalización económica”.

En este sentido, también es clave evaluar el papel que constituye la participación activa del PACIT, no solo con relación al sentido comercial sino el de inversión extranjera y turismo ya que por medio de sus acciones y el Ministerio de Relaciones Exteriores, bajo un criterio unificado, se evidencian resultados. (*Ver Apéndice H. PACIT. Promoción Comercial y de Turismo*)

Cossio (2003:31), señala que: “La Embajada por su parte tiene la sección comercial” de la cual uno de los objetivos primordiales se basa en ser una fuente de información en relación a la evolución económica o incluso comercial de determinado país sean estos receptores en sentido de conformar una fuente de estímulo y para los Estados acreditantes incluso como una oportunidad de penetración dentro del ámbito o sector empresarial en el mercado del país receptor.

Para lo anterior descrito, otra de las tesis que se relaciona con la temática, Guzmán González, María Mercedes. (2009) en su tesis titulada *Elaboración de estrategia para impulsar el turismo en la Embajada de Guatemala en Berlín* tiene las siguientes conclusiones: a) el aplicar los conocimientos adquiridos durante toda la carrera ha sido enriquecedor, la posibilidad de estar en el extranjero abre la mente y cambia la perspectiva.

Con la experiencia adquirida, como recomendación, la necesidad en un principio, de pasar por cada área de la institución como ya se había mencionado antes, ya que de esa forma se llega a conocer y entender cómo funciona para aplicar así el principio de reingeniería de

procesos, y de ésta forma se inicie la elaboración del proyecto. En esa primera etapa, ambas partes se beneficiaron, la estudiante realizó varias tareas que no se habían llevado a cabo y como última parte de la formación, el dominio y ejecución de cualquier función de la Embajada fue satisfactorio, según comentarios de los miembros del personal de la misma.

b) El activo intercambio cultural moderno y el avance en las relaciones públicas, permite profundizar y fomentar las relaciones bilaterales, por eso las Embajadas cumplen la importante función de hacer conocer a su país, de difundir la cultura y las tradiciones. A través de estas actividades se logra fomentar, por ejemplo, el turismo y atraer las inversiones, la sección de Comercio y Turismo ha adquirido mayor importancia y responsabilidad.

Los esfuerzos que hace la Embajada de Guatemala en Berlín para promocionar el país a partir de este informe son las siguientes: reuniones mensuales con la comunidad guatemalteca, exposición de la colección de fotos del fotógrafo guatemalteco Pedro Molina, presentación de películas guatemaltecas, renovación de la página Web, participación en ferias, desfile de trajes típicos y clases de comida típica. Hoy en día se necesitan diplomáticos honestos, que no engañen, mientan, que sean respetables por la contraparte, que le den prestigio a la nación que representan y que mantengan una buena imagen, siempre deberá demostrar corrección, especialmente en sus actos oficiales y públicos, a riesgo de ocasionar daño a la imagen de su país.

c) Se debe de tener más cuidado que en otras en el comportamiento personal, porque el mismo involucra necesariamente la imagen de una nación. Los resultados de la Feria Internacional de Turismo en Berlín ITB, concluyeron que todos los entrevistados estaban encantados del país y querían compartir su experiencia tan agradable. También se les preguntó si estaban enterados que la Embajada tenía un área comercial y de turismo, todos la desconocían, pero hacían la sugerencia de obtener más provecho de la misma, porque Guatemala tenía mucho potencial que se desconocía. En resumen, los alemanes entrevistados habían tenido una agradable estadía en Guatemala y tenían la intención de regresar. La tesista no presentó muestra. (Guzmán González, 2009:13)

A Guatemala le interesa el mercado turístico europeo, por lo que el país debe promoverse y venderse adecuadamente, para lo cual deberá diseñarse una estrategia en coordinación con el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), e implementarse con el apoyo de las Embajadas acreditadas en esa región”. (Guatemala, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2008:13).

Moreno (2001: 209) refiere: que "La misión diplomática debe permanecer atenta a todo aquello que pueda afectar los intereses del Estado que la envía, e informar al respecto a este último." Es por ello que se contempla que la misión deberá, pues, seguir atentamente los acontecimientos que giren o tengan relevancia en cuanto a su entorno, en otras palabras situaciones o realidades en el ámbito político, social, económico, financiero y cultural en el Estado de su residencia para poder informar a su propio país, el cual de este modo queda en situación de poder reaccionar frente a todo aquello que de algún modo le afecte o lo beneficie.

En la diplomacia moderna, ya no sólo significa para un Embajador representar al Presidente o Jefe de Estado, si no representar al país entero y a sus habitantes. Y no solamente el Embajador tiene ésta misión, los demás funcionarios, cada uno es responsable de su Departamento en la Embajada que representa a su país y se hace cargo de darlo a conocer. También la imagen tanto del Ministerio de Relaciones Exteriores y del servicio exterior, debe sufrir cambios operacionales para su eficiencia, se considera indispensable una reforma estructural e institucional, reformar las funciones, reestructurar la organización, modernizar los métodos de gestión de las relaciones internacionales y, sobre todo, los servicios administrativos, se necesita adecuar su funcionamiento a las nuevas tecnologías de información y comunicación, cambiando trámites aún burocráticos que dificultan el funcionamiento de la Embajada moderna.

A la par de la formulación de una política exterior más coherente y en la búsqueda en una estrategia de desarrollo, cooperación e inversiones, es indispensable adaptarse a los nuevos métodos, procedimientos de programación y gestión internacional, con un sistema de información y comunicación moderna. (Guzmán González, 2009:13)

Hernández (1999:29), señala al respecto que: "La globalización, que amplía aún más los espacios meramente económicos, incluyendo los sociales, políticos y culturales, no sólo exige una diplomacia más dinámica, sino que hace que las relaciones internacionales tengan más importancia que la que tradicionalmente ha tenido". A razón de ello, es necesaria la implementación dinámica de los medios tecnológicos.

Vega Rodríguez, Neca Emilse. (2001) constata la tesis titulada *Internet y un sistema de promociones turísticas* las siguientes conclusiones: a) Dada la difusión a nivel mundial del uso de Internet, y su uso diversificado en diferentes áreas de comercio industrias, educación, entretenimiento y otro, este servicio también puede utilizarse para el turismo. b) Existen

varias formas de crear una presencia en Internet, y cual seleccionar depende de los objetivos de la actividad, el plan de mercadeo en Internet y el nivel de penetración del mercado que se desea alcanzar. c) El turismo aparece como una actividad económica de suma importancia para Guatemala. La tesis no presentó muestra. (Vega Rodríguez, 2001:38)

Teoría

Se seleccionó la teoría Realista., la cual constituye un pensamiento que toma en consideración las implicaciones para la vida política de los factores de seguridad y poder que son inherentes a la sociedad humana. Los realistas son aquellos que mantienen que los Estados buscan su propio interés y que la política es una lucha para el poder. El Realismo se caracteriza por una percepción del Estado como actor predominante de las Relaciones Internacionales, cuyo comportamiento se orienta hacia la defensa del interés nacional mediante el uso del poderío militar y la diplomacia, y cuyo objetivo es la consecución de la hegemonía sobre otros Estados o, al menos, el equilibrio de poder entre ellos, a fin de evitar el predominio de alguno.

La consecuencia de esta interacción es la búsqueda de poder y de interés es la probabilidad de la guerra como forma de reajuste de equilibrio de territorios, alianzas o potencias. Con una identificación entre relaciones internacionales e interestatales. Constituye el paradigma doctrinal hegemónico en las Relaciones Internacionales.

Definición

Es la escuela realista la que ha cobrado mayor relevancia en las interpretaciones existentes en el medio internacional y la que guía, según algunos autores, el comportamiento de los Gobiernos en el ámbito exterior. Las Relaciones Internacionales son entendidas como política internacional: el principal y único actor considerado es el Estado. Desde esta perspectiva, el poder y la lucha por éste es el centro de la teoría. Dado lo conflictivo y anárquico del mundo internacional, el incremento y la detentación del mayor grado de poder posible es el objetivo de todos los Gobiernos.

Conceptos y categorías

Equilibrio de poder

Constituye una situación institucional en la que las atribuciones de los tres poderes, es decir, ejecutivo, legislativo y judicial, están adecuadamente compensadas, de modo que ninguno pueda tomar preponderancia sobre los otros poderes. En contexto, es el resultado de lo que en la técnica del constitucionalismo clásico se denomina "sistema de frenos y contrapesos".

En un sentido más amplio, toda relación de poder es susceptible de alcanzar un estado de equilibrio, por compensación de fuerzas enfrentadas. En el orden internacional, se designa como equilibrio de poder "*balance of power*" es decir, aquel sistema internacional construido sobre la base del equilibrio duradero entre las potencias, mediante el enfrentamiento sistemático por parte de los demás estados de toda tentativa hegemónica dentro del conjunto de los antes mencionados.

Poder Hegemónico

El anterior, deviene del origen de dicha palabra griega, y significa liderar, conducir, sobre todo utilizada en el ámbito militar, para designar al jefe de las milicias; y también se habla de hegemonía para hablar de las ciudades que ejercían su poder e influencia sobre el resto, como lo hizo Atenas, que evidencio su hegemonía en la Liga de Delos la cual fue conformada para derrotar a los persas, y Esparta, que conformó bajo su hegemonía la Liga del Peloponeso, desde el 404 a. C hasta el 371 antes de la era cristiana, o sea entre la Guerra del Peloponeso, donde Esparta con su liga se impuso a la Atenas y a la Liga de Delos, y la Batalla de Leuctra, contra los tebanos, donde éstos obtuvieron la hegemonía.

A razón de lo anterior mencionado, se evidencia que el poder hegemónico designa la superioridad de un elemento (individuo, grupo político, religioso, social, económico) sobre otro, o de grupos sobre otros y puede ser material, cultural o social. La hegemonía en general es disputada y fuente de conflictos que intentan desplazarla. Es por ello que cuando se refiere al poder hegemónico como tal se designa la superioridad de un Estado respecto de otros.

Poder Nacional

Dicho término hace referencia al conjunto de recursos de todo orden, materiales y espirituales, utilizables y posibles de ser utilizados por el Estado, para la consecución de los objetivos nacionales. En otras palabras, es la fuente de medios posibles de ser utilizados para alcanzar y preservar los objetivos nacionales, es decir, la suma de todas las fortalezas de una nación, que le permiten establecer su estrategia de desarrollo en pos de los objetivos nacionales pese a los obstáculos que pueda pasar la Nación en un determinado momento.

Interés Nacional

Concepto utilizado como instrumento de acción política desde el siglo XVI, y en nuestro siglo como instrumento analítico, si bien resultó menos preciso que el clásico concepto de "razón de Estado". El interés nacional puede definirse en dos niveles:

- a) a nivel de las aspiraciones, brota de la historia y de la ideología, como proyección de la imagen de un querer ser, expresión de un voluntarismo político frecuentemente carente de fundamento real en las capacidades y recursos disponibles por el Estado;
- b) a nivel de actividades operativas, proviene de consideraciones prácticas y circunstanciales, se basa en una apreciación más o menos correcta de las capacidades y recursos disponibles.

De la adecuada tensión entre ambos niveles (el querer-ser futuro y el poder-ser de un momento determinado) emana el dinamismo político del Estado. No existe dinamismo cuando la aspiración futura supera de tal modo a las posibilidades que es irrealizable, y cuando es tan limitada y temerosa que queda incluso por debajo de las posibilidades reales.

Relaciones Internacionales

Se entiende como tal, al conjunto de vínculos que se establecen entre dos o más países del mundo. El Realismo establece que todos los países del mundo, coexisten en un escenario denominado como sistema internacional, donde una de las principales características se encuentra en la eterna lucha por poder. Los países van a actuar según sus propios intereses; lo que más les concierne es la posesión de poder, para así ser capaces de sobrevivir como entidades autónomas y satisfacer las necesidades de su población. (Dougherty, James y Robert Pfalzgraff *"Contending Theories of International Relations"*, Harper & Row Publishers, New York, 1981, p.p. 84-86).

Algunos de los autores propuestos dentro del Realismo, afirman que el carácter egocéntrico de los diversos países que componen el sistema internacional, tiene su origen en el deseo inherente, y casi insaciable, que posee el hombre por poder. Al analizar las relaciones entre los diferentes Estados del mundo nos encontramos con el hecho que estos están formados por individuos que coadyuvan para concretizarlos. Por consiguiente, el deseo humano por poder se ve incitado en las políticas exteriores de los Estados. (Morgenthau, Hans, *"Política entre las naciones: La lucha por el poder y la paz"*, Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires, 1986, p.41).

Los países van a coexistir en este sistema internacional en un estado constante de problemas y choques de intereses. Para el Realismo los conflictos del mundo no son un mal que se pueda erradicar, sino más bien son meros resultados de las fuerzas inherentes de la naturaleza humana; los conflictos nacen a raíz del continuo choque que experimentan los Estados debido a sus intenciones de sobrevivir, prevalecer, dominar, y propagarse. (Sullivan, Michael, *“International Relations. Theories and Evidence”*, Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, 1976, p.156.)

Tomando en cuenta que los Estados adoptan el comportamiento de los individuos que los forman, esta definición de poder se puede adaptar fácilmente a los Estados. En si, como el control que tiene un Estado sobre las políticas y las acciones de otros Estados, es decir, la influencia que tiene un país sobre otro. Es relevante también conocer que existe un concepto de poder que se engloba de manera interna y externa, haciendo referencia tanto al poder nacional cómo al poder hacia el exterior, y que el grado de influencia de un Estado sobre otros es proporcional su poder nacional.

Por ello, se busca que la realidad mejore y ello depende del entendimiento que se tenga de estas fuerzas, no de ir contra ellas. El mundo está basado en intereses diferentes, muchas veces opuesto y de conflictos entre estos intereses; es por ello que los principios morales no alcanzan a realizarse totalmente. Lo que se puede hacer es buscar un equilibrio temporal entre intereses. Esta escuela ve en un sistema de represiones mutuas y equilibrios un principio universal. No se puede aspirar a un bien absoluto, sólo a una convivencia razonable en un contexto naturalmente conflictivo.

La realidad tiene vida y leyes propias, tiene una lógica del funcionamiento; se maneja por sus propias leyes, indiferentes a las preferencias humanas. Entonces la teoría tratará de comprender esas leyes y la lógica del funcionamiento y operará en consecuencia, no tratando de modificar la realidad -no es posible modificar lo esencial-, sino procurando que las decisiones saquen el mayor provecho de sus características, con el objeto de obtener el máximo beneficio con el mínimo costo. (Dallanegra Pedraza, Luis, *Tendencias del Orden Mundial: Régimen Internacional*, Buenos Aires, 2001).

Exponentes

Los primeros autores realistas incluyen a autores clásicos de la política como Tucídides y Maquiavelo; ya en la época contemporánea el Realismo está representado por Hans Morgenthau, Henry Kissinger, George Kennan y Robert Gilpin, entre otros. Sin embargo, es necesario destacar:

Tucídides

Se caracterizó por ser un historiador griego. Su padre era un propietario de minas y su madre pertenecía a la nobleza tracia, por lo que recibió una esmerada educación. En 430 a.C. enfermó durante una epidemia, pero logró sobrevivir milagrosamente. En el 424 a.C. fue nombrado estratega en Atenas y se le confió el mando de una flota encargada de romper el asedio de Anfípolis, pero fracasó en el intento y la ciudad cayó en manos enemigas, por lo que fue condenado al exilio.

A partir de entonces dedicó su tiempo a la redacción de la *Historia de la guerra del Peloponeso*, una obra fundamental en la historiografía antigua, que le ha valido ser considerado como uno de los más grandes historiadores, pues, a diferencia de otros de su tiempo, basa su narración en los acontecimientos, sin hacer intervenir en ella a los dioses; todo cuanto ocurre se debe a los actos de los hombres.

En la *Historia de la guerra del Peloponeso*, decía que lo único duradero entre los individuos o los grupos es la identidad de intereses o la ausencia de conflicto entre ellos. Se refiere a las causas naturales y a la conducta del hombre para explicar el devenir histórico, antes que como mero producto de la fatalidad o la intervención de los dioses. Al analizar los hechos, va más allá de lo anecdótico para buscar las motivaciones personales de los protagonistas de los mismos, sus ambiciones y sus temores.

Hans Morgenthau

Este exponente, de origen alemán, hijo único de una familia judía y nacido en 1904, fue muy influenciado en su pensamiento político por la derrota alemana de la Primera Guerra Mundial y el nacimiento del nazismo, entre otras. Inició sus estudios en la Universidad de Frankfurt, pero luego se trasladó a la Universidad de Múnich donde realizó estudios de Derecho y Filosofía Política. Debido al ascenso del nazismo en su país emigra a Suiza donde ejerció la docencia en Derecho Público. En 1937 llega a Estados Unidos donde desarrollaría toda su extensa carrera académica. Muere en 1980. A través de esta obra es considerado el padre del realismo político de Estados Unidos y ejerció gran influencia sobre la dirigencia política de ese país.

Hans Morgenthau es el autor más destacado del realismo político norteamericano. En sus estudios intenta formular una teoría general de la política sin hacer distinciones entre política interna e internacional. Su modelo corresponde al período de la Guerra Fría, situación de enfrentamiento entre las superpotencias. Su teoría internacional se caracteriza por seis principios:

- a) Concepción pesimista de la naturaleza humana y de la política;
- b) Interpretación de la centralidad y equilibrio del poder;
- c) Defensa del “Interés Nacional” como principal objetivo de la política exterior;
- d) Inexistencia de criterios morales en la política internacional;
- f) Exclusividad de las normas y leyes políticas;
- g) Interés definido en términos de poder y del incremento de éste.

Estos principios determinan el comportamiento de los Estados y configuran las leyes que imperan en el statu quo existente en la Sociedad Internacional, como se mantiene o cambia ese equilibrio inestable, y el papel protagonista que juegan las superpotencias en ese sistema competitivo.

George Kennan

Fue un diplomático y consejero estadounidense que adquirió rango de autoridad durante su mandato como primer director del Equipo de Planeamiento Político del Departamento de Estado a fines de la década de 1940. Kennan fue el responsable intelectual de la doctrina Truman, así como de la política estadounidense que se denominó contención (de la URSS). Fue discípulo del conocido como “teólogo del sistema”. Es necesario tener en cuenta que en política exterior una cosa son los planteamientos teóricos, y otra la acción real llevada a cabo por el Ejecutivo. En el caso de Kennan y Kissinger, por su condición de teóricos y políticos, se unen política y práctica. G. Kennan es el representante más característico de la escuela realista en el período de posguerra, y acomoda los planteamientos de Morgenthau enriquecidos a la Guerra Fría.

Su pensamiento se centrará en la necesidad de que la política exterior de los Estados Unidos sea una política de poder, rechazando las consideraciones legalistas y moralistas. Su referencia para la acción exterior es la consideración de la Unión Soviética como una superpotencia expansiva. Su aportación al realismo político viene dada por dos planteamientos básicos: La defensa a ultranza del “Interés Nacional” como eje fundamental de la acción exterior por encima de interpretaciones ideológicas.

