

BUENAS PRACTICAS EN LA GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE.

MINISTERIO DE TURISMO
GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER







PRESENTACIÓN

El turismo es uno de las industrias de mayor crecimiento a nivel mundial por su capacidad de generar ingresos y de crear empleos, lo cual hace que se visualice como un importante motor del desarrollo, por ello el turismo es una herramienta que está siendo utilizada cada vez más como una estrategia para el desarrollo económico y social en varios países alrededor del mundo incluyendo a El Salvador, por sus efectos positivos y su contribución directa al desarrollo económico local de aquellos territorios en los cuales se encuentra presente a través de la generación de ingresos para las comunidades, la germinación de empresas y la creación de nuevas oportunidades de empleo para la población local. El turismo también contribuye a la valorización de los recursos naturales y culturales así como a los encadenamientos con otros sectores productivos, por nombrar únicamente algunos de los aspectos que evidencian el papel fundamental desempeñado por el turismo en el desarrollo económico y social.

La presente guía se enfoca en la identificación y divulgación de las buenas prácticas de turismo en base a las experiencias derivadas de la planificación y ejecución de proyectos de turismo que han sido apoyados tanto por las instituciones nacionales como por varias agencias de cooperación internacional. La guía pretende contribuir a la generación de un debate y de una reflexión crítica sobre las buenas prácticas para la planificación y ejecución de proyectos de turismo como un instrumento de cooperación para el desarrollo.

Uno de los principales propósitos de los proyectos que se gestionan a través de la cooperación para el desarrollo es la creación de nuevos productos turísticos que buscan mejorar la oferta turística del destino, pero además de generar empleos y recursos económicos en las comunidades locales, también se busca contribuir a la conservación del medio ambiente y a la valoración socio-económica de los recursos naturales y culturales así como contribuir al trabajo que realizan las y los productores agropecuarios tendientes a generar alternativas de desarrollo a las comunidades y estimularles a que hagan un manejo sostenible de estos recursos.

La guía está dirigida a diferentes tipos de organizaciones ya sean éstas de carácter privado, comunitario, municipal o micro-regional, asociaciones de desarrollo comunitario (ADESCOS), Comités de Desarrollo Turístico (CDT), grupos o colectivos de jóvenes, asociaciones cooperativas otro tipo de estructura organizada o de carácter familiar que tengan el interés de desarrollar una iniciativa turística, ya que una de las principales limitantes identificadas para emprender iniciativas turísticas o para los que ya operan alguna está relacionada a la identificación, formulación, gestión y operación de proyectos turísticos, por ello la presente guía, tiene como propósito: facilitar el conocimiento de algunas buenas prácticas en todo el proceso del desarrollo de un proyecto turístico que les permita contar con un apoyo técnico para una adecuada formulación y operación de sus proyectos, especialmente en los segmentos de ecoturismo, turismo cultural y turismo rural comunitario.

Esta Guía constituye un esfuerzo por compartir la experiencia de seis años de trabajo en el tema de cooperación para el desarrollo turístico a fin de contribuir a su difusión para estimular las economías locales y generar sinergias que aumenten el impacto de las intervenciones en los territorios y la participación de las comunidades locales, las instituciones nacionales y los organismos y agencias de la cooperación internacional.



ÍNDICE

I.	LA GESTIÓN DE COOPERACIÓN EN EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN COHERENCIA CON LOS PLANES NACIONALES Y SECTORIALES.....	4
II.	LA GESTIÓN DE PROYECTO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.....	11
III.	EL PROYECTO TURÍSTICO: INSTRUMENTO DE GESTIÓN DE LA COOPERACIÓN.....	23
IV.	LA PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA DE PROYECTOS TURÍSTICO.....	30
V.	LA ORGANIZACIÓN PARA LA FORMACIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO.....	34
VI.	ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA).....	45
VII.	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO TURÍSTICO.....	48
VIII.	BUENAS PRACTICAS CAMINO HACIA EL TURISMO SOSTENIBLE.....	51





Capítulo I

GESTIÓN DE COOPERACIÓN PARA
EL DESARROLLO DEL TURISMO
SOSTENIBLE EN COHERENCIA
CON LOS PLANES NACIONALES Y
SECTORIALES DE DESARROLLO



La gestión de la cooperación para el desarrollo se presenta como una estrategia para obtener recursos financieros y cooperación técnica para las organizaciones del sector público y privado tanto por parte de instituciones nacionales así como también de las agencias cooperantes de los países desarrollados (denominada cooperación Norte –Sur), así como también de países con un nivel de desarrollo similar al de El Salvador (como es el caso de la cooperación Sur –Sur); por ello, una de las principales prácticas para la gestión de cooperación es la coherencia que debe existir entre los proyectos formulados y los lineamientos que establecen algunos instrumentos rectores del desarrollo del país entre los que destacan los siguientes:

- a) El Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019, El Salvador. Productivo, Educado y Seguro.
- b) El rol del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- c) El Marco Institucional para el desarrollo del sector turístico.