Henry Kissinger

Político y diplomático estadounidense (Fuerth, Alemania, 1923). Su origen judío le obligó a abandonar Alemania con su familia para escapar de la persecución nazi (en 1938). En 1942 obtuvo la nacionalidad americana, pero el hecho de no haber nacido en Estados Unidos pesaría siempre sobre su futuro, cerrándole la posibilidad de ser candidato a la presidencia.

Estudió Ciencias Políticas y se dedicó a la enseñanza en la Universidad de Harvard, antes de pasar a la política activa de la mano del Partido Republicano. El presidente Nixon aprovechó su conocimiento de la política internacional, nombrándole asesor para asuntos de seguridad nacional en 1968; la brillantez con la que ejerció su labor hizo que en 1973 le nombrara secretario de Estado. Cuando Nixon hubo de dimitir, forzado por el escándalo Watergate, y le sucedió el vicepresidente Ford (1974-77), éste mantuvo a Kissinger al frente de la política exterior.

Durante los cuatro años en que dirigió la diplomacia norteamericana, Kissinger diseñó una nueva política exterior y quizá incluso un nuevo marco internacional. Impulsó la distensión mediante la renuncia de los Estados Unidos al principio de intervención militar global, así como el reconocimiento de la Unión Soviética como interlocutora y partícipe de la hegemonía mundial (Conferencia de Helsinki, 1975). Fue uno de los principales artífices del acercamiento de los Estados Unidos a la República Popular China (viajó a Pekín en 1971, donde preparó el reconocimiento diplomático del régimen de Mao y la visita de Nixon en 1972).

Sus esfuerzos por la paz se orientaron hacia dos escenarios principales, que constituían dos puntos calientes de fricción entre las superpotencias: Vietnam, en donde negoció el fin de la guerra y la retirada del Ejército americano (1973); y Oriente Medio, en donde medió para restablecer la paz entre Israel y sus vecinos árabes, poniendo fin a la Guerra de Yom Kippur (1973). También cabe destacar su intervención en el conflicto de Rhodesia, que contribuyó a poner fin a la guerra civil con unas elecciones libres que otorgaron el poder a la mayoría negra (1976). En 1973 le fue concedido el Premio Nobel de la Paz. Desde su retirada se ha dedicado a los negocios y a la redacción de sus memorias; su inmenso prestigio le ha mantenido, sin embargo, como un consejero habitual de los posteriores presidentes americanos sobre temas de política internacional.

Kissinger, el autor que realiza la mayor y más rica revisión del realismo político, acomodándolo a la era de *Deshielo en las relaciones USA-URSS*, basa su teoría en los siguientes pilares: a) Necesidad de los análisis históricos.; b) Revisión de autores clásicos (Spinoza, Hobbes, Maquiavelo) en la búsqueda de una raíz filosófica; c) Revisión de los presupuestos de Morgenthau. Kissinger defiende una revisión de la política exterior de los Estados Unidos y su acomodación a la nueva realidad que supone la Era Nuclear. Su aportación consiste en la necesidad de la negociación para evitar la Guerra Total y la destrucción nuclear.

Kissinger distingue dos tipos de órdenes: Orden legítimo, acuerdo tácito o expreso entre las superpotencias sobre un área geográfica; Orden revolucionario, inexistencia de un acuerdo de bases sobre un área determinada. Desde este planteamiento, Kissinger hace una interpretación de la Seguridad e Inseguridad absoluta o relativa (teoría de la disuasión) y cuáles pueden ser las vías para obtener una u otra. Es en este razonamiento donde se insertan las negociaciones nucleares con la URSS y la necesidad de acuerdos sobre el desarme. La obtención de un orden estable deberá tener en cuenta tres cambios producidos en la Sociedad Internacional:

a) Número y naturaleza de los miembros; b) Desarrollo tecnológico; c) Antagonismo político-ideológico.

También Kissinger establece una distinción entre los criterios y leyes que rigen el interior y el exterior de las sociedades, siendo éste un planteamiento que le diferencia de anteriores enfoques realistas.

Robert Gilpin

Este exponente, fue considerado como el "decano" de los especialistas en "Economía Política Internacional", nombre también de su conocida obra de 1987. En este siglo, Gilpin retorna el análisis de las interacciones entre política y economía, Estado y mercado, en dos ensayos en que aplica sus principios a la época de la globalización. Gilpin se ubica en una perspectiva "realista Estado-céntrica", en una vertiente original de esta teoría que reconoce nuevos actores --como las empresas multinacionales-- y la necesidad de cooperación. La tesis central es que el "Estado-nación" sigue siendo el actor dominante en el sistema internacional, a pesar de la centralidad de la globalización "como característica definitiva de la economía internacional".

Los análisis de Gilpin resultan de interés sobre todo en cuanto en ellos reúne e integra la acción de las fuerzas del mercado y las tendencias políticas y las normativas nacionales e internacionales, sopesando la influencia de distintos elementos y corrientes y contribuyendo así a un debate necesario en la disciplina de la Política Internacional. Se trata de una visión amplia de la Economía Política Internacional, que considera las complejidades del sistema internacional, las diferencias y la situación desmedrada de los países de menor desarrollo. Sin embargo, a no dudarlo, es una visión desde el centro, desde los países industrializados y, en particular, de los Estados Unidos y sus intereses.

Aplicaciones

El Realismo es un componente necesario en un análisis coherente de la política mundial, porque su atención en el poder, de los intereses y la racionalidad es crucial para cualquier comprensión del tema. Algunas de las más relevantes se constatan en los sucesos radicados en los siguientes hechos históricos:

Tratado de Versalles

El Tratado de Versalles (1919) fue un tratado de paz firmado por las potencias europeas que puso fin oficialmente a la Primera Guerra Mundial, después de seis meses de negociación, en la ciudad de París. El Tratado de Versalles fue firmado como continuación al armisticio de noviembre de 1918, en Compiègne, que había puesto fin a los enfrentamientos. El principal punto del Tratado de Versalles determinaba que Alemania aceptaría todas las responsabilidades por causar la Gran Guerra (así se conocía a la Primera Guerra Mundial antes de que aconteciera la Segunda Guerra Mundial) y que sobre los términos de los artículos 231-247, que fijaba indemnización de guerra para las potencias vencedoras "La Triple entente".

Final de la Segunda Guerra Mundial

La segunda guerra mundial fue uno de los peores episodios por los que ha tenido que pasar la humanidad. Las principales consecuencias fueron la crisis social, la crisis económica, los millones de personas que murieron, las crisis morales, etc. Finalmente, el 9 de mayo de 1945 se anunciaba el final de la guerra, después de cinco años, ocho meses y siete días de batalla. A diferencia de la primera guerra mundial, en la que los Estados Unidos optaron por el aislamiento, al finalizar la segunda guerra mundial, asumieron la responsabilidad de una política de intervención en conflictos como primera potencia mundial.

Los Estados Unidos, aplicando la "Doctrina Truman" (tratar de frenar la expansión del comunismo y de la Unión Soviética), lanzaron el conocido "Plan Marshall" para ayudar económicamente a los países europeos. Una condición básica para recibir ayudas por parte de los americanos era la adopción de una política de libre comercio.

Este plan tenía como objetivo ayudar económicamente a los países más perjudicados de Europa tras la guerra. Por tanto, en 1948 creó la Organización para la Cooperación Económica Europea (OECE) que ayudó a liberalizar el comercio entre los estados miembros, introduciendo acuerdos monetarios y ayudando a la cooperación económica. Un año después, los Estados Unidos junto a la mayoría de los estados democráticos de Europa fundaron la OTAN, alianza militar occidental enfrentada a la Unión Soviética. También se creó el

Consejo de Europa, organismo cuyo objetivo es el de fomentar la cooperación política entre los países europeos. Su principal función ha sido y sigue siendo la de reforzar el sistema democrático y los derechos humanos en los estados miembros.

Acuerdos de paz El Salvador

Los acuerdos de paz en El Salvador se firmaron el 16 de enero de 1992, el Gobierno de la República presidido por el Lic. Felix Cristiani y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), lo suscriben en Chapultepec, México, poniendo con ello punto y final a uno de los capítulos más dolorosos de la historia de El Salvador. Los 12 años de conflicto armado tuvieron como consecuencia más de 75,000 muertos. Con estos acuerdos se garantizaba y las partes se comprometían a que en El Salvador se viviría en paz.

Acuerdos de Paz Guatemala

Guatemala vivió un conflicto armado interno, en el cual se manifestaron actos de crueldad, desprecio a la vida y a la dignidad de la población guatemalteca, a través de métodos cuya crueldad causan horror. Después de 36 años de conflicto armado interno que vivió la población guatemalteca, finalmente el 29 de diciembre de 1996 se llevó a cabo en Guatemala la firma de la paz firme y duradera entre la Unidad Nacional Revolucionaria Guatemalteca (URNG) y el Estado de Guatemala, acontecimiento que puso fin al conflicto. El Acuerdo de Paz Firme y Duradera, firmado el 29 de diciembre de 1996, introduce las bases necesarias para un desarrollo en paz y augurar un futuro moderno para el país.

El acuerdo contiene 17 puntos, ante todo, declaraciones de voluntad política. La adhesión a los principios orientados a garantizar y proteger la plena observancia y el respeto de los derechos humanos, el compromiso de investigar las violaciones de los derechos humanos ocurridos en el marco del enfrentamiento interno para contribuir a fortalecer el proceso de conciliación nacional y la democratización en el país, el reconocimiento de la identidad y derechos de los pueblos indígenas como base para la construcción de una nación multiétnica, pluricultural y multilingüe.

Forma parte del catálogo de objetivos políticos la necesidad de un desarrollo socioeconómico participativo orientado al bien común. Lograr una situación social más justa se relaciona con la necesidad de un sistema fiscal más equitativo y eficiente. Erradicar la pobreza y el desempleo, mejorar la salud, la educación y capacitación y la seguridad social son consideradas tareas prioritarias del desarrollo. Otro aspecto planteado es la reforma del Estado y del Ejército.

Acuerdos Nucleares de Irán

Irán y las seis potencias internacionales (China, EE.UU., Francia, Inglaterra, Rusia y Alemania) han llegado a un acuerdo para limitar el programa nuclear iraní a cambio de levantar las sanciones internacionales y multilaterales. De acuerdo a los términos generales anunciados, Irán se compromete a realizar un uso "exclusivamente pacífico" de la energía nuclear. Irán no desarrollará, "bajo ninguna circunstancia", ni tampoco adquirirá, armas nucleares. Las potencias acordaron limitar el programa nuclear iraní a cambio de un levantamiento de todas las sanciones de Naciones Unidas, nacionales y de organismos multilaterales.

Aportes

Ya a mediados del Siglo XX, la incidencia de los actores transnacionales, con y sin fines de lucro, como empresas, banca y organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil, comenzaron a proliferar, tomando para sí porciones de poder y de espacio en la toma de decisiones, a través de presiones, en áreas que antes ocupaba el Estado en forma prácticamente excluyente (Dallanegra Pedraza, Luis, *Tendencias del Orden Mundial: Régimen Internacional*, Buenos Aires, 2001: Capítulos II y III).

Esto generó que cambiara progresivamente la estructura de poder, la configuración sistémica, pero el realismo no ha cambiado; sigue manteniendo los mismos principios, frente a una configuración sistémica más compleja. La teoría ha debido adaptarse y comprender estas nuevas variables y configuración. Es más, todo este fenómeno conlleva el posible inicio de una nueva "macro-etapa", en el que el Estado y sus características, será diverso del "westfaliano" (Dallanegra Pedraza, 2001:28-36); a la vez que el sistema ya no será -prácticamente ya no lo es, al menos en forma exclusiva y excluyente como lo fue históricamente "interestatal", toda vez que concurren, en la generación de reglas, una diversidad de actores no estatales, muchos de ellos, con mayor poder que varios Estados juntos.

Esto trae como consecuencia cambios necesarios en el Derecho "Internacional", ya que los actores transnacionales, con y sin fines de lucro, que empujan la generación de reglas en dirección diversa a la que los Estados históricamente han hecho, no pueden participar -por el hecho de no ser "Estados"- de la creación de este tipo de derecho, así como de organismos internacionales dentro de los que destacan algunas funciones como:

Mantener la paz y la seguridad internacionales de conformidad con los propósitos y principios de las Naciones Unidas; Investigar toda controversia o situación que pueda crear fricción internacional; Recomendar métodos de ajuste de tales controversias, o condiciones de arreglo; Elaborar planes para el establecimiento de un sistema que reglamente los armamentos; Determinar si existe una amenaza a la paz o un acto de agresión y recomendar qué medidas se deben adoptar; Instar a los Miembros a que apliquen sanciones económicas y otras medidas que no entrañan el uso de la fuerza, con el fin de impedir o detener la agresión; Emprender acción militar contra un agresor, entre otros.

Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en el mundo

Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras. Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando muchos otros. A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1.425.000 millones en 2014.

Europa (+5%) lideró el crecimiento en términos absolutos y relativos, gracias en parte a la debilidad del euro frente al dólar de los EE.UU. y otras divisas importantes. Las llegadas ascendieron a 609 millones, o 29 millones más que en 2014. La Europa Central y del Este (+6%) se recuperó del descenso de llegadas del año anterior. La Europa del Norte (+6%), la Europa Meridional y Mediterránea (+5%) y la Europa Occidental (+4%) también registraron buenos resultados, especialmente si se tienen en cuenta los numerosos destinos maduros que integran.

La región de Asia y el Pacífico (+5%) registró 13 millones más de llegadas de turistas internacionales el pasado año, hasta alcanzar los 277 millones, con resultados

desiguales entre destinos. Oceanía (+7%) y el Sureste Asiático (+5%) encabezaron el crecimiento, mientras que Asia Meridional y el Noreste Asiático registraron un incremento del 4%.

Las llegadas de turistas internacionales en las Américas (+5%) crecieron 9 millones hasta alcanzar los 191 millones, consolidándose así los excelentes resultados de 2014. La apreciación del dólar estimuló el turismo emisor de los Estados Unidos, lo cual benefició sobre todo al Caribe y a América Central, que registraron ambas un crecimiento del 7%. Los resultados en América del Sur y América del Norte (ambos +4%) fueron cercanos a la media.

Las llegadas de turistas internacionales en Oriente Medio aumentaron, según estimaciones, un 3% hasta un total de 54 millones, consolidando así la recuperación iniciada en 2014.

Los limitados datos de que se dispone para África apuntan a un descenso del 3% en las llegadas internacionales, llegando a un total de 53 millones. En el Norte de África las llegadas descendieron un 8% y en el África Subsahariana un 1%, aunque esta última volvió a los resultados positivos en la segunda mitad del año. (Los resultados para África y Oriente Medio deberían leerse con cautela, puesto que se basan en los datos limitados de que se dispone). (OMT: 2016)

En cuanto a lo mencionado con antelación, también se establece que el gasto turístico ha estado protagonizado en 2015 por unos cuantos mercados emisores, favorecidos por una moneda fuerte y una economía sólida. Entre los principales mercados emisores del mundo, China, con un crecimiento del gasto que ha sido de dos dígitos todos los años desde 2004, sigue a la vanguardia del turismo emisor mundial, en beneficio sobre todo de destinos asiáticos como Japón y Tailandia, así como de los Estados Unidos y diversos destinos europeos. En cambio, el gasto de otros mercados emisores antes muy dinámicos, como la Federación de Rusia y Brasil, se redujo significativamente, como reflejo de las restricciones económicas de ambos países y la depreciación del rublo y el real en relación con prácticamente todas las demás monedas.

En cuanto a los mercados emisores tradicionales de las economías avanzadas, el gasto de los Estados Unidos (+9%), el segundo mayor mercado emisor del mundo, y del Reino Unido (+6%) se vio impulsado por monedas fuertes y economías en plena reactivación. El

gasto de Alemania, Italia y Australia creció a un ritmo más lento (+2% en todos ellos), mientras la demanda de Canadá y Francia fue más bien débil.

En el mismo comunicado en referencia de la OMT, se hace énfasis en que las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% en 2015 hasta alcanzar un total de 1.184 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. En comparación con 2014, el año pasado hubo alrededor de 50 millones más de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo.

El año 2015 es el sexto año consecutivo de crecimiento superior a la media, habiendo aumentado las llegadas internacionales un 4% o más cada año desde el año 2010, después de la crisis.

El Secretario General de la OMT, Taleb Rifai (2016) menciona que: “El turismo internacional alcanzó nuevas cotas en 2015.” Se alude a que el buen comportamiento del sector está contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo en muchos lugares del mundo, por lo que resulta esencial que los países promuevan políticas para fomentar el continuo crecimiento del turismo, como son las políticas de facilitación de los viajes, de desarrollo de los recursos humanos y de sostenibilidad.

La demanda fue significativa en su conjunto, aunque los resultados no fueron iguales en todos los destinos, debido a una fluctuación inusualmente fuerte de los tipos de cambio, a la bajada de los precios del petróleo y otros productos básicos que hicieron que aumentara la disponibilidad de ingresos en los países importadores, pero debilitaron la demanda en los países exportadores-, así como a la creciente preocupación en torno a la seguridad.

Los resultados de 2015 se vieron influidos por los tipos de cambio, los precios del petróleo y las crisis en muchos lugares del planeta. Como el contexto actual antepone de manera especial las cuestiones de seguridad, cabe recordar que el desarrollo del turismo depende en gran medida de nuestra capacidad colectiva de promover unos viajes seguros y fluidos. En este sentido, la OMT insta a los Gobiernos a que cuenten con las administraciones de turismo en sus planes, estructuras y procedimientos nacionales de seguridad, no solo para asegurarse de que se minimice la exposición del sector a las amenazas, sino también para garantizar que se aproveche al máximo la capacidad del sector de contribuir a la seguridad y a la facilitación, ya que ambos aspectos deberían ir de la mano, explicó el Sr. Rifai. El crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en los destinos de las economías

avanzadas (+5%) superó al de las economías emergentes (+4%), gracias sobre todo a los excelentes resultados de Europa (+5%).

Por regiones, Europa, las Américas y Asia y el Pacífico registraron todas ellas un crecimiento del 5% en 2015. Las llegadas a Oriente Medio se incrementaron en un 3% mientras que, en África, los limitados datos disponibles apuntan a un descenso estimado del 3%, debido en gran parte a los resultados negativos del Norte de África, la subregión a la que se atribuyen más de un tercio de las llegadas a la región. Convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.

Por otra parte, partiendo del punto de vista del estudio “Índice de Competitividad Turística de los Viajes y el Turismo”, elaborado por el Foro Económico Mundial (*World Economic Forum*) que de forma anual se publica, constanding en un informe que analiza la competitividad y el posicionamiento estratégico de 141 destinos turísticos, a lo largo de todo el mundo. Analiza aspectos como:

- a) El entorno institucional y el clima de negocios
- b) La seguridad, los transportes y la salud
- c) Los mercados laborales y de recursos humanos
- d) La sociedad de la información

- e) La apertura al exterior y los servicios disponibles a los turistas
- f) La competitividad en precios
- g) Los recursos culturales y naturales disponibles en el destino
- h) Y las políticas de sostenibilidad y de preservación de los recursos locales

El índice se desarrolla en base a una combinación de datos estadísticos de carácter público, informes de instituciones y organismos internacionales, opiniones de expertos en el sector y encuestas internacionales. El informe también ofrece un análisis sobre las principales ventajas y desventajas competitivas de cada región y país.

El ranking está encabezado por España, que en el Top 10 también incluye a:

- a) España
- b) Francia
- c) Alemania
- d) Estados Unidos
- e) Reino Unido
- f) Suiza
- g) Australia
- h) Italia
- i) Japón
- j) Canadá

Tomando en consideración lo anterior, aunado a lo establecido en el artículo 3 de los estatutos de la OMT, la cual encuadra dentro de sus objetivos la promoción y desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión; se debe afirmar el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico, y por lo tanto, expresar voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y

sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada.

Además, dentro del Código Ético Mundial para el Turismo, el cual subraya la necesidad de promover un turismo responsable y sostenible que pueda ser beneficioso para todos los sectores de la sociedad e invita a los gobiernos y a otros interesados en el sector del turismo a estudiar la posibilidad de introducir, según proceda, el contenido del Código Ético Mundial para el Turismo en las correspondientes leyes, normas y prácticas profesionales y, a este respecto, expresa su reconocimiento por los esfuerzos desplegados y las medidas adoptadas por algunos Estados; es por ello que en el artículo 1 inciso 4. Se establece que Las autoridades públicas tienen la misión de asegurar la protección de los turistas y visitantes y de sus bienes. En ese cometido, prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad.

Con ese fin, facilitarán el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades y de manera viceversa dentro del inciso 6 del mismo artículo Los turistas y visitantes tienen la responsabilidad de recabar información, desde antes de su salida, sobre las características del país que se dispongan a visitar.

El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

Es por lo anterior que dentro del Código antes mencionado debe evidenciarse el derecho al turismo como descrito en el artículo 7 inciso 1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta.

En otras palabras, la participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno. Con el apoyo de las autoridades públicas, se desarrollará el turismo social, en particular el turismo asociativo, que permite el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las

vacaciones así mismo establece se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen minusvalías

Se reconoce a los turistas y visitantes la facultad de utilizar todos los medios de comunicaciones disponibles, interiores y exteriores. Y como medida a ello también se establece dentro del artículo 8, la libertad de desplazamiento turístico y se indica dentro del inciso segundo que se beneficiarán de un acceso rápido y fácil a los servicios administrativos, judiciales y sanitarios locales, y podrán ponerse libremente en contacto con las autoridades consulares del país del que sean ciudadanos conforme a los convenios diplomáticos vigentes. Y es claro en cuanto a su aplicación indicada en el artículo 10, inciso primero del mismo documento en mención Los agentes públicos y privados del desarrollo turístico cooperarán en la aplicación de los presentes principios y controlarán su práctica efectiva.

Por otra parte, también es importante considerar Los Criterios Globales de Turismo Sostenible, ya que constituyen un esfuerzo para alcanzar un entendimiento común del turismo sostenible, y representan los principios mínimos de sostenibilidad a los que una empresa turística debe aspirar. Estos se organizan alrededor de cuatro temas principales: la planificación eficaz para la sostenibilidad; la maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local; el mejoramiento del patrimonio cultural; y la reducción de los impactos negativos sobre el ambiente.

Aunque los criterios se orientan inicialmente para el uso parte de los sectores de hoteles y operadores de turismo, tienen aplicabilidad en toda la industria turística. Los criterios son parte de la respuesta brindada por la comunidad turística frente a los desafíos mundiales que se presentan en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas.

Department of Environment, Food, and Rural Affairs (DEFRA) del Reino Unido y la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID). (2005) mediante su guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, se establece que la mitigación de la pobreza y la sostenibilidad ambiental, incluyendo el cambio climático, son dos de los principales temas transversales que se abordan mediante los criterios. A partir del 2007, una coalición de 26 organizaciones denominada Alianza para los Criterios Globales de Turismo Sostenible, se unió para desarrollar los criterios. Desde entonces, han contactado a más de 80.000 partes interesadas, analizado más de 4.500 criterios y más de 60 normas de certificación y directrices voluntarias ya existentes, y han recibido

comentarios de más de mil individuos. Los Criterios Globales de Turismo Sostenible han sido desarrollados de acuerdo con el Código de Buenas prácticas de la coalición ISEAL, y como tal, estarán en consulta y recibirá retroalimentación cada dos años, hasta que no se reciban más observaciones o sean únicas. Usos más importantes de los criterios:

- a) Constituir las directrices básicas para que las empresas de cualquier tamaño se vuelvan más sostenibles, y ayudarlas a optar por programas de turismo sostenible que cumplan con estos criterios globales;
- b) Brindar orientación a las agencias de viajes cuando seleccionen proveedores y programas de certificación sostenibles;
- c) Ayudar a los consumidores a identificar programas y empresas sólidas en materia de turismo sostenible.
- d) Servir de común denominador para que los medios de información reconozcan a los proveedores de turismo sostenible;
- e) Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios a cerciorarse de que sus estándares cumplan la normativa básica ampliamente aceptada;
- f) Ofrecer a los programas gubernamentales, no gubernamentales y privados un punto de partida para elaborar requisitos de turismo sostenible.

Por consiguiente, es interesante el entender los beneficios que se constituyen a nivel global con relación al turismo, ya que, a razón del ingreso de divisas de determinada región o país en específico, constituye un importante motor en cuanto al sector de Viajes y Turismo es un empleador más grande. Un ejemplo de ello es lo demostrado dentro del Informe de Benchmarking 2015, el cual compara Viajes y Turismo a otros ocho sectores, que se considera que tienen amplitud similar y presencia global, a través de 26 países.

El informe muestra que Viajes y Turismo viene tercero de los ocho sectores investigados, después minorista y la agricultura. La industria apoya 277 millones de empleos en 2014, que es el 9,4% del empleo mundial. Con 105 millones de personas empleadas directamente en 2014, la industria emplea a nivel mundial:

- a) 7 veces más que la fabricación de automóviles (14 millones)
- b) 5 veces más que la fabricación de productos químicos (20 millones)
- c) 4 veces más que la banca (27 millones)
- d) 4 veces más que la minería (27 millones)
- e) 2 veces más que los servicios financieros (59 millones)

Según el informe, viajes y turismo es el segundo sector de mayor crecimiento a nivel mundial. Pronóstico creciendo a 3,9% anual en los próximos diez años, el crecimiento de esta industria superará la economía mundial, que se estima que aumente en un 2,9% anual durante la próxima década. La investigación muestra que los viajes y turismo, generando US \$ 7,6 billones en contribución al PIB en 2014, es el cuarto más grande del sector después de la minería, servicios financieros y retail respectivamente. En el 9,8% del PIB mundial, viajes y turismo genera más producción económica de productos químicos de fabricación, la agricultura, la educación, la fabricación de automóviles, y la banca. David Scowsill, Presidente y CEO, WTTC comenta al respecto: “Nuestro sector es uno de los mayores contribuyentes al PIB mundial, y significativamente se prevé superar a la economía mundial cada año durante la próxima década”.

Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Latinoamérica y el Caribe

El turismo internacional en América Latina y el Caribe ha crecido un 50 por ciento en la última década. Según publicación emitida por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el turismo representa el 6,4% del empleo total directo e indirecto en América Latina, lo cual equivale a 1 de cada 15,7 empleos en 2009. Estas cifras son aún mayores en la región del Caribe, donde el turismo representa el 12,6% del total de empleos. Existe una importante connotación en cuanto a la participación de la Industria Turística en el PBI. La contribución directa e indirecta de la industria turística a la economía de América Latina durante 2009 fue la siguiente: 6,6% al Producto Bruto Interno (US\$177 mil millones), US\$45.000 millones de inversión de capital, lo que equivale al 8,3% del total de inversiones, y US\$13.000 millones de gasto público, lo que equivale a una fracción de 2,9%.

Por otra parte, es importante el determinar la participación de las exportaciones de bienes y servicios en el Caribe, ya que, con relación a la actividad turística, ésta representa el 41% de las exportaciones de bienes y servicios en la Región del Caribe y el 8,9% en América Latina. Desde 1970, el BID ha otorgado préstamos por más de \$1.900 millones para financiar 35 proyectos turísticos en la región.

Según publicación de la Revista Forbes, La firma financiera MasterCard presentó un estudio con las 10 ciudades más visitadas de la región latinoamericana. El estudio prevé que los viajeros realizan 383 millones de viajes internacionales entre las 132 ciudades tomadas en cuenta para el índice, en los que se gastarán 360,000 millones de dólares (mdd) durante sus visitas y harán una demanda masiva de bienes, servicios y experiencias. La ciudad de Lima,

Perú, conservó el primer lugar como el destino de Latinoamérica con el mayor número de visitas internacionales por segundo año consecutivo, según el *Índice Anual de Ciudades Globales de Destino* elaborado por la firma de tarjetas de crédito, MasterCard. “La capital peruana es también la ciudad con el más rápido crecimiento de la región, duplicando el número de arribos internacionales de Ciudad de México, la segunda ciudad más visitada según el índice”, explicó el documento.

El informe de la ONU *World Urbanization Prospects*, dos tercios de la población mundial vivirá en ciudades para el año 2050. Ann Cairns, presidente de mercados internacionales de MasterCard, dijo que el estudio ayudó a entender qué tan interconectadas están las ciudades del mundo, además del importante papel que desempeñan en conectar a un mayor número de personas.

Por otra parte, dentro del antes Índice de Competitividad Turística (ICT) mencionado Brasil es el primer país de América Latina, en la posición 28 del ranking mundial, seguido por México en la 30, Panamá en la 34 y Costa Rica en la 42. Los 10 países más visitados de América Latina, según el reporte del Banco Mundial:

- a) Brasil (puesto 28)
- b) México (puesto 30)
- c) Panamá (puesto 34)
- d) Costa Rica (puesto 42)
- e) Chile (puesto 51)
- f) Puerto Rico (puesto 55)
- g) Argentina (puesto 53)
- h) Perú (puesto 58)
- i) Colombia (puesto 68)
- j) Uruguay (puesto 73)

El estudio destaca que el turismo tiene un papel importante en todo el continente latinoamericano, donde es percibido como un motor de desarrollo para la región. La multitud y variedad de recursos históricos, culturales y naturales lo hace un lugar ideal para viajar. Y aunque el sector turístico ha crecido en la región en los últimos años, todavía quedan muchos desafíos para poder mejorar el posicionamiento de marca de muchos destinos y afianzar al turista. En América del Sur el estudio señala las siguientes áreas de mejora:

- a) Deficiencia en infraestructuras de transporte (principalmente por tierra)
- b) Seguridad
- c) Y entorno empresarial

Y en el Caribe destaca como áreas a mejorar:

- a) Equiparar el excesivo peso de las playas como eje promocional y potenciar visibilidad de recursos históricos y culturales.
- b) Mejora necesaria de infraestructuras de transporte aéreo y aumento de capacidad disponible a ciertos destinos.
- c) Carencia de áreas naturales y de espacios protegidos.

En el caso de México, lo que le da ventaja con respecto al resto de países de la región es su riqueza en recursos naturales (ocupa el cuarto puesto a nivel mundial) y culturales (undécimo puesto). En 2014, los ingresos que el turismo generó en el país llegaron a representar un 8,4% de su PIB. El turismo da trabajo a más de seis millones de personas en Latinoamérica. La región recibió en 2013 a más de 80 millones de visitantes internacionales. Gran parte del desarrollo del sector se debe al aumento de la movilidad entre países de la región, donde el gasto en turismo ha aumentado un 40% desde 2010. No obstante, no todos los países han sabido explotar igual de bien sus atractivos turísticos. En el informe, cuatro latinoamericanos se cuelan en la lista de los 40 que más han priorizado el fomento de los viajes y el turismo: República Dominicana (séptimo puesto), Costa Rica (el 22), Panamá (25) y México (32).

“América Latina no alcanza todo su potencial turístico. Es necesario que los países adopten las medidas necesarias a largo plazo”, avisa Roberto Crotti, economista del Foro Económico Mundial. El informe señala que, si la región se esfuerza por garantizar la seguridad de sus visitantes y mejora sus infraestructuras, podrá obtener mayores ingresos a través del turismo. Promover el patrimonio cultural y proteger el medioambiente son también acciones clave para convertir los países en lugares más atractivos. Asimismo, invertir en avances tecnológicos es crucial, ya que los turistas planifican cada vez más sus viajes por Internet. Aunque las economías avanzadas siguen vinculadas con los principales destinos turísticos, los mercados emergentes van escalando puestos poco a poco.

Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Centro América

Inman y Segura (1999) en su texto, *Turismo en Centroamérica: El Reto de la Competitividad* plantean que Centroamérica tiene cinco grandes categorías de productos turísticos que la diferencian de otras regiones. La más importante es la naturaleza, que representa alrededor de un 15% del mercado de viajeros por vacaciones del mundo y refleja las mayores tasas de crecimiento del mercado. Las otras cuatro categorías resultan ser un magnífico complemento a la naturaleza: arqueología, ciudades coloniales, buceo y culturas vivientes.

Los atractivos más notables de la región son las impresionantes ruinas mayas de Tikal y Copán, ciudades coloniales bien conservadas, tales como Antigua y Granada. el bien estructurado sistema de parques nacionales y áreas protegidas de Costa Rica, el buceo de clase mundial que se encuentra en las Islas de la Bahía y en Belice, los lagos y volcanes de Nicaragua y El Salvador y las expresiones culturales de los garífunas en Honduras o los grupos indígenas en Guatemala.

La playa, que para muchos destinos es el atractivo primordial, es en Centroamérica un complemento de las otras motivaciones de viaje mencionadas, y se mezcla con ellas en la mayoría de los casos: hay playas cerca de áreas protegidas o dentro de ellas, de sitios arqueológicos, en ciudades coloniales o de alto valor cultural, etc. Los atractivos turísticos de los países se complementan entre sí, lo que crea la oportunidad de desarrollar corredores de turismo a lo largo de la región.

En la actualidad no existen muchos datos o estudios globales de la oferta y la demanda del turismo accesible en los destinos. Este déficit de información puede provocar un desaprovechamiento de los recursos que posee el destino y una pérdida de oportunidades para el desarrollo del turismo accesible como un elemento de valor añadido para la bienvenida de visitantes con necesidades especiales. De ahí que este catálogo de indicadores pueda suponer un buen punto de partida, un comienzo para la reflexión y la toma de conciencia sobre la necesidad de evaluar, medir y mejorar, y, en definitiva, poder crear una oferta turística accesible.

Dentro de los desafíos que presentan los países de la región Centroamericana destacan:

- a) La calidad e intensidad de los esfuerzos promocionales. Algunos de los países no tienen un buen plan estratégico para promoción y desarrollo de imagen

en el exterior. Y en la mayoría de los países no siempre se cuenta con suficientes recursos para implementar esos planes. Se necesitan varios años para desarrollar una imagen positiva de turismo en la mente de los visitantes potenciales; esta falta de continuidad de los esfuerzos promocionales es precisamente lo que impide que un país logre esa imagen positiva.

b) Colaboración activa entre el sector público y el sector privado. Esta relación debería ser más eficiente en la región, para poder aprovechar las magníficas oportunidades de sinergia que poseen ambos sectores. El desarrollo de un “cluster” competitivo se basa precisamente en una alianza estratégica entre ellos. Debe existir colaboración en asuntos, tales como investigación de mercados, identificación de tendencias mundiales para hacer un uso óptimo de los recursos promocionales, desarrollo de productos turísticos, información y estadísticas, contenido de programas educativos, entre otros.

c) Infraestructura. Particularmente en las playas y áreas rurales, muchos sitios turísticos potencialmente atractivos de la región carecen de los servicios básicos: carreteras, electricidad, agua potable, sistemas sanitarios, etc. Además, la mayoría de estos sitios carecen de infraestructura para servicios relacionados con el turismo: restaurantes, hoteles y áreas protegidas tanto públicas como privadas, entre otros.

d) Inseguridad. Este es un serio problema en algunos países. Los delitos contra los turistas son eventos que, aunque no sean frecuentes, pueden diseminarse muy rápidamente por medio través de las redes mundiales de noticias y destruir cualquier imagen positiva que haya desarrollado un país.

e) Incentivos para un buen desempeño ambiental. A causa de a que la naturaleza es el activo turístico más importante de Centroamérica, es necesario que las prácticas empresariales y de desarrollo de todos los miembros del “cluster” observen un alto grado de responsabilidad ambiental. Actualmente, existen muy pocos mecanismos en la región que permitan cumplir con este requisito.

f) Áreas de conservación ambiental bien manejadas. Como factor clave que atrae a los turistas a esta región, las áreas protegidas requerirán administración y mantenimiento. Sin embargo, no es raro ver deficiencias en el manejo de estas áreas. Por ejemplo, son muy comunes los permisos para asentamientos humanos en las áreas protegidas o la ausencia total de infraestructura de servicios para los turistas.

g) Falta de financiamiento a largo plazo para proyectos. El sistema financiero de la región debería tener numerosas opciones de financiamiento de capital a largo plazo, para proyectos a pequeña y gran escala, pero no es así. Los fondos del Banco Centroamericano de Integración Económica (usualmente a 7-8 años plazo y a tasas de interés competitivas) son los fondos disponibles a más largo plazo en la región para proyectos turísticos, pero no parecen ser suficientes.

h) Capacitación insuficiente de recursos humanos. No existen los programas específicos en turismo que se necesitan, tanto en el nivel operativo como en el gerencial de recursos humanos. Sin esto es muy difícil lograr servicio de clase mundial.

Los indicadores pueden sustentar la adopción de las decisiones en todos los niveles de la planificación y la gestión del turismo, tal y como se detalla a continuación:

a) nivel nacional: para detectar amplios cambios en el turismo a nivel nacional, establecer comparaciones con otros países, proporcionar una referencia para la identificación de los cambios a niveles más localizados y servir de base para una planificación estratégica de amplio nivel;

b) nivel regional: para contribuir a los planes regionales y los procesos de protección de recursos culturales y medioambientales, para servir de base de comparación entre regiones y para facilitar información con miras a los procesos de planificación nacional,

Tomando en cuenta destinos específicos (por ejemplo: ciudades costeras, balnearios, centros de esquí, rutas formalmente creadas) para identificar elementos clave de los recursos, el estado del sector turístico, los riesgos y los resultados:

- a) sitios clave de uso turístico dentro de los destinos (por ejemplo: áreas protegidas, playas, cascos históricos o zonas de especial interés) donde determinados indicadores pueden ser fundamentales para la adopción de decisiones sobre la gestión y el futuro desarrollo de atracciones turísticas (por ejemplo: parques nacionales y parques temáticos),
- b) empresas turísticas (por ejemplo: tour operadores, empresas hoteleras, de transporte y de suministro de comidas) que pueden acceder a indicadores para incorporarlos a su proceso de planificación estratégica dentro de los destinos,
- c) establecimientos turísticos individuales (por ejemplo: hoteles, restaurantes, puertos deportivos) para controlar las repercusiones y los resultados de su funcionamiento.

La imagen de los destinos Centroamericanos en los principales países "generadores" de turismo sufre de una falta de identidad. La "conciencia" de producto de los turistas y su familiaridad con los destacados cambios que han ocurrido en la región en los últimos años, son débiles.