A) EL PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2014-2019, EL SALVADOR PRODUCTIVO, EDUCADO Y SEGURO

Este plan está relacionado con el estímulo del empleo productivo, lo cual se fomenta por medio del turismo a fin de impulsar el crecimiento económico con la activa participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES); la educación, para lo cual se propone el desarrollo de una cultura turística que permita una relación adecuada entre turistas, comunidades, el entorno natural, cultural, la inclusión y equidad social, para esto se propone el involucramiento de la población joven que trabaja en el sector (y los sectores vinculados como transporte, alimentación, hospedaje, artesanías) que son precisamente los principales ejes del Plan Quinquenal de Desarrollo: El Salvador productivo, educado y seguro.

En el tema de seguridad se fomenta la cultura turística a fin de contribuir a un ambiente social más tranquilo y al buen trato hacia los turistas y entre los micro, pequeños y medianos empresarios y para facilitar las coordinaciones entre las instituciones de gobierno y en general con todos los actores involucrados, promoviendo una Cultura de Paz.

B) EL ROL DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES.

El Ministerio de Relaciones Exteriores que es la entidad facilitadora y constructora estratégica de las relaciones entre El Salvador y el resto del mundo a nivel bilateral, regional y multilateral. El Viceministerio de Cooperación para el Desarrollo (VCD) tiene como objetivo principal, coordinar, integrar e incrementar la cooperación internacional para el desarrollo.

La Agenda Nacional para la Eficacia de la Cooperación constituye una importante herramienta que el Ministerio de Relaciones Exteriores ha adoptado para hacer más eficiente la cooperación que recibe el país, a través de las distintas Agencias, Fondos y Programas del Sistema de las Naciones Unidas residentes y no residentes, permitiendo hacer un uso de los recursos de forma más eficaz y alineando todas sus acciones a las prioridades definidas por el gobierno.

Más recientemente El Salvador adoptó la Agenda de Desarrollo Sostenible 2015-2030, propuesta y aprobada por los países miembros de las Naciones Unidas, durante la Cumbre de Desarrollo Sostenible realizada en el mes de septiembre de 2015.

La Agenda de Desarrollo Sostenible 2015-2030 propone un plan de acción a favor de las personas, el planeta, la prosperidad, la paz universal y el acceso a la justicia.

Los objetivos propuestos son: fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura.

Se suman a estos la reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima, vida submarina, paz, justicia e instituciones sólidas, y alianza para lograr los objetivos.

Esta agenda servirá para guiar los programas de desarrollo de los países durante los próximos 15 años, con el compromiso de los Estados miembros de la ONU de movilizar los medios necesarios para su implementación.

C) EL MARCO INSTITUCIONAL

El marco institucional para el desarrollo del turismo sostenible está integrado por El Ministerio de Turismo (MITUR), la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), estas instancias interactúan para optimizar la gestión de cooperación en coherencia con la dinámica internacional a fin de empalmar de la manera más adecuada las necesidades de cooperación interna con las políticas de los países donantes y los organismos multilaterales que canalizan cooperación para el desarrollo.

• El Ministerio de Turismo

Es la Institución rectora del turismo en El Salvador, fue creado en el año 2004 por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1. Un año más tarde fue creada la Ley de Turismo mediante Decreto Legislativo N° 899 de fecha 10 de diciembre de 2005, publicado en el Diario Oficial N° 237, Tomo N° 369, del 20 de diciembre de ese mismo año. La Ley de Turismo se promulgó la con el objeto de fomentar, promover y regular los servicios turísticos en el país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

El Ministerio de Turismo promueve el turismo como una actividad económica de primera magnitud, reconociendo que este sector es un medio estratégico para contribuir de manera efectiva al cumplimiento de las metas y objetivos planteados por el Gobierno de El Salvador, reconociendo a este rubro como un sector que contribuye a la generación de empleos, a la reducción de la pobreza, y a mitigar los flujos migratorios.

En este sentido, se impulsan acciones orientadas a posicionar la marca del país, la captura de los mercados internacionales mediante la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador, incorporando el eje estratégico integrador de "Pueblos Vivos", para convertir a cada municipio con potencial turístico, en un destino altamente competitivo y en un polo de desarrollo.