Desafortunadamente, ninguno de los países tiene suficientes recursos para batallar contra este problema individualmente. Aún en el caso de que tuvieran los recursos para superar sus problemas de imagen, aún quedarían por resolver temas como el mercadeo y la promoción estándares, y para eso también los presupuestos de cada país son limitados. Debido a que los países se enfocan en mercados similares, es enteramente racional que ellos traten de juntar al menos parte de sus recursos para atacar esos mercados. Este documento explica la justificación para crear una agencia regional de promoción turística, desarrollo de producto, información e investigación de mercados, llamada tentativamente la "Organización Centroamericana de Turismo".

El año 1996 significó un giro importante en la historia del turismo en Centro América. Los Presidentes de los países de la región sostuvieron una reunión cumbre titulada "Turismo y Desarrollo Sostenible" en Montelimar, Nicaragua, en mayo de 1996, con el objetivo de discutir las oportunidades y desafíos relacionados con la integración regional del turismo en el istmo. Los Presidentes concluyeron que la industria turística en la región contiene una serie de características que le permiten desarrollar ventajas competitivas sostenibles y distintivas a nivel regional. Como tal, la industria fue identificada como una de las que tiene el potencial de mejorar la calidad de vida de la población Centroamericana. La Cumbre de Montelimar, como se le conoce en la actualidad, fue parte de un esfuerzo mayor para posicionar a la región

con miras al nuevo milenio. Este esfuerzo se denomina la Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible (ALIDES).

El apoyo institucional para este esfuerzo ha sido dado por INCAE y la Universidad de Harvard en servicios de investigación, facilitación y asesoría. Estos servicios han sido a su vez fuertemente apoyados con recursos financieros del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y la Fundación AVINA. En agosto de 1997, en Guanaja, Islas de la Bahía, Honduras, durante la XXI Reunión del Consejo Centroamericano de Ministros de Turismo (CCT), el mandato de los Presidentes fue traducido en una misión específica: desarrollar una estrategia coherente para posicionar a Centro América 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 (CLACDS), de INCAE.

Tal y como fue solicitada por el CCT, la Estrategia fue plasmada en un documento que describe las motivaciones y el diseño de una estrategia regional de promoción, fundamentada en los recursos turísticos y atractivos naturales de Centro América. El nombre comercial recomendado para la región, en inglés, es “Destination Central America”. La estrategia está concebida como un complemento y un aporte de valor a las estrategias individuales de cada país, no como un reemplazo de ellas. Como se ilustra, la mayoría de países de la región tienen varias características en común. Aparte del desafío de cambiar las imágenes que la mayoría de norteamericanos tienen del turbulento pasado de la región, también existe una clara oportunidad de consolidar y aprovechar los atractivos comunes a los distintos países. Centroamérica está ubicada en un punto de enlace de dos destinos establecidos y competitivos: México y el Caribe.

Todos compiten por una porción del mercado norteamericano, y han destinado significativos recursos a sus esfuerzos promocionales. En la actualidad, la región centroamericana compite con México y el Caribe, pero más aún, cada país compite con los demás por lograr una mayor participación del mercado norteamericano. A continuación, se procurará brindar argumentos que apoyen la idea de una unión centroamericana en cuanto a la promoción, como destino turístico unificado.

La competencia turística intrarregional en Centro América tiene una interesante connotación, en cuanto a que la competencia entre dos países del mismo mercado debería tener los mismos efectos beneficiosos que la competencia entre dos compañías del mismo mercado: en particular, que la competencia estimula la innovación, y obliga a cada

competidor a ser creativo en sus esfuerzos de mercadeo para alcanzar más eficazmente a los clientes. Sin embargo, la competencia no siempre es la forma más eficaz ni económicamente más eficiente de relación entre compañías o entre destinos turísticos. La investigación ha demostrado que el desarrollo turístico, en particular, es un área en la que, a menudo, la cooperación es más importante que la competencia. Esto ocurre, especialmente, cuando los recursos de los dos países son sumamente limitados.

En tal caso y en ciertas condiciones resulta estratégico cooperar y compartir recursos. Con la excepción de Costa Rica, la imagen de los destinos turísticos de Centroamérica sufre de falta de identidad en los principales países generadores de turismo. La conciencia del producto y la familiaridad de los turistas con los notables cambios que han ocurrido durante los últimos años es débil. Desafortunadamente, ninguno de los países tiene suficientes recursos para combatir por sí solo este problema. Aunque tuvieran los recursos para resolver sus problemas de imagen, o si no existieran estos problemas, todavía persiste el problema de mercadeo y promoción estándar, y también, en este caso, los presupuestos en cada país son limitados. A causa de que los países buscan mercados similares con productos parecidos, es totalmente racional que mancomunen al menos algunos de sus recursos para tratar de alcanzar esos mercados. Esta es la razón básica para la integración regional del sector de turismo.

Como parte de la estrategia de promoción y posicionamiento de Centroamérica como multidestino en Europa y bajo la coordinación de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) se han realizado exitosas caravanas de promoción turística en diferentes ciudades de Europa en 2015. La caravana promocional contó con la participación de 18 empresarios del sector turístico centroamericano quienes emprendieron la visita a las ciudades de París, Milán y Ámsterdam, posterior a su participación en la feria internacional World Travel Market (WTM) que se realiza en Londres, Inglaterra. Se atendieron más de 200 participantes, entre mayoristas y periodistas especializados en turismo, quienes tuvieron la oportunidad de tener un acercamiento con las empresas de la región centroamericana que promueven el multidestino Centroamérica.

La convocatoria para participar en esta caravana se canalizó a través de FEDECATUR (Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica) cumpliendo con su rol dentro del Consejo Directivo de CATA de representar al sector privado organizado en cada uno de los países. Las diferentes actividades se desarrollaron en escenarios perfectos de cada ciudad, que permitieron realizar una presentación de destino de la región, sostener citas de negociación,

entrevistas y sorteos para los participantes que culminaron con un cóctel brindado a los distinguidos invitados del sector de viajes que participaron.

Con base en el perfil de los activos de turismo de la región, con el deseo de lograr un desarrollo social y ambientalmente equilibrado (o sostenible) y en las tendencias que caracterizan la actual demanda de turismo, Centroamérica está en mejor posición para convertirse en un nicho de mercado más bien que en un destino de turismo masivo. Por consiguiente, una segmentación dirigida a turistas de intereses especiales es la estrategia más apropiada para crear una imagen que le brinde una ventaja competitiva a la región.

Importancia del turismo y su aplicación mediante el rol de las embajadas en Guatemala

Según datos del Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala, la cantidad de Embajadas de Guatemala acreditadas en el mundo al año 2015 son treinta y ocho (38), ubicadas en: Alemania, Argentina, Belice, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Egipto, El Salvador, España, Estados Unidos de América, Francia, Honduras, Israel, Italia, Japón, Malta, México, Nicaragua, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rusia, Santa Sede, Suecia, Suiza, Unión Europea, Uruguay y Venezuela.

Con relación al Turismo en Guatemala, inicialmente se cuenta con un marco de Política Exterior de Guatemala en donde se prevé en coordinación con el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) promover la exploración de nuevos campos potenciales de cooperación en los que Guatemala no haya incursionado, con miras a fortalecer las capacidades de desarrollo económico con incidencia nacional y en lo local; lo anterior, con el fin de incluir a Guatemala entre los países que brindan cooperación, en modalidad Sur-Sur, sacando ventaja comparativa de su experiencia. A la vez, se busca potenciar un alto intercambio de visitas de alto nivel que respalden la gestión gubernamental en la efectiva aplicación de la política exterior y fundamenten los esfuerzos de gestión de este eje.

También se pretende impulsar la promoción turística a través de las misiones diplomáticas en el exterior, y que se celebren a su vez espacios para promover la “Marca Guatemala” para propiciar negocios y empresas con los países con quienes se establezcan intereses comunes y que brinden oportunidades de desarrollo comercial y económico; tal el caso de los países que conforman el Corredor Mesoamericano. Para tal efecto, se crea incidencia en aprovechar las misiones acreditadas en el exterior y las visitas oficiales o de Estado que realiza el Presidente de la República, en cuyo marco se pretende promover la

realización de visitas empresariales, con el objeto de obtener el mayor provecho posible a las cumbres presidenciales y demás compromisos que demande la agenda internacional.

Por lo anterior descrito, el turismo resulta ser de gran relevancia para el país. Según datos proporcionados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) en 2013 Guatemala recibió US\$ 1,323.1 millones de ingreso de divisas por turismo. Superó los principales productos tradicionales: azúcar, café, banano, frutos y sus preparados, y cardamomo. Lo anterior conlleva a la pregunta, ¿Cómo se obtienen los datos? En respuesta al cuestionamiento, se establece la medición de los movimientos turísticos: Aeropuerto Internacional La Aurora, las fronteras terrestres y la vía marítima, que se realiza mediante el estudio por medio de encuestas, que permite obtener el gasto promedio con sus distintas desagregaciones, la estadía media, perfil, los gustos y preferencias de los visitantes internacionales.

En relación a lo anterior, es necesario constatar determinadas acepciones para la consecución del plano en referencia, entendiendo entonces que el término “turismo” comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos. Y que el término “viaje” designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes pueden ser internos, receptores o emisores y por lo tanto “viajero” es la denominación que se confiere a toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos por cualquier motivo y duración.

Sin embargo, es relevante determinar que no todos los viajes se consideran turísticos ya que los relacionados con el turismo que se denominan visitantes y los no relacionados son por tanto otros viajeros. Visitante es entonces la persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos.

Aunque también se contempla el plano en sentido de residencia, ya que será el lugar geográfico en que la persona reside habitualmente y se define por la ubicación de su vivienda principal y, por consiguiente, la variable o característica que determina si una persona que viaja corresponde a turismo receptor o turismo emisor. Si el origen es Guatemala, el destino es el extranjero y el viajero reside en Guatemala estamos hablando de turismo emisor. Es

decir, que es un visitante nacional que viaja al exterior. Si el destino es Guatemala, y el viajero reside en el exterior, estamos hablando de turismo receptor, es decir que es un visitante internacional que viaja a Guatemala, aunado a ello se debe entender otra variable la cual representa el turismo interno, el cual incluye las actividades realizadas por un visitante residente en determinado país, que en nuestro contexto sería Guatemala.

Dentro de las variables a ser calificadas destacan determinados motivos principales de viaje como lo son: ocio, recreo y vacaciones, visitas a familiares y amigos, negocios y motivos profesionales, tratamientos de salud, religión entre otros motivos, que al ser desempeñadas encuadran el denominado gasto turístico, el cual hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos.

Para el período de referencia (2015) se tuvo un ingreso de visitantes no residentes de 184,772, lo que representó un leve crecimiento del 0.4% en comparación con el mismo período del año anterior. Sin embargo, respecto al mes de junio, en cifras absolutas se tuvo 26,336 llegadas de visitantes no residentes más. El tipo de viajero se distribuye en un 74% de turistas y 26% excursionistas (visitantes del día). Para julio 2015 no se registran cruceristas, debido a la finalización de la temporada de cruceros 2014-2015. De manera acumulada hasta el mes de julio se ha registrado un total de 1, 256,566 llegadas de visitantes no residentes, lo que representa un crecimiento del 3.3%, en comparación con el mismo período del año 2014.

De los visitantes internacionales hacia Guatemala para el mes de junio destacan, El Salvador (38%), Estados Unidos (24%), Honduras (9%), México (7%), Nicaragua (3%), Costa Rica (2%), Colombia (2%), Belice (1%), España (1%), y Canadá (1%) representando, como cuota de mercado, el 88% del total de visitantes para julio 2015. Las cuotas de mercado por regiones son: América del Centro con un 54%, América del Norte con 32%, Europa con el 7 % y América del Sur con 4%.

La principal vía utilizada por los visitantes no residentes es la terrestre con un 66.1%, seguida de la aérea con un 33.4% y finalmente la marítima con un 0.4%. Las llegadas por vía comparadas con el mismo período del año anterior muestra un crecimiento de 1.9% por vía aérea del (1,163 visitantes más), por vía terrestre se tuvo un decrecimiento del 0.3%, mientras en la vía marítima, debido al cierre de temporada 2014-2015 no aconteció el atraque de ningún crucero por lo que se registró un decrecimiento del 10.5% En términos económicos para el mes de julio el país tuvo un ingreso de divisas por turismo de USD 139.5 millones, con crecimiento del 2.8% comparado el mismo período en el año 2014.

Haciendo un análisis acumulado enero – julio al país ha ingresado un total de USD 912.1 millones, lo que representa un incremento del 3.4% más que el mismo período del año anterior. Haciendo una comparación del ingreso de divisas generadas por turismo con los principales productos de exportación, el turismo representa el 32 % para el presente mes. En cuanto al turismo emisor se ha experimentado un crecimiento del 1.7% para julio 2015; un total de 122,919 residentes de Guatemala que viajaron al exterior.

El tipo de viajero emisor se encuentra distribuido en 73% turistas y 27% excursionistas. Exhibiendo un comportamiento similar al turismo receptor, la principal vía utilizada por el turismo emisor es la terrestre en un 63.1%, la aérea en un 36.7% y la marítima en un 0.1%. Para el mes de julio se registró un egreso de divisas de USD 71.5 millones, obteniéndose un incremento del 11.7% comparado con el mismo período del año anterior y se podría evidenciar un importante ingreso de ser constatado un apoyo por parte de las autoridades implementado los objetivos señalados con antelación para la efectiva realización de uno de los objetivos de la política exterior de Guatemala.

Pero ¿Quién formula la política exterior de Guatemala? De acuerdo a Baldomir y Laviña (1983, p. 124) quienes formulan y ejecutan la política exterior de un país son los integrantes de los gobiernos de éstos, a través de sus órganos correspondientes, también indican que el tipo de gobierno influirá en el órgano que recaerá su formulación. A la vez explican que en la mayoría de Estados el órgano de mayor jerarquía en la toma decisiones en la formulación de la política exterior es el Ejecutivo encabezado por el Jefe de Estado, haciendo una categorización de éstos de la siguiente manera:

- a) En las democracias representativas, el Jefe de Estado es el Presidente de la República.
- b) En las monarquías contemporáneas es el Primer Ministro.
- c) En los regímenes parlamentarios, los órganos legislativos tienen una actuación importantísima en la elaboración de la política exterior, aunque actúa como principal agente de la política exterior el Primer Ministro.” (Baldomir y Laviña, 1983, p. 124-125).

Guatemala cuenta con un sistema de gobierno presidencialista, en donde el Jefe de Gobierno y el Jefe de Estado recaen sobre la misma persona, es decir el Presidente de la República, por ende, en él recae la formulación de la política exterior, lo cual está constitucionalmente establecido. De acuerdo al artículo 183 de la Constitución Política de la República de Guatemala en su inciso o), dentro de las funciones del Presidente de la

República están las de dirigir la política y las relaciones internacionales, celebrar, ratificar y denunciar tratados y convenios de conformidad con la Constitución. Baldomir y Laviña explican que, en cualquier sistema de gobierno, “el manejo efectivo de la política exterior de un Estado corresponde al Ministerio de Relaciones Exteriores, quien plantea la orientación de la política exterior y aconseja al Jefe de Estado las decisiones que deben ser adoptadas por éste, y las negociaciones a realizarse con otro Estado.” (1983, p. 125)

En Guatemala, la ejecución de la política exterior está a cargo del Ministerio de Relaciones Exteriores representado por el Ministro de Relaciones Exteriores quien en Guatemala está bajo la dirección del Jefe de Estado quien es el Presidente de la República. Según Larios Ochaita (2000 p. 181) el Ministro es considerado el vocero oficial ordinario del Estado y representa en sus declaraciones, el sentir y pensar del mismo, además es quien lleva a la realidad la política exterior del país, fijada y delimitada por el Jefe de Estado.

El Ministerio de Relaciones Exterior designa a sus representantes en el exterior, que pueden ser Embajadores o Cónsules dependiendo de las actividades que se quieren desarrollar en el país de acreditación, éstas son conocidas como misiones diplomáticas o consulares. Entre las funciones principales de acuerdo al artículo 33 de la Ley Orgánica del Servicio Diplomático de Guatemala, las funciones principales de las misiones diplomáticas y de sus funcionarios, son:

- a) Velar por el prestigio, la dignidad y el progreso de la Nación;
- b) Promover y mantener las relaciones políticas, económicas y culturales entre Guatemala y los otros países;
- c) Vigilar el cumplimiento de los tratados, convenciones y obligaciones de carácter internacional, que puedan afectar a Guatemala;
- d) Proteger los derechos e intereses de Guatemala, de su gobierno y de los guatemaltecos, en el país de su adscripción;
- e) Proteger y auxiliar en todo lo que fuere necesario a las delegaciones oficiales durante sus visitas al país de su adscripción;
- f) Obtener y transmitir al Ministerio de Relaciones Exteriores, informe sobre la situación política, económica, cultural y social del país de su jurisdicción, en asuntos que interesan a Guatemala;

g) Reclamar las inmunidades, prerrogativas, franquicias y cortesías a que tengan derecho conforme a los tratados y prácticas internacionales, especialmente lo que el Gobierno de Guatemala concede a las Misiones Diplomáticas y Consulares de otros países;

h) Realizar, en auxilio de la justicia nacional y de acuerdo con los tratados y usos internacionales las gestiones que les sean encomendadas;

i) Desempeñar las funciones administrativas que les atribuye esta ley y su reglamento;

j) Dar estricto cumplimiento a las órdenes e instrucciones que reciban del Ministerio de Relaciones Exteriores; y

k) Actuar de acuerdo con las funciones que les deleguen las diversas dependencias del Organismo Ejecutivo en los casos previstos por las leyes o por orden expresa del Ministerio de Relaciones Exteriores. (Larios Ochaita, p. 245)

Se puede observar que una de las funciones de las misiones diplomáticas en el exterior es la de proteger a los connacionales en el exterior, lo que incluye también aquellos que están de forma indocumentada en cualquier país donde se cuente con representación diplomática. Los colaboradores directos del Ministro de Relaciones Exteriores son los embajadores a través de sus respectivas embajadas en el exterior. El actuar de ellos está regido y respaldado por la Convención de Viena Sobre Relaciones, Privilegios e Inmunidades Diplomáticas y por la Ley Orgánica del Servicio Diplomático de Guatemala con su respectivo reglamento.

Los consulados, en materia migratoria, son un órgano importante del Ministerio de Relaciones Exteriores y son quienes tienen, en parte, a su cargo cumplir con los objetivos de la política exterior en materia migratoria porque tiene a su cargo en los distintos Estados en los cuales están acreditados, no sólo llevar a cabo funciones comerciales, sino que también las migratorias.

De acuerdo a la Convención de Viena sobre Relaciones, Privilegios e Inmunidades Consulares de 1963, las funciones de los Cónsules son:

a) Proteger en el Estado receptor los intereses del Estado que envía y de sus nacionales, sean personas naturales o jurídicas, dentro de los límites permitidos por el Derecho Internacional.

b) Fomentar el desarrollo de las relaciones comerciales, económicas, culturales y científicas entre el Estado que envía y el Estado receptor y proveer además las relaciones amistosas entre los mismos.

c) Informarse por todos los medios lícitos de las condiciones y de la evolución de la vida comercial, económica, cultural y científica del Estado receptor, informar al respecto al gobierno del Estado que envía y proporcionar datos a las personas interesadas.

d) Extender pasaportes y documentos de viajes a los nacionales del Estado que envía y visados o documentos adecuados a las personas que deseen viajar a dicho Estado.

e) Prestar ayuda y asistencia a los nacionales del Estado que envía, sean personas naturales o jurídicas.

f) Velar, dentro de los límites que impongan las leyes y reglamentos del Estado receptor, por los intereses de los menores y de otras personas que carezcan de capacidad plena y que sean nacionales del Estado que envía, en particular cuando se requiera instituir para ellos una tutela o una curatela.

g) Representar a los nacionales del Estado que envía o tomar las medidas convenientes para su representación ante los tribunales y otras autoridades del Estado receptor, de conformidad con la práctica y los procedimientos en vigor en este último, a fin de lograr que de acuerdo con las leyes y reglamentos del mismo, se adopten las medidas provisionales de preservación de los derechos e intereses de esos nacionales, cuando, por estar ausentes o por cualquiera otra causa no puedan defenderlos oportunamente.

Larios Ochaita resume en dos las funciones de las misiones consulares, siendo éstas: funciones comerciales y migratorias; afirmado que las funciones migratorias en general consisten en documentar a nacionales del Estado que envía y al extranjero que deseen viajar en cualquier calidad a dicho Estado.

Con respecto a quién formula la política exterior de un país, González Davison, experto guatemalteco en política exterior (2001, p. 167-168) considera que:

La política exterior de Guatemala para que sea eficaz no puede ser mediatizada por intereses o visiones personales de los mandatarios, además cree oportuno que la política debe ser apoyada no sólo por los ministros sino que debe ser ampliada por universidades y foros de investigación para superar el divorcio entre ellas y los gobiernos y así, aprovechar oportunidades para el desarrollo nacional.

Es así como el interés nacional juega un papel importante en la búsqueda del desarrollo de un país. En general la política exterior no es más que la continuación de las políticas internas de un gobierno hacia el exterior en busca de lograr ciertos objetivos planteados. Para el país, la Constitución Política de Guatemala, en su Capítulo III y artículos del 149 al 151 da algunos lineamientos de cómo el país debe encaminar sus relaciones internacionales, las cuales describe de la siguiente manera:

a) Guatemala normará sus relaciones con otros Estados, de conformidad con los principios, reglas y prácticas internacionales con el propósito de contribuir al mantenimiento de la paz y la libertad, al respeto y defensa de los derechos humanos, el fortalecimiento de los procesos democráticos e instituciones internacionales que garanticen el beneficio mutuo y equitativo entre los Estados.

b) Guatemala, como parte de la comunidad centroamericana, mantendrá y cultivará relaciones de cooperación y solidaridad con los demás Estados que forman la Federación de Centroamérica; deberá adoptar las medidas adecuadas para llevar a la práctica, en forma parcial o total, la unión política o económica de Centroamérica. Las autoridades competentes están obligadas a fortalecer la integración económica centroamericana sobre bases de equidad.

c) El Estado mantendrá relaciones de amistad, solidaridad y cooperación con aquellos Estados, cuyo desarrollo económico, social y cultural, sea análogo al de Guatemala, con el propósito de encontrar soluciones apropiadas a sus problemas comunes y de formular conjuntamente, políticas tendientes al progreso de las naciones respectivas.

Es importante aclarar esta parte, porque la Constitución de la República da los principios y parámetros dentro de los cuales se deben llevar a cabo las relaciones internacionales de Guatemala con otros Estados, llevando implícito la forma cómo en principio debe estar incluido dentro de la formulación de la política exterior.

Además del compromiso adquirido en cuanto a parámetros de carácter internacional como el antes señalado Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT. Ya que el 17 de marzo de 2015, el Sr. Taleb Rifai, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) visitó por segunda vez Guatemala, acompañado del Sr. Carlos Vogeler, Director Regional para las Américas, en ocasión a la adhesión de asociaciones y empresas guatemaltecas al Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT.

Mediante dicho conjunto de principios se ayuda a orientar a los actores turísticos, como gobierno, empresas turísticas, comunidades y turistas, con el fin de maximizar los beneficios del sector con la finalidad de reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural, al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza, así como el entendimiento entre las naciones.(Boletín informativo CAMTUR NEWS. Tomo 3. 2015)

Así mismo se presentó el Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Guatemala 2015-2025, proyecto liderado por el Instituto Guatemalteco de Turismo y en el cual la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) ha participado desde los inicios representando al sector privado del país.

En la misma actividad se realizó la presentación de la Cuenta Satélite de Turismo, la cual pretende proveer al país de datos estadísticos focalizados y específicos respecto al aporte del turismo en la economía nacional. Este proceso que lleva ya dos años de gestión nacional, cuenta con el acompañamiento de la OMT y para el efecto se conformó la Oficina Coordinadora Sectorial de Estadísticas de Turismo (OCSET), la cual está compuesta por entidades gubernamentales que genera datos estadísticos como, El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), la Dirección General de Migración (DGM), Instituto Nacional de Estadística (INE), Banco de Guatemala (BANGUAT). Pedro Duchez, entonces Director de INGUAT expresó que la cuenta satélite permitirá conocer el impacto del turismo en la economía guatemalteca para coadyuvar en la implementación de proyectos que beneficien al país y permitan incrementar la derrama económica.

Es importante visualizar al turismo como una industria, eso quiere decir que toma tiempo establecer a un país como un buen destino turístico para sus visitantes. Según el Sr. Rifai para que se desarrolle de buena forma el turismo en un país, es necesario tener conciencia de los elementos turísticos que se tienen para ofrecer y es indispensable una buena condición política para avanzar como industria.

El turismo es una actividad realizada por personas de todo el mundo que viajan a un destino con el fin primordial de aumentar su nivel de conocimiento sobre el lugar y vivir las mejores experiencias en el destino. Esa actividad solo es posible si existen prestadores de servicios locales que estén debidamente capacitados y comprometidos con brindar una atención de calidad. Por tanto, conocer a las personas que brindan servicios turísticos de un país, ayudará a los medios a poder transmitir las diferentes noticias relacionadas al turismo.

Es importante que en Guatemala se plantee una nueva visión de la promoción turística, coordinando con todas las partes interesadas una estrategia común que no varíe dependiendo de los vaivenes políticos. Los recursos tanto económicos como humanos son cada vez más escasos lo que nos obliga a apostar por una promoción inteligente, con un enfoque de fomento de la innovación, emprendimiento y consecución de resultados y mediante el rol de las embajadas en el exterior, la consecución hacia este objetivo puede ser primordial.

Planteamiento del problema

Alrededor del mundo, los sitios que constituyen gran riqueza natural, arquitectónica, histórica y cultural están convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas, si bien este tipo de turismo no es nuevo su masificación progresiva se ha producido a finales del siglo XX y es probable que siga incrementando a un ritmo mayor en la época actual. Cada país puede obtener ahora beneficios económicos del turismo y destinarlos a mejorar la conservación de su patrimonio, ofreciendo al mismo tiempo a sus habitantes nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos, sin embargo, la ineficacia en la aplicación de una correcta política de turismo parece ser el detrimento del desarrollo del turismo en cada país.

El turismo internacional en América Latina y el Caribe ha crecido un 50 por ciento en la última década. El posicionamiento que ofrece Guatemala con relación al turismo dentro del plano América latina en la actualidad, es mínimo a pesar de que con relación al turismo internacional ha registrado una gran expansión, tanto en movimiento de viajeros como en generación de ingresos y puestos de trabajo, situándose como uno de los sectores líder de la economía mundial. El turismo ha favorecido la participación de los países en desarrollo en el mercado global, dígame entre líneas Guatemala, y el peso del sector en la economía de muchos países de América Latina.

Los gobiernos centroamericanos consideraron desde principios de los años noventa que el turismo era un sector estratégico, y se comprometieron con una “integración turística regional, que permita unir nuestros recursos, voluntades y esfuerzos, a fin de proyectar ante el mundo la imagen y ventajas de ofrecer un destino turístico regional único”, tal como asumieron en la Declaración de Montelimar, 1996. De este modo impulsaron la promoción intrarregional, la comercialización de paquetes turísticos, la creación de legislación y políticas e incentivos a la inversión extranjera y la cooperación con el sector privado (Gómez, 2008). Los datos de llegadas de turistas y divisas generadas en los últimos años muestran una progresión generalizada en toda la región indicando también el peso significativo del turismo en todos los países de Centroamérica en lo que se refiere a su aporte al Producto Interior Bruto (PIB), al empleo y a la exportación.

Con relación al Turismo en Guatemala, inicialmente se cuenta con un marco de Política Exterior de Guatemala en donde se prevé en coordinación con el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) promover la exploración de nuevos campos potenciales de cooperación

en los que Guatemala no haya incursionado, con miras a fortalecer las capacidades de desarrollo económico con incidencia nacional y en lo local. A la vez, se busca potenciar un alto intercambio de visitas de alto nivel que respalden la gestión gubernamental en la efectiva aplicación de la política exterior y fundamenten los esfuerzos de gestión de este eje. También se pretende impulsar la promoción turística a través de las misiones diplomáticas en el exterior, y que se celebren a su vez espacios para promover la “Marca Guatemala” para propiciar negocios y empresas con los países con quienes se establezcan intereses comunes y que brinden oportunidades de desarrollo comercial y económico. La cantidad de Embajadas de Guatemala acreditadas en el mundo al año 2015 son treinta y ocho (38) sin embargo en la actualidad no se ha iniciado con la promoción del turismo mediante el rol de las embajadas.

Pregunta de investigación

¿Por qué un análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo?

Objetivos

General

Conocer sobre el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015, para determinar la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo, analizar las diversas formas y métodos de promoción e inserción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios y evaluar las diversas causas, propuestas y beneficios a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015.

Específicos

- a) Conocer sobre el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015, para determinar la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo.
- b) Analizar las diversas formas y métodos de promoción e inserción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios.
- c) Evaluar las diversas causas, propuestas y beneficios a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015.

Hipótesis

La promoción del turismo por parte de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior permitirá mayor posicionamiento y desarrollo económico de Guatemala.

Causa

La promoción del turismo por parte de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior.

Efecto

Permitirá mayor posicionamiento y desarrollo económico de Guatemala.

Tipo de hipótesis

En el presente, se plantea un tipo de hipótesis causal bivariada, una variable independiente que es la causa y una dependiente que es el efecto.

Definición conceptual de las variables

Según la Real academia española, se encuentran las presentes definiciones de los conceptos propuestos como variables utilizados en el presente análisis.

Promoción

Acción y efecto de promover. Conjunto de los individuos que al mismo tiempo han obtenido un grado o empleo, principalmente en los cuerpos de escala cerrada. Elevación o mejora de las condiciones de vida, de productividad, intelectuales, etc. Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

Turismo

Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.

Embajada

Cargo de embajador. Residencia del embajador. Oficinas del embajador. Conjunto de los empleados que el embajador tiene a sus órdenes, y otras personas de su comitiva oficial. Mensaje para tratar algún asunto de importancia. Se usa con preferencia refiriéndose a los que se envían recíprocamente los jefes de Estado por medio de sus embajadores.

Acreditar

Hacer digno de crédito algo, probar su certeza o realidad. Afamar, dar crédito o reputación. Dar seguridad de que alguien o algo es lo que representa o parece. Dar testimonio en documento fehaciente de que alguien lleva facultades para desempeñar comisión o encargo diplomático, comercial, etc.

Exterior

Que está por la parte de fuera. Perteneciente o relativo a otros países, por contraposición a nacional e interior. Comercio exterior.

Posicionamiento

Acción y efecto de posicionar.

Desarrollo económico

Aumento persistente del bienestar de una población.

Puede entenderse como crecimiento sostenible desde tres puntos de vista: económico, social y medioambiental. Tal crecimiento cualificado tiene diversas implicaciones:

La dimensión cuantitativa: el desarrollo implica un aumento cuantitativo de los flujos de producto-renta-gasto por habitante.

La dimensión relativa: la medición del desarrollo de un país tiene en cuenta su población y el nivel alcanzado por otros países.

La dimensión dinámica: el desarrollo no es sólo un estado (situación), sino principalmente un proceso.

La dimensión temporal: el desarrollo es un proceso auto sostenido, que no sólo hace posible el dinamismo presente, sino también su continuidad en el futuro.

La dimensión social: el desarrollo es un crecimiento solidario (solidaridad no sólo intergeneracional, sino también intergeneracional).

La dimensión medioambiental: el desarrollo es un crecimiento sostenible desde el punto de vista de los recursos naturales y el equilibrio medioambiental.

Guatemala

Estado soberano situado en América Central.

Definición operacional de las variables

Véase Cuadro No. 1 Matriz de Variables

Metodología

Enfoque

El enfoque es mixto, porque se ha utilizado el cuantitativo a través de datos numéricos y estadísticos y el cualitativo a través de valoraciones, opiniones o juicios.

Diseño

Es no experimental, descriptivo y transeccional. Es no experimental porque se han estudiado variables sociales; es descriptivo porque se ha caracterizado el tema estudiado y transeccional porque se ha desarrollado en el periodo de un año.

Fuentes

Las fuentes son: primarias, proveniente de la información recopilada a través de las personas encuestadas y entrevistadas que respondieron a la encuesta y entrevista realizada; secundarias, páginas web, libros y periódicos; terciarias, diccionarios y enciclopedias.

Población y muestra

La población en la presente son los estudiantes de la jornada nocturna de la Licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales, de la Escuela de Diplomacia y Relaciones Internacionales de Universidad Galileo. La población fue de 22 sujetos de los cuales 18 respondieron, cinco personas (5) representan el veintiocho por ciento (28%) que pertenece al género masculino; mientras trece personas (13) representan el setenta y dos por ciento (72%), el cual corresponde al género femenino y ninguna persona indicó pertenecer a otro género, con las siguientes características: edades comprendidas entre 20 y 50 años de edad.

Técnicas

Se utilizó una técnica que consta de una encuesta con 10 preguntas con tres opciones de respuesta.

Análisis y discusión de resultados

Este capítulo hace referencia a los resultados obtenidos a través del cuestionario realizado y aplicado a la población seleccionada de veintidós (22) personas involucradas en el tema en torno al “Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en el año 2015.” Los datos se obtuvieron de la muestra, formada por los dieciocho (18) participantes que respondieron el cuestionario y que representa un ochenta y dos por ciento (82%) de la población. Esta muestra es de tipo no probabilística y de elección dirigida. El cuestionario se realizó en la ciudad de Guatemala, dentro de la Universidad Galileo, con alumnos cursando el último año de la Licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales de la Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales. El día 13 de noviembre del año 2015. La tabulación de las respuestas colocadas en cada pregunta permitió llegar a conclusiones sobre el problema de investigación. Los resultados fueron los siguientes:

A manera introductoria, se quiso saber el género y la edad de los participantes del cuestionario sobre el “Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en el año 2015”.

Datos Generales

Género:

Del total de los encuestados, cinco personas (5) representan el veintiocho por ciento (28%) que pertenece al género masculino; mientras trece personas (13) representan el setenta y dos por ciento (72%), el cual corresponde al género femenino y el cero por ciento (0%) indican pertenecer a otro género. (*Véase Apéndice D: Análisis y discusión de resultados. Gráfica No. 1. Género*).

Edad:

En cuanto a la edad, del total de los encuestados (18), el sesenta y siete por ciento (67%) de los consultados se encuentra entre los veintiuno (21) a los treinta (30) años de edad mientras que el treinta y tres por ciento (33%) restante se ubica de entre los treinta y dos (32) a los cincuenta (50) años de edad.

Se elaboró una gráfica que contiene estos factores. (*Véase Apéndice D: Análisis y discusión de resultados (edad). Gráfica No. 2*).

Presentación de Resultados

En cuanto a los resultados planteados en las afirmaciones correspondientes, se contempla lo siguiente:

Pregunta No.1

¿Conoce usted las funciones que tienen las embajadas?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 17 respondieron en sentido afirmativo -SI- (94%); 01 que no sabe/no responde (6%) y ninguna persona en sentido negativo -NO- (0%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 3*).

Pregunta No. 2

¿Conoce usted qué embajadas de Guatemala hay en el exterior?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 17 respondieron en sentido afirmativo -SI- (94%); 01 que no sabe/no responde (6%) y ninguna persona en sentido negativo -NO- (0%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 4*).

Pregunta No. 3

¿Ha visitado alguna de las embajadas de Guatemala en el exterior?

A esta pregunta, Del total de encuestados (18); 10 respondieron en sentido afirmativo -SI- (56%); 0 que no sabe/No responde (0%) y solamente 8 personas en sentido negativo -NO- (44%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No.5*).

Pregunta No. 4

¿Considera usted que Guatemala es conocida a nivel mundial por medio de su actual promoción turística?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 5 respondieron en sentido afirmativo -SI- (28%); 1 que no sabe/No responde (5%) y 12 personas en sentido negativo -NO- (67%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 6*).

Pregunta No. 5

¿Considera usted que a través del turismo se podrían adquirir beneficios para el desarrollo del país?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 18 respondieron en sentido afirmativo -SI- (100%); lo que significa que la totalidad de encuestados concuerdan afirmativamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 7*).

Pregunta No. 6

¿Considera usted que Guatemala necesita promover el turismo en el exterior?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 18 respondieron en sentido afirmativo -SI- (100%); lo que significa que la totalidad de encuestados concuerdan afirmativamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No.8*).

Pregunta No. 7

¿Consideraría efectivo que las embajadas propiciaran como parte de su rol la promoción del turismo en Guatemala?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 16 respondieron en sentido afirmativo -SI- (90%); 1 que no sabe/No responde (5%) y 1 personas en sentido negativo -NO- (5%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 9*).

Pregunta No. 8

¿Considera usted que es necesaria la implementación de una metodología de promoción adecuada para el fomento del turismo dentro de las embajadas?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 17 respondieron en sentido afirmativo -SI- (95%); 1 que no sabe/No responde (5%) y ninguna persona en sentido negativo -NO- (0%), lo que significa que la mayoría de encuestados tienen un nivel de conocimiento medianamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase apéndice D, Análisis y discusión de resultados gráfica No.10*).

Pregunta No. 9

¿Consideraría propicia y/o necesaria dentro de las embajadas de Guatemala en el exterior, la implementación de actividades como: Ferias culturales, Tours virtuales, Publicidad múltiple (Trifoliales económicos, Mupis, Afiches, Mapas, Souvenirs) y Reuniones con inversionistas, además del papel que en la actualidad se desempeña en ellas?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 18 respondieron en sentido afirmativo -SI- (100%); lo que significa que la totalidad de encuestados concuerdan afirmativamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No. 11*).

Pregunta No. 10

¿Considera usted, que, por medio de lo anterior descrito, se puede beneficiar Guatemala con el incremento de afluencia en turismo?

A esta pregunta, del total de encuestados (18); 18 respondieron en sentido afirmativo -SI- (100%); lo que significa que la totalidad de encuestados concuerdan afirmativamente sobre el tema. Se elaboró una gráfica que contiene los resultados de esta pregunta (*Véase Apéndice D, análisis y discusión de resultados gráfica No.12*).

Conclusiones

Se logró conocer el rol de las embajadas de Guatemala en 2015 y determinar la viabilidad de promoción y desempeño del turismo demostrando a través de datos estadísticos al cien por ciento (100%) los encuestados concuerdan que se puede beneficiar Guatemala.

Se analizaron diversos métodos de promoción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios demostrando al cien por ciento (100%).