El propósito de estas acciones es consolidar el sector turístico nacional, buscando mejorar su competitividad, interviniendo mediante estímulos y apoyos que van desde la construcción de infraestructura hasta la concesión de ayudas a las empresas turísticas a fin de que desempeñen un importante papel para que la economía crezca y se desarrolle.

A partir del año 2009 el Ministerio de Turismo inicia un fuerte trabajo en la promoción y desarrollo de un turismo sostenible combinado una estrategia de impulsar el turismo Internacional con la marca "EL SALVADOR IMPRESIONANTE" y también el turismo interno con el programa: "PUEBLOS VIVOS", con los objetivos siguientes:

- Fomentar e incrementar progresivamente el desarrollo del turismo interno, fortaleciendo los mecanismos y proyectos especializados.
- Desarrollar las MIPYMES turísticas como sector estratégico generador de empleo e ingresos como fuente de oportunidades de progreso, de participación de la mujer y dinamizador del mercado interno.
- Empoderar, facultar en capacidades para la gestión empresarial y fomentar de las familias que trabajen en el sector, mejorando el funcionamiento de sus negocios en tal forma que el sector avance hacia la capitalización y desarrollo económico de las familias que experimentan una movilidad social positiva incorporándolas a Pueblos Vivos.
- Estimular y promover el turismo internacional como parte del fortalecimiento del turismo interno y el andamiaje productivo del sector mediante nuevos conceptos turísticos y productos diferenciados.
- Establecer cordones de seguridad en las rutas turísticas a fin de darle cobertura a tan sensible sector.

En el tema de cooperación, el objetivo principal es identificar, gestionar y negociar recursos técnicos y financieros provenientes de la cooperación nacional e internacional, que contribuyan en la complementación de recursos para el desarrollo del turismo sostenible en El Salvador.

• La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSAUR)

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSAUR), fue creada en el año 1996 para la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentar la inversión nacional y extranjera. Esta institución fue creada como una entidad autónoma con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones, así como la facultad para realizar su gestión administrativa con absoluta independencia, atendiéndose a las decisiones de la Junta Directiva. Para reforzar sus acciones y logros. CORSAUR logra en 2013 la certificación de la calidad ISO 9001:2008, de la Asociación de Normalización y Certificación (AENOR).

CORSAUR funciona bajo la dirección de una Junta Directiva, en la que convergen el sector público y el sector privado. El sector público está representado por el titular de la Secretaría de Estado en materia de Turismo, por un representante de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, así como un representante de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Republica.

El sector privado, por su parte, está representado por cuatro Directores bajo nombramiento del Presidente de la Republica, de entre los candidatos propuestos por las asociaciones empresariales privadas relacionadas con el sector turismo, integradas en la asociación de mayor representación empresarial.

Algunos de los componentes esenciales de la gobernanza en el sector turístico lo constituyen la normativa propia del sector turístico, las instituciones, la interconexión de procesos que involucra a diferentes actores públicos privados de la Junta Directiva y la participación local, que es el fundamento nuclear de la estrategia transversal "PUEBLOS VIVOS", que busca convertir las localidades en destinos turísticos ordenados y atractivos.

La finalidad institucional se alcanza a través de las actividades previstas en el Artículo 2 de su Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo, siendo algunas de estas las siguientes:

- Llevar el Registro Nacional de Turismo. Como actividad complementaria al Registro, CORSAUR debe impulsar, coordinar y realizar un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las

empresas turísticas con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema. Llevar un inventario turístico, censo estadístico actualizado.

- Realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país.
- Promover la privatización de las empresas bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para El Salvador.
- Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

En consecuencia, CORSATUR, ha sido el brazo ejecutor de la política del Ministerio de Turismo y ha sido la institución encargada de la gestión del programa PUEBLOS VIVOS.

• El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

El Instituto Salvadoreño de Turismo fue creado en el año 1961 y tiene como objetivo general satisfacer de forma integral las necesidades recreativas de la población. Para ello asume como función principal la promoción y ejecución de la política y el plan nacional de recreación familiar y social con la finalidad última de promover la unión familiar, como base fundamental de la sociedad.

El ISTU es el ente se encargado de administrar los centros recreativos de su propiedad: 3 parques naturales: Walter T. Deninger, Parque Balboa y Puerta del Diablo, Cerro Verde; y 11 parques acuáticos: Ichamichen, Apulo, Costa del Sol, Laguna de Apastepeque, Toma de Quezaltepeque, Altos de la Cueva, Atecozol, Sihuatihuacán