Se evaluaron diversas propuestas a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala en el año 2015 por el cien por ciento (100%) en sentido afirmativo de la totalidad de encuestados.

Recomendaciones

Al Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala, Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) y Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR):

- a) Que sea tomada en cuenta implementación de una metodología de promoción adecuada para el fomento del turismo dentro de las embajadas formando acuerdos internos.
- b) Que se propicie y facilite la implementación de actividades como: ferias culturales, tours virtuales, publicidad múltiple (trifolios económicos, mupis, afiches, mapas, souvenirs) y reuniones con inversionistas, además del papel que en la actualidad desempeñan las embajadas.
- c) Que se establezca la elaboración de un plan de acción de entre dos y cinco años con enfoque en la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo por medio de las embajadas de Guatemala, que describa lo que se espera lograr y cuándo, definiendo las áreas de responsabilidad. Es preciso que los indicadores y los datos recogidos se revisen con regularidad considerando fuentes de financiamiento para apoyar el mantenimiento a largo plazo del sistema y cubrir el costo de las mejoras, la recopilación de datos y otros que conlleven al intercambio de conocimientos, consecución y éxitos posibles de resultados medibles y cuantificables.
- d) Que se considere la importancia que a razón de lo antes mencionado se puede beneficiar Guatemala con el incremento de afluencia en turismo.

Referencias

- (s.f.). Recuperado el 2015, de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Turismo_America_Latina_2008.JPG
- (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://www.expansion.com/2014/10/05/latinoamerica/empresas/1412532804.html>
- (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://www.expansion.com/2014/10/05/latinoamerica/empresas/1412532804.html>
- (s.f.). Recuperado el 16 de Agosto de 2015, de <http://www.albasud.org/publ/docs/32.low.pdf>
- (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.segunda-guerra-mundial.com/2gm-final-segunda-guerra-mundial.html>
- 10 ciudades mas visitadas en 2015. (s.f.). *Forbes* .
- (2015). Recuperado el 16 de Agosto de 2015, de <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/InstitucionesInternacionales/04.pdf>
- (25 de Febrero de 2016). *Revista SUMMA* .
- ABC, D. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.definicionabc.com/politica/relaciones-internacionales.php>
- AGEXPORT. (2015). Recuperado el 16 de Agosto de 2015, de <http://agexporthoy.export.com.gt/2014/06/funcionarios-de-embajadas-de-guatemala-en-europa-y-medio-oriente-promocionaran-al-pais/>
- Aprende Turismo*. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de http://www.aprendedeturismo.org/destinos_mas_competitivos/
- BBC. (s.f.). Recuperado el 2015 de Agosto de 2015, de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/07/150714_iran_acuerdo_nuclear_potencias_ac
- Buitrago, F. (2010). *La marca pais como estrategia competitiva en el desarrollo del posicionamiento de un pais a nivel nacional e internacional..* Argentina: Universidad Nacional de La Plata Facultad de Ciencias Económicas. Magister en Marketing Internacional Tesina.
- CAMTUR. (s.f.). Recuperado el 29 de Marzo de 2016, de <file:///C:/Documents%20and%20Settings/walter%20harex/Mis%20documentos/Downloads/CAMTURNEWSNO4.pdf>

CAMTUR. (s.f.). Recuperado el 29 de Marzo de 2016, de <file:///C:/Documents%20and%20Settings/walter%20harex/Mis%20documentos/Downloads/CAMTURNEWSNO4.pdf>

CAMTUR. (2015). Recuperado el 29 de Marzo de 2016, de <file:///C:/Documents%20and%20Settings/walter%20harex/Mis%20documentos/Downloads/LAEXPERIENCIADELTURISMOCOMUNITARIOENGUATEMALACAMTURNEWSTO MO32015.pdf>

Cancilleria de Argentina. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://emexi.cancilleria.gov.ar/content/buenos-aires-y-ushuaia-promueven-el-turismo-en-m%C3%A9xico>

Cubides, J. S. (2006). Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional. Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/cedrus/descargas/Enfoquessobrealgunasteoriasreferentesal desarrollo regional.pdf>

Dallanegra, L. (2015). Recuperado el 2015, de <http://luisdallanegra.bravehost.com/reasises.htm#sdfootnote55sym>

Davison, F. G. (2001). Guatemala, política exterior : historia y nuevas estrategias. Guatemala: IRIPAZ.

De Conceptos. (2015). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de Concepto de hegemonía - Definición en DeConceptos.com <http://deconceptos.com/cienciassociales/hegemonia#ixzz3jpiaYKFm>

Defense, U. D. (2010). (W. J. Pentagon, Productor) Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de Dictionary of Military and Associated Terms: JP 1 (02) "Dictionary of Military and Associated Terms", 2001 (As amended through 31 July 2010).

ECUMED. (2015). *Enciclopedia Digital Ecumed*. Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=282>

El país. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de http://internacional.elpais.com/internacional/2015/05/06/actualidad/1430944516_111009.html

Estrada, A. F. (2002). *Costo y beneficios que representa para Guatemala el Programa de Agregados Comerciales, de Inversión y Turismo*. Licenciado en Relaciones Internacionales con Especialización en Comercio Exterior. Ciudad de Guatemala: Universidad Francisco Marroquín Facultad de Humanidades. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales. Tesis

González, M. M. (2009). *Elaboración de estrategia para impulsar el turismo en la Embajada de Guatemala en Berlín*. Licenciada en Relaciones Internacionales. Ciudad de Guatemala : Universidad Rafael Landívar. Facultad de Ciencias Políticas. Tesis

- IADB. (s.f.). Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www.iadb.org/es/temas/turismo/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-america-latina-y-el-caribe,3853.html>
- INCAE. (s.f.). Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de <http://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen605filcorrfinal.pdf>
- INCAE. (s.f.). Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de <http://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen602.pdf>
- INCAE. (s.f.). Recuperado el 16 de Marzo de 2016, de <http://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/articulos/cen602.php>
- INGUAT. (2015). Recuperado el 2015, de <http://www.inguat.gob.gt/posts/el-sector-turistico-incrementa-positivamente-durante-el-primer-semester-del-2015-224.php>
- INGUAT. (2015). Recuperado el 16 de Agosto de 2015, de <http://www.inguat.gob.gt/posts/el-sector-turistico-incrementa-positivamente-durante-el-primer-semester-del-2015-224.php>
- INGUAT. (2015). *Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025*.
- Laviña, F., & Baldomir, H. (1983). *Manual de Política Internacional Contemporánea*. Buenos Aires: Ediciones de Palma.
- Listindiario. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://www.listindiario.com/economia/2015/07/02/378625/promueven-en-japn-turismo-hacia-rd>
- MINEX. (2016). Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www.minex.gob.gt/Uploads/Documentofinal.pdf>
- MINEX. (s.f.). *Portal del Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala*. Recuperado el 2015, de <http://www.minex.gob.gt/Preguntas-frecuentes.aspx>
- Morales, S. D., Vaquero Lafuente, E., & Valle Lopez, J. (2003). *El día de Europa: presente y futuro de la Union Europea*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas .
- Ochaita, C. L. (2000). *Derecho Internacional Privado*. Guatemala: F&G Editores.
- OMT. (s.f.). Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de Código Ético OMT: http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/codigo_etico_OMT.pdf
- OMT. (2014). *Panorama OMT del Turismo Internacional*.
- ONU. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.onu.org.gt/contenido.php?ctg=1393-1341-acuerdos-de-paz>
- Ovando, J. L. (2013). *Análisis dogmático del desarrollo de los servicios de calidad en los segmentos del turismo en la sociedad guatemalteca como medio generador de divisas y fuentes laborales*. Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario .

Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales .Tesis

Pedraza, L. D. (2001). *Tendencias del Orden Mundial. Regimen Internacional*. Buenos Aires: Edición del Autor.

Publimetro. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://www.publimetro.cl/nota/mundo/estos-son-los-10-paises-mas-visitados-de-america-latina/oEpoeg!IF3yhTYIEJ4VfrR4SjiYtA/>

RAE. (s.f.). *Diccionario Digital Real Academia Española*. Recuperado el 2015, de rae.es

Rodríguez, N. E. (2001). *Internet y un sistema de promociones turísticas*. Licenciada en Administración de Sistemas de Información . Ciudad de Guatemala: Universidad Francisco Marroquín. Facultad de Sistemas de Información. Tesis

RT. (s.f.). Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <https://actualidad.rt.com/actualidad/174124-pais-america-latina-mejor-turismo>

SRE. (s.f.). *Embajada de Mexico*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://embamex.sre.gob.mx/panama/index.php/secc-noticias/36-noticias-2013/348-la-embajada-de-mexico-en-panama-promueve-destinos-turisticos-de-nuestro-pais->

UN. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.un.org/es/sc/about/functions.shtml>

UNWTO. (s.f.). Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

UNWTO. (s.f.). Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www2.unwto.org/es>

UNWTO. (s.f.). Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

UNWTO. (s.f.). Recuperado el 15 de Marzo de 2016, de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtostatutesesp.pdf>

UNWTO. (2014). *Annual Report 2014, World Tourism Organization*.

WEF. (s.f.). *World Economic Forum*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de <http://www.weforum.org/about/world-economic-forum>

Apéndice

Apéndice A. Cuadro No. 1 de Matriz de Variables

NO.	Variable	Indicador	Relación con el cuestionario o técnica a utilizar	Observaciones
1.	Promoción	1. Actividades y Ferias culturales 2. Tours virtuales 3. Publicidad múltiple 4. Reuniones con inversionistas	Pregunta 5	a) Trifoliales económicos b) Mupis c) Afiches d) Mapas e) Souvenirs
2.	Embajadas	1. Función de representación 2. La función de comunicación e información 3. La función negociadora. 4. La función de protección de los nacionales y los intereses del Estado. 5. La función de asesoramiento.	Preguntas 3,4,5y 7	
3.	Turismo	1. Guatemala como destino turístico 2. Ventajas comparativas 3. Motivos principales de viaje 4. Destinos y regiones más visitados	Preguntas 2,3y 6	

4.	Acreditadas en el exterior	Embajadas	Preguntas 3,4 y 5	38 embajadas acreditadas de Guatemala en el exterior.
5.	Posicionamiento	1.Marca País 2.Grupos objetivos 3.Formas de aplicación	Pregunta 6	
6.	Desarrollo económico	1.Dimensión cuantitativa 2. Dimensión relativa 3. Dimensión dinámica 4. Dimensión temporal 5. Dimensión social 6. Dimensión medioambiental	Pregunta 8	
7.	Guatemala	1.Historia 2.Cultura 3. Demografía 4.Índice de Desarrollo Humano 4.Injerencia y posicionamiento a nivel internacional 4.1. Económico 4.2 Político 4.3 Social 4.4 Cultural 4.5 Ambiental	Preguntas 1,2,3 y 4	

Cuadro No. 1 Matriz de Variables

/

Fuente: Elaborado por Elizabeth Victoria Guerrero Campos. 3 de agosto de 2015

Apéndice B. Cuadro No. 2 de pre instrumentos

NO.	Objetivo	Cuestionario	Observaciones
1.	Conocer sobre el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015, para determinar la viabilidad de la promoción y desempeño del turismo	Preguntas 1,2,3 y 4	
2.	Analizar las diversas formas y métodos de promoción e inserción del turismo para su desempeño a razón de sus beneficios.	Preguntas 3,4 y 5	
3.	Evaluar las diversas causas, propuestas y beneficios a razón de la implementación de la adecuada promoción-desempeño del turismo mediante el rol de las embajadas de Guatemala acreditadas en el exterior hasta el año 2015.	Pregunta 6 y 8	

Cuadro No.2 de pre instrumentos

Fuente: Elaborado por Elizabeth Victoria Guerrero Campos. 3 de agosto de 2015

Apéndice C. Modelo encuesta No.1 utilizado en trabajo de campo



"ANÁLISIS DEL ROL DE LAS EMBAJADAS DE GUATEMALA SOBRE LA PROMOCIÓN Y DESEMPEÑO DEL TURISMO EN EL AÑO 2019."

Estimado lector(a):

Reciba saludos por parte de Elizabeth Guerrero. La siguiente encuesta tiene como finalidad obtener información para la tesis de grado de la Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales. Agradecemos su amable colaboración y tiempo.

Instrucciones: Leer cuidadosamente y marcar con una (X) la respuesta que considere correcta.

1. DATOS GENERALES

Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: M ___ F ___ Otro _____ Profesión u oficio: _____

2. ENCUESTA

1. ¿Conoce usted las funciones que tienen las embajadas?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

2. ¿Conoce usted qué embajadas de Guatemala hay en el exterior?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

3. ¿Ha visitado alguna de las embajadas de Guatemala en el exterior?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

4. ¿Considera usted que Guatemala es conocida a nivel mundial por medio de su actual promoción turística?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

5. ¿Considera usted que a través del turismo se podrían adquirir beneficios para el desarrollo del país?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

6. ¿Considera usted que Guatemala necesita promover el turismo en el exterior?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

7. ¿Consideraría efectivo que las embajadas propiciaran como parte de su rol la promoción del turismo en Guatemala?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

8. ¿Considera usted que es necesaria la implementación de una estrategia de promoción adecuada para el fomento del turismo dentro de las embajadas?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

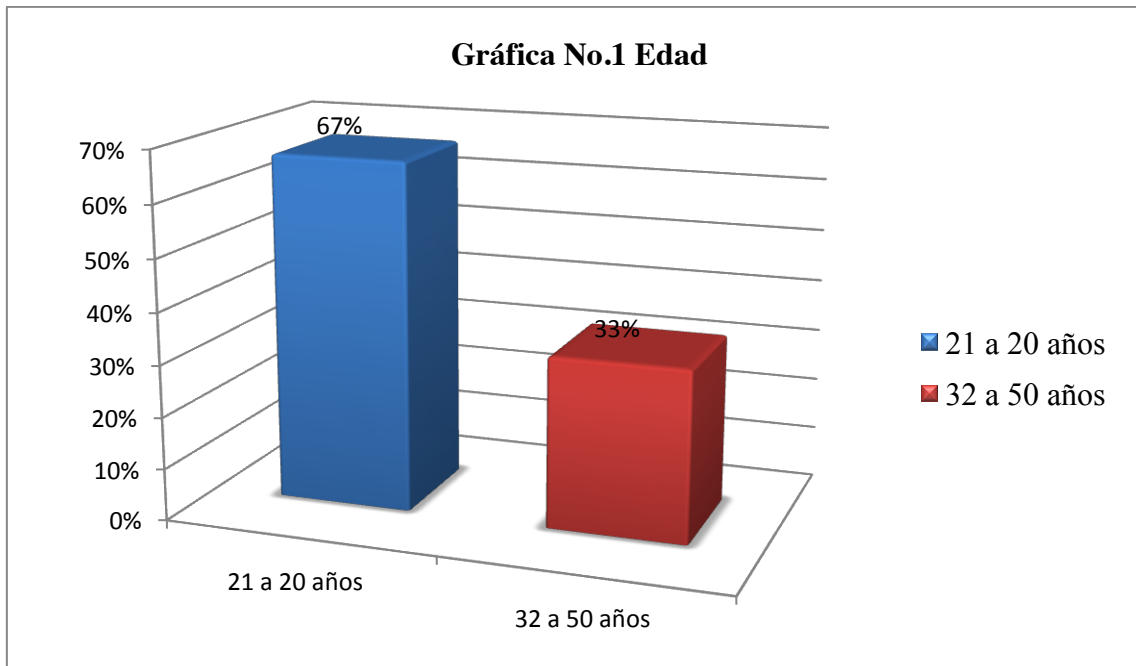
9. ¿Consideraría propicia y/o necesaria dentro de las embajadas de Guatemala en el exterior, la implementación de actividades como: Ferias culturales, Tours virtuales, Publicidad múltiple (Trifoliaros: económicos, Mapas, Afiches, Mapas, Souvenirs) y Reuniones con inversionistas, además del papel que en la actualidad se desempeña en ellas?

- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

10. ¿Considera usted que por medio de lo anterior descrito, se puede beneficiar Guatemala con el incremento de afluencia en turismo?

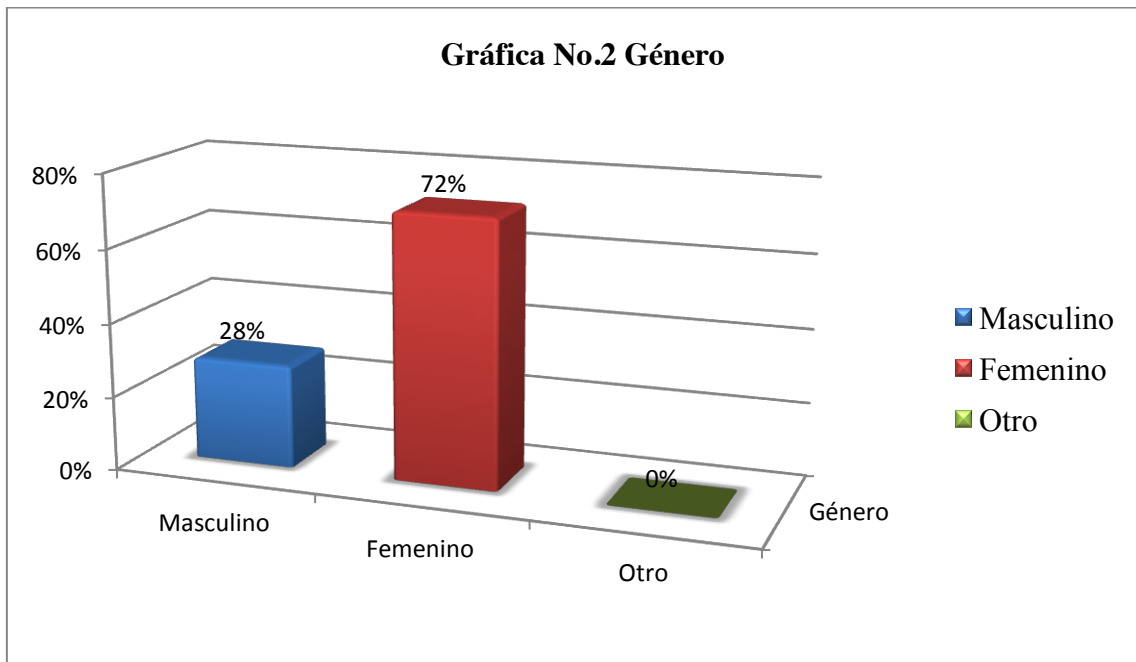
- a) SI
b) NO
c) NO SABE/NO RESPONDE

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 1 y 2. Edad y género



Gráfica No.1 Edad

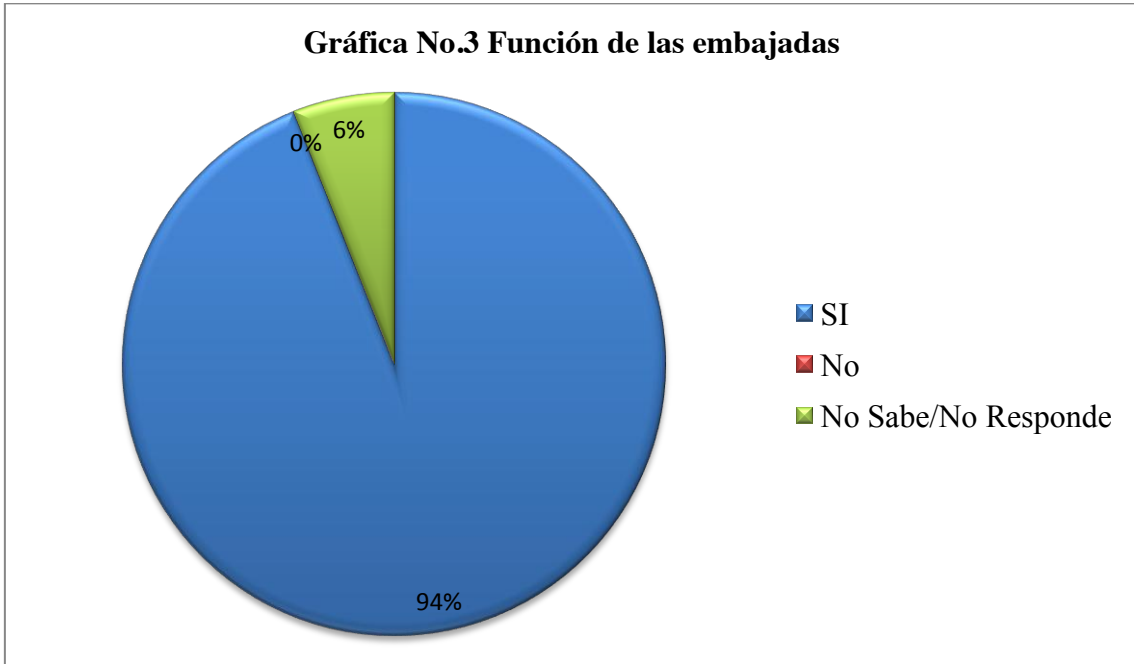
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No.2 Género

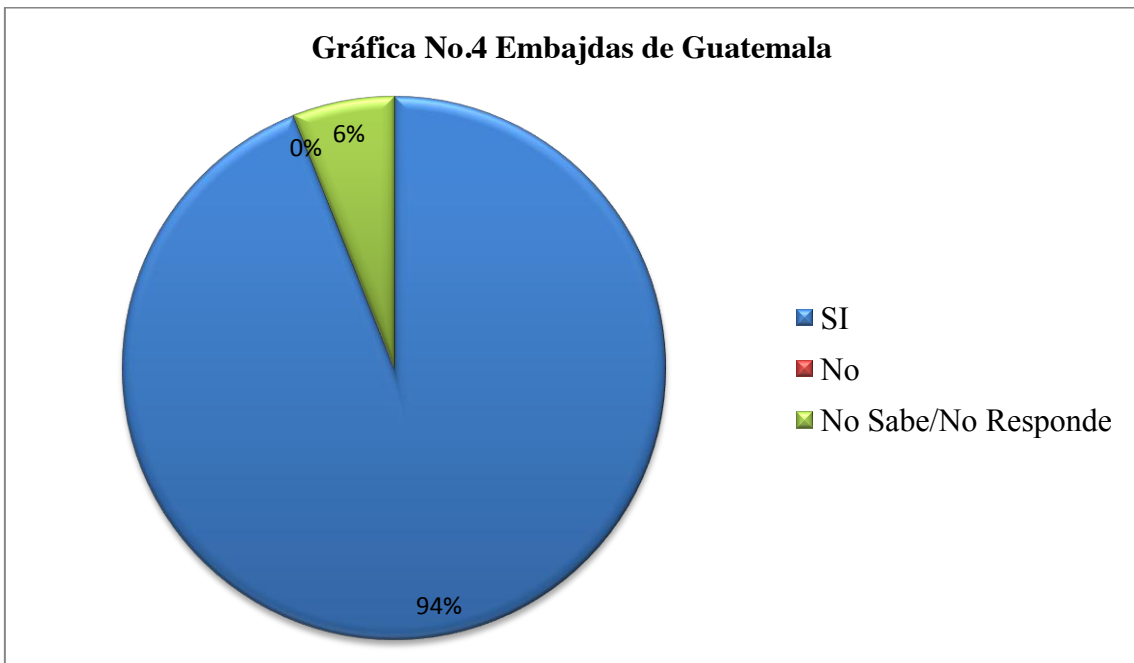
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 3 y 4



Gráfica No. 3 Función de las embajadas

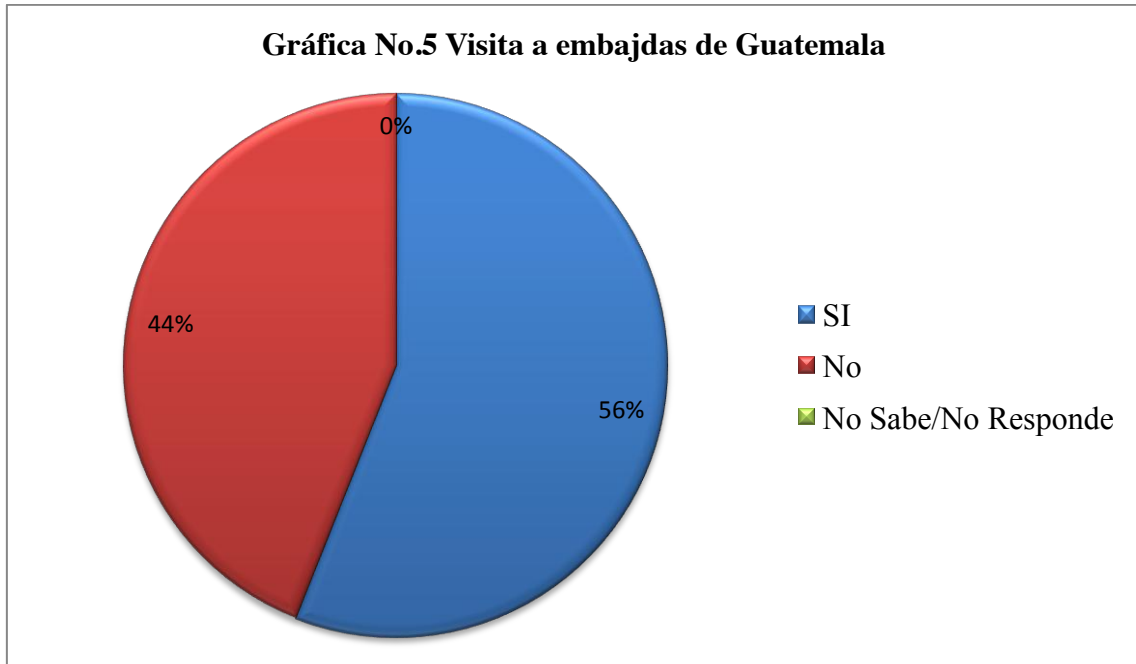
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No.4 Embajadas de Guatemala

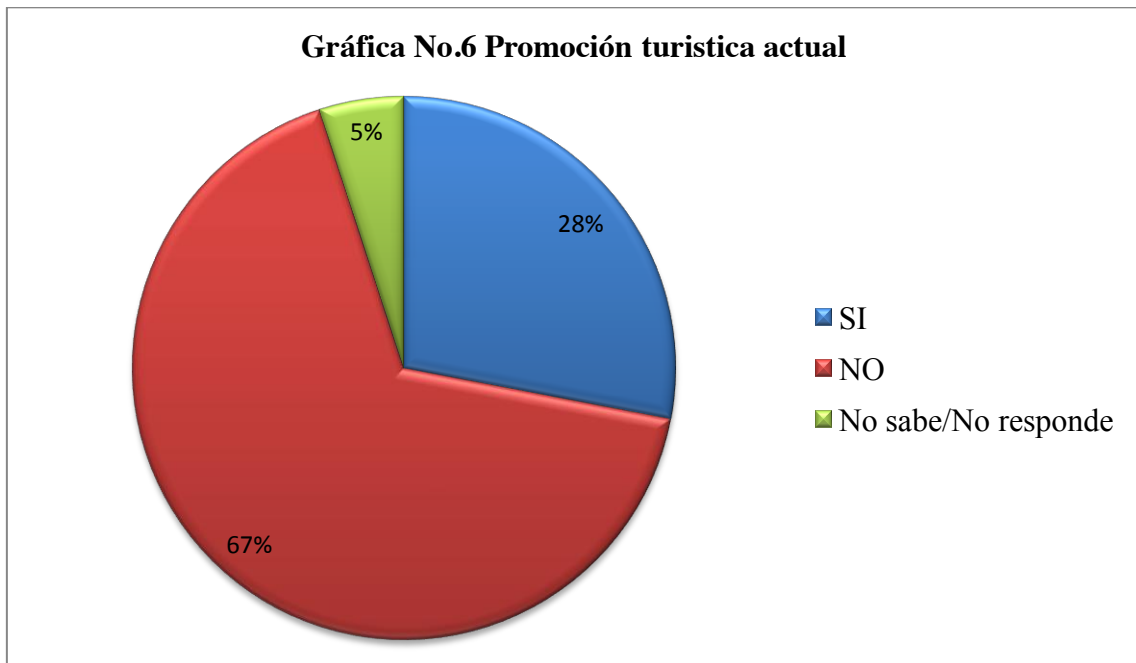
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 5 y 6



Gráfica No.5 Visita a embajadas de Guatemala

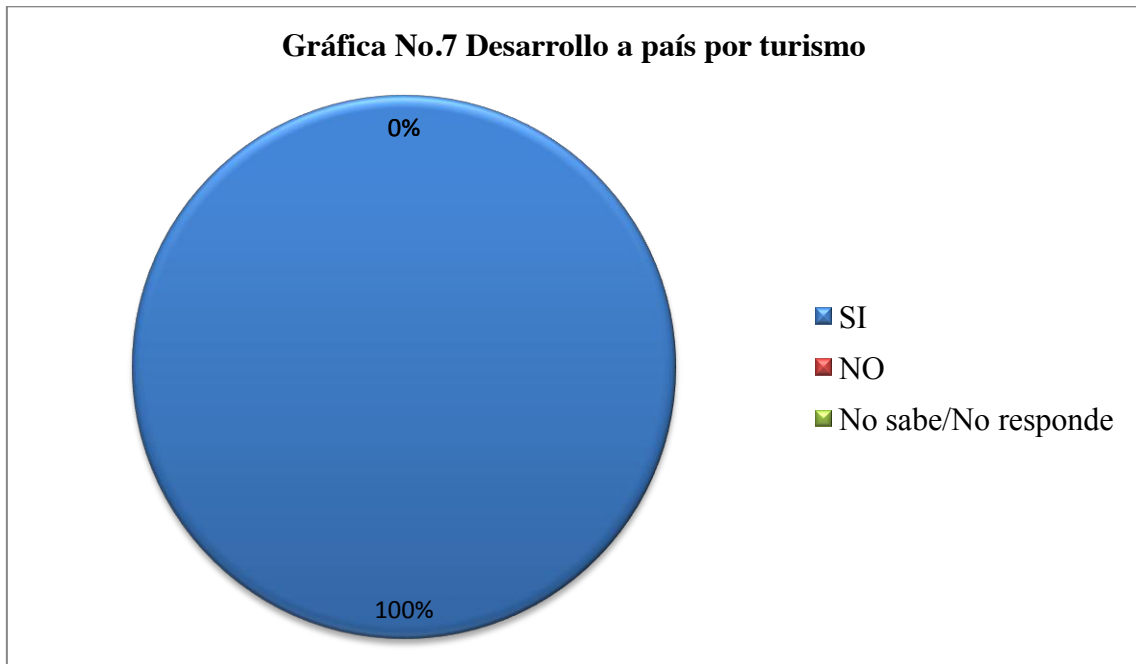
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No. 6 Promoción turística actual

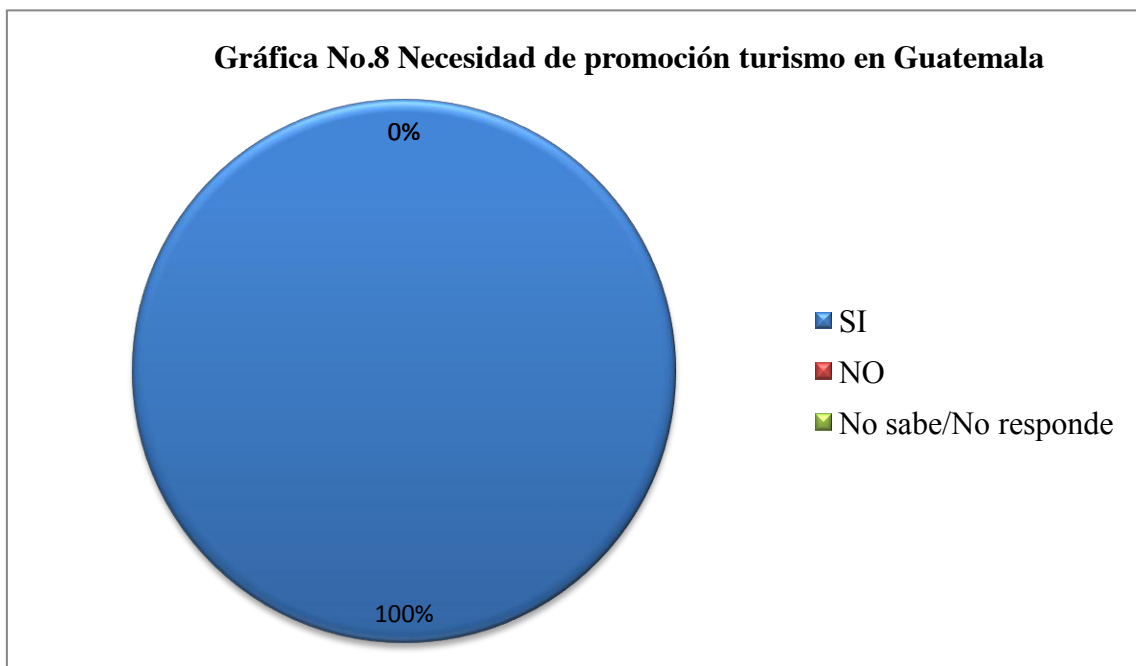
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 7 y 8



Gráfica No.7 Desarrollo a país por turismo

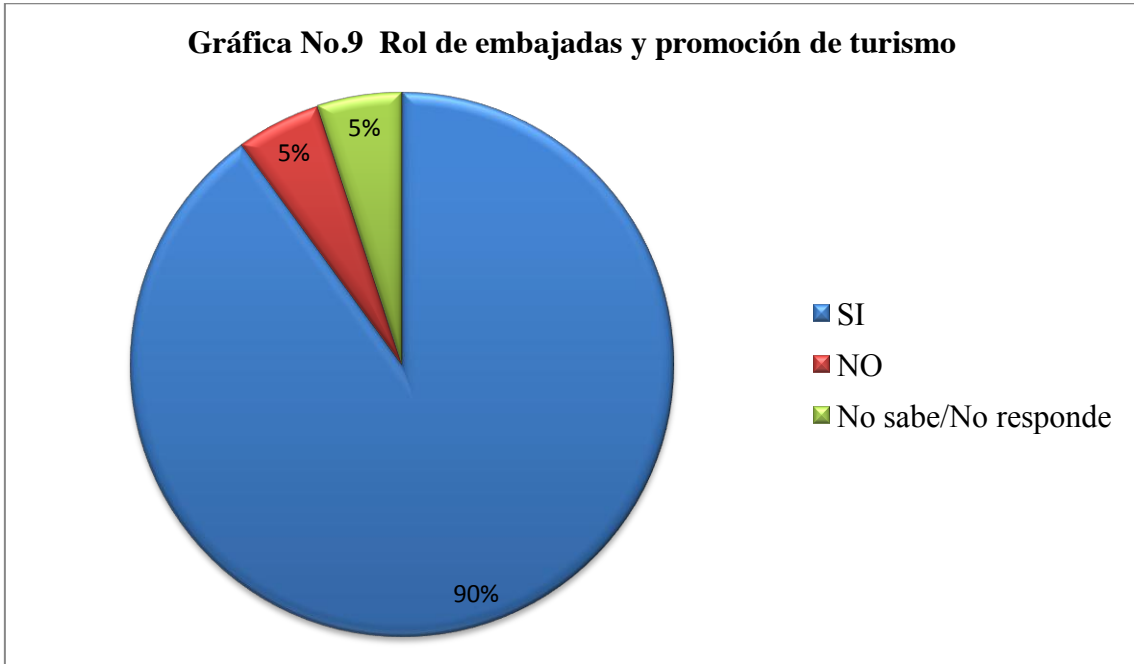
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No.8 Necesidad de promoción de turismo en Guatemala

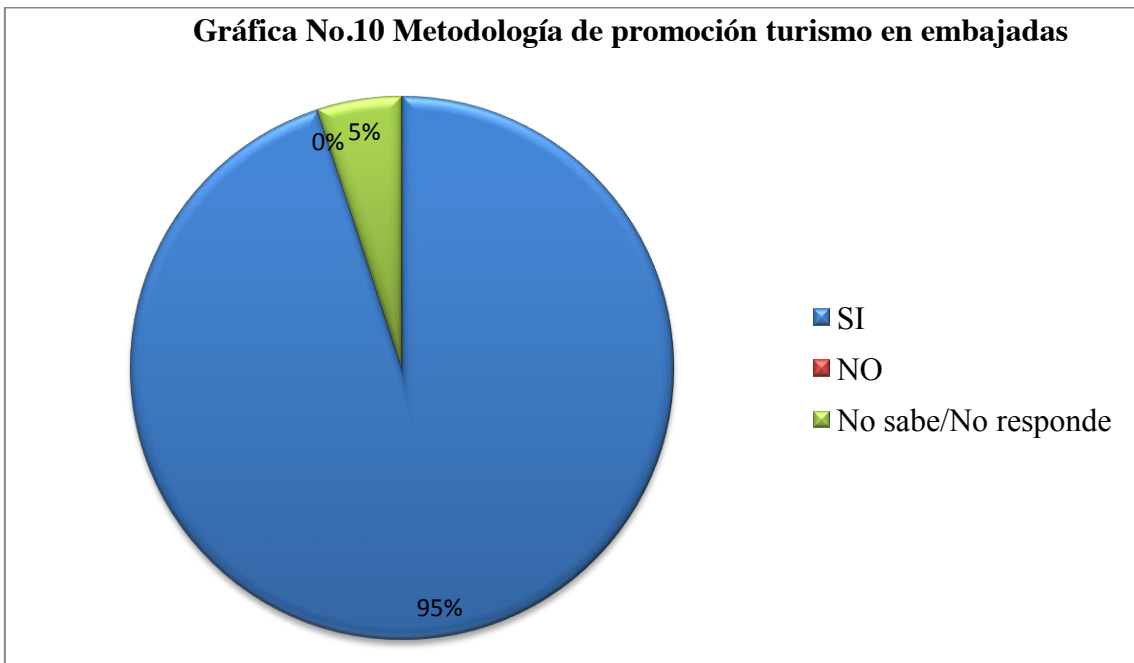
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 9 y 10



Gráfica No.9 Rol de embajadas y promoción de turismo

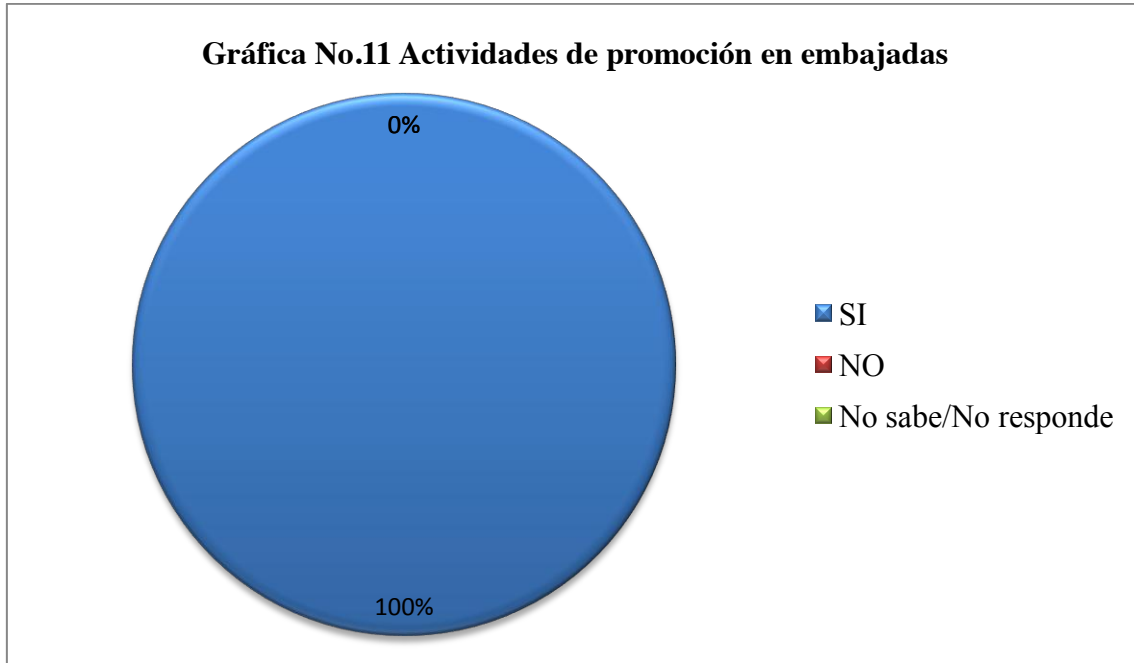
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No. 10 Metodología de promoción turismo en embajadas

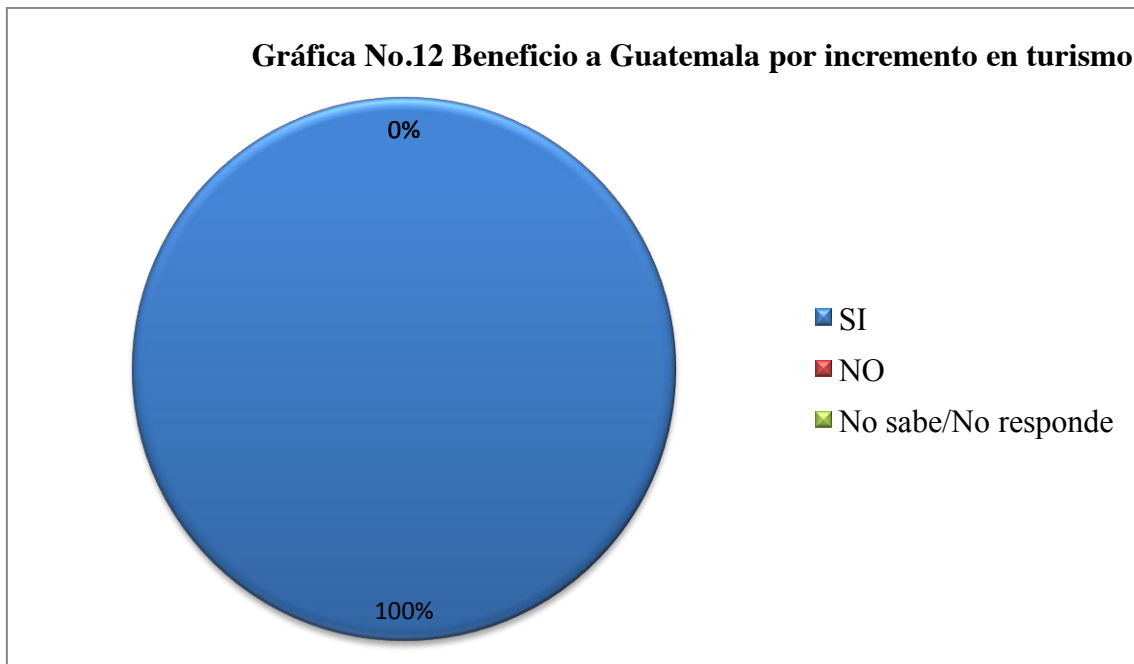
Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice D. Análisis y discusión de resultados, gráficas No. 11 y 12



Gráfica No.11 Actividades de promoción en embajadas

Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.



Gráfica No.12 Beneficio a Guatemala por incremento en turismo

Fuente: Elaborado por Elizabeth Guerrero. 20 de noviembre de 2015.

Apéndice E. Ilustración No.1 Cuadro comparativo resultados regionales hasta el 2013

Destinos	Series ¹	Llegadas de turistas internacionales							Ingresos por turismo internacional					
		(1000)				Variación (%)			Cuota (%)	(Millones de SEEUJ)				Cuota (%)
		2010	2011	2012	2013*	11/10	12/11	13/12	2013*	2010	2011	2012	2013*	2013*
Américas		150.578	155.964	162.721	167.940	3,6	4,3	3,2	100	180.865	198.522	212.911	229.179	100
América del Norte		99.517	102.130	106.404	110.091	2,6	4,2	3,5	65,6	131.284	144.255	156.360	171.044	74,6
Canadá	TF	16.219	16.016	16.344	16.588	-1,3	2,0	1,5	9,9	15.829	16.834	17.407	17.656	7,7
Estados Unidos	TF	60.008	62.711	66.657	69.768	4,5	6,3	4,7	41,5	103.463	115.552	126.214	139.569	60,9
México	TF	23.290	23.403	23.403	23.734	0,5	0,0	1,4	14,1	11.992	11.869	12.739	13.819	6,0
El Caribe		19.539	20.117	20.730	21.229	3,0	3,0	2,4	12,6	22.765	23.409	24.201	24.828	10,8
Anguila	TF	62	66	65	69	6,1	-1,6	6,8	0,0	99	112	113	122	0,1
Antigua y Barbuda	TF	230	241	247	244	5,0	2,3	-1,2	0,1	298	312	319	299	0,1
Aruba	TF	825	869	904	979	5,4	4,0	8,3	0,6	1.251	1.351	1.402
Bahamas	TF	1.370	1.346	1.422	1.363	-1,7	5,6	-4,1	0,8	2.163	2.142	2.311
Barbados	TF	532	568	536	509	6,7	-5,5	-5,2	0,3	1.034	963	907	912	0,4
Bermudas	TF	232	236	232	236	1,6	-1,7	1,8	0,1	442	466	454	437	0,2
Cuba	TF	2.507	2.688	2.815	..	7,2	4,7	2.187	2.283	2.326
Curaçao	TF	342	390	420	440	14,2	7,6	4,8	0,3	385	453	543
Dominica	TF	77	76	78	78	-1,3	3,4	0,2	0,0	94	106	76	82	0,0
Granada	TF	110	118	112	116	7,1	-5,1	3,7	0,1	112	117	122	120	0,1
Guadalupe	TCE	392	418	6,5	510	583
Haití	TF	255	349	349	420	36,9	0,1	20,2	0,2	169	162	170
Islas Caimán	TF	288	309	322	345	7,2	4,1	7,4	0,2	485	458	480
Islas Turcas y Caicos	TF	281	354	292	291	26,0	-17,6	-0,4	0,2
Islas Vírgenes Británicas	TF	330	338	351	356	2,2	4,0	1,2	0,2	389	388	397
Islas Vírgenes EE.UU.	TF	590	532	580	..	-9,8	9,1	1.013
Jamaica	TF	1.922	1.952	1.986	2.008	1,6	1,8	1,1	1,2	2.001	2.013	2.046
Martinica	TF	476	495	487	490	3,9	-1,6	0,5	0,3	472	516	462
Montserrat	TF	6	5	7	7	-9,8	35,5	-1,5	0,0	6	5	7	8	0,0
Puerto Rico	TF	3.186	3.048	3.069	3.200	-4,3	0,7	4,3	1,9	3.211	3.143	3.193	3.334	1,5
Rep. Dominicana	TF	4.125	4.306	4.563	4.690	4,4	5,9	2,8	2,8	4.209	4.436	4.736	5.118	2,2
Saints Kitts y Nevis	TF	98	102	104	107	3,4	2,5	2,6	0,1	90	94	95	101	0,0
San Martín	TF	443	424	457	467	-4,2	7,6	2,3	0,3	674	719	842
San Vicente, Granadines	TF	72	74	74	72	1,9	0,7	-3,5	0,0	86	92	94	92	0,0
Santa Lucía	TF	306	312	307	319	2,1	-1,8	3,9	0,2	309	321	337	354	0,2
Trinidad y Tobago	TF	388	402	3,7	450	472
América Central		7.908	8.256	8.860	9.192	4,4	7,3	3,7	5,5	6.627	7.787	8.723	9.380	4,1
Belice	TF	242	250	277	294	3,5	10,7	6,1	0,2	249	247	298	351	0,2
Costa Rica	TF	2.100	2.192	2.343	2.428	4,4	6,9	3,6	1,4	1.999	2.152	2.299	2.483	1,1
El Salvador	TF	1.150	1.184	1.255	1.308	3,0	5,9	4,2	0,8	390	415	558	621	0,3
Guatemala	TF	1.219	1.225	1.305	1.331	0,5	6,5	2,0	0,9	1.378	1.350	1.419	1.481	0,6
Honduras	TF	863	871	895	943	1,0	2,7	5,4	0,6	627	639	661	711	0,3
Nicaragua	TF	1.011	1.060	1.180	1.230	4,8	11,3	4,3	0,7	309	378	422	417	0,2
Panamá	TF	1.324	1.473	1.606	1.658	11,2	9,1	3,2	1,0	1.676	2.605	3.067	3.316	1,4
South America		23.614	25.460	26.727	27.429	7,8	5,0	2,6	16,3	20.189	23.071	23.626	23.927	10,4
Argentina	TF	5.325	5.705	5.585	5.571	7,1	-2,1	-0,3	3,3	4.942	5.354	4.887	4.411	1,9
Bolivia	TF	807	953	1.114	..	18,0	17,0	379	481	532
Brasil	TF	5.161	5.433	5.677	..	5,3	4,5	5.702	6.555	6.645	6.711	2,9
Chile	TF	2.801	3.137	3.554	3.576	12,0	13,3	0,6	2,1	1.645	1.889	2.150	2.219	1,0
Colombia	TF	2.385	2.042	2.175	2.288	-14,4	6,5	5,2	1,4	2.083	2.201	2.354	2.491	1,1
Ecuador	VF	1.047	1.141	1.272	1.366	9,0	11,5	7,4	0,8	781	843	1.033	1.246	0,5
Guayana	TF	152	157	177	..	3,3	12,6	80	95	64
Guayana Francesa	TF
Paraguay	TF	465	524	579	610	12,6	10,6	5,3	0,4	217	241	265	273	0,1
Perú	TF	2.299	2.598	2.846	3.164	13,0	9,5	11,2	1,9	2.008	2.360	2.657	3.009	1,3
Suriname	TF	204	220	240	249	7,9	8,9	3,8	0,1	61	61	71	84	0,0
Uruguay	TF	2.349	2.857	2.695	2.684	21,6	-5,7	-0,4	1,6	1.509	2.203	2.076	1.920	0,8
Venezuela	TF	526	595	710	..	13,0	19,3	740	739	844

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2014)

¹ Véase la nota al final de la página 9

Fuente organización Mundial del comercio (OMT-UNWTO) Publicación mayo 2014, recuperado en agosto 2015.

Ilustración No.1 Cuadro comparativo resultados regionales hasta el 2013 1

Apéndice F. Ilustración No.2 La importancia del Turismo



Ilustración No.2 La importancia del Turismo

Fuente: Organización Mundial del turismo (OMT-UNWTO) Publicación mayo 2014, recuperado en agosto 2015.

Apéndice G. Ilustración No. 3 PACIT, P Promoción Comercial y de Turismo

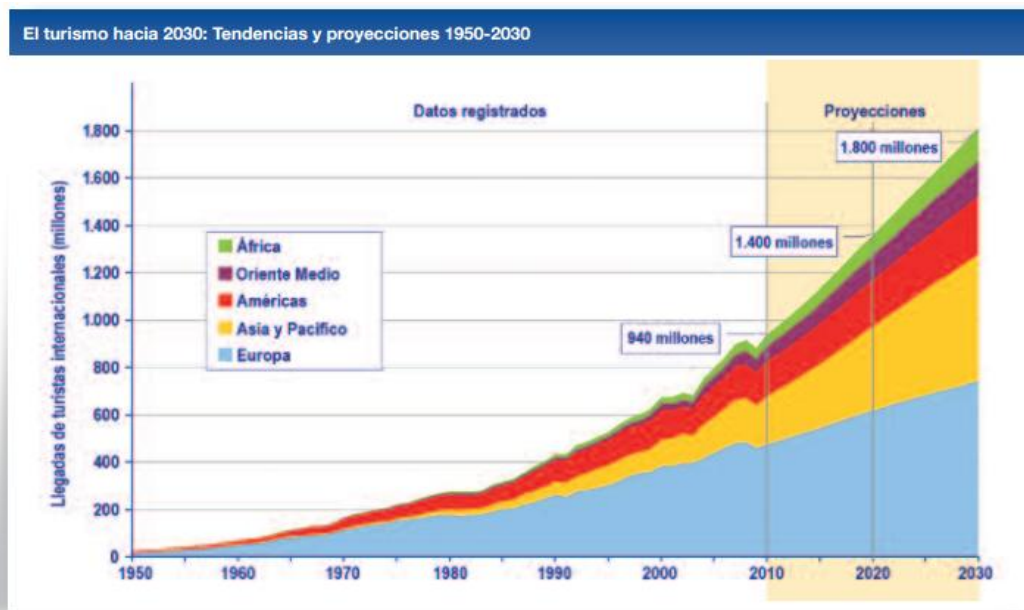
Promoción Comercial y de Turismo



Fuente: Presentación PACIT 2014

Ilustración No. 3 PACIT, P Promoción Comercial y de Turismo

Apéndice H. Ilustración No.4 El turismo hacia 2030: tendencias y proyecciones 1950-2030



Fuente organización Mundial del comercio (OMT-UNWTO) Publicación mayo 2014, recuperado en agosto 2015.

Ilustración No.4 El turismo hacia 2030: tendencias y proyecciones 1950-2030

Apéndice I. Ilustración No. 5 El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino

El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino

	Llegadas de turistas internacionales (millones)					Crecimiento medio anual (%)					Cuota (%)	
	Datos registrados		Proyecciones			Datos registrados		Proyecciones			2010	2030
	1990	1995	2010	2020	2030	1990-'95	'95-2010	2010-'30, de los cuales				
								2010-'20	2020-'30			
Mundo	277	628	940	1.360	1.809	4,4	3,9	3,3	3,8	2,9	100	100
Economías avanzadas ¹	194	334	498	643	772	3,7	2,7	2,2	2,6	1,8	53	43
Economías emergentes ¹	83	193	442	717	1.037	5,8	5,7	4,4	4,9	3,8	47	57
Por regiones de la OMT:												
África	7,2	18,9	50,3	85	134	6,7	6,7	5,0	5,4	4,6	5,3	7,4
África del Norte	4,0	7,3	18,7	31	46	4,1	6,5	4,6	5,2	4,0	2,0	2,5
África Occidental y Central	1,0	2,3	6,8	13	22	5,9	7,5	5,9	6,5	5,4	0,7	1,2
África Oriental	1,2	5,0	12,1	22	37	10,1	6,1	5,8	6,2	5,4	1,3	2,1
África austral	1,0	4,3	12,6	20	29	10,1	7,4	4,3	4,5	4,1	1,3	1,6
Américas	62,3	109,0	149,7	199	248	3,8	2,1	2,6	2,9	2,2	15,9	13,7
América del Norte	48,3	80,7	98,2	120	138	3,5	1,3	1,7	2,0	1,4	10,4	7,6
El Caribe	6,7	14,0	20,1	25	30	5,0	2,4	2,0	2,4	1,7	2,1	1,7
América Central	1,5	2,6	7,9	14	22	3,8	7,7	5,2	6,0	4,5	0,8	1,2
América del Sur	5,8	11,7	23,6	40	58	4,8	4,8	4,6	5,3	3,9	2,5	3,2
Asia y el Pacífico	22,8	82,0	204,0	355	535	8,9	6,3	4,9	5,7	4,2	21,7	29,6
Asia del Nordeste	10,1	41,3	111,5	196	293	9,9	6,8	4,9	5,7	4,2	11,9	16,2
Asia del Sudeste	8,2	29,4	69,9	123	187	8,7	6,2	5,1	5,8	4,3	7,4	10,3
Oceanía	2,3	8,1	11,6	15	19	8,7	2,4	2,4	2,9	2,0	1,2	1,0
Asia Meridional	2,2	4,2	11,1	21	36	4,3	6,6	6,0	6,8	5,3	1,2	2,0
Europa	177,3	304,1	475,3	620	744	3,7	3,0	2,3	2,7	1,8	50,6	41,1
Europa del Norte	20,4	35,8	57,7	72	82	3,8	3,2	1,8	2,2	1,4	6,1	4,5
Europa Occidental	68,3	112,2	153,7	192	222	3,4	2,1	1,8	2,3	1,4	16,3	12,3
Europa Central/Oriental	26,6	58,1	95,0	137	176	5,3	3,3	3,1	3,7	2,5	10,1	9,7
Europa Meridional/Medit.	61,9	99,0	168,9	219	284	3,1	3,7	2,3	2,6	1,9	18,0	14,6
Oriente Medio	7,1	13,7	60,9	101	149	4,5	10,5	4,6	5,2	4,0	6,5	8,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

(Otros procedentes de la OMT-UNWTO, septiembre de 2011)

¹ Clasificación basada en el Fondo Monetario Internacional (FMI), véase el anexo estadístico del FMI World Economic Outlook de abril de 2012, página 177, en www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01.

Ilustración No. 5 El turismo hacia 2030: Turismo internacional por región de destino





Señores
Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales
Universidad Galileo
Presente

Estimada Señores:

Por medio de la presente, yo Elizabeth Victoria Guerrero Campos que me identifico con carnet 12003509 y DPI 2314329760101 autorizo a la Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales la publicación de la Tesis "Análisis del rol de las embajadas de Guatemala sobre la promoción y desempeño del turismo en 2015" en el Tesario virtual de la Universidad.

Como autora del material de la investigación sustentada mediante el protocolo de Escuela Superior de Diplomacia y Relaciones Internacionales, expresé que la misma es de mi autoría y con contenido inédito, realizado con el acompañamiento experto de mi asesor y por tanto he seguido los parámetros éticos y legales respecto de las citas de referencias y todo tipo de fuentes, establecidos en el Reglamento de la Universidad Galileo.

Sin otro particular, me suscribo.

Elizabeth Victoria Guerrero Campos

Carné 12003509

Licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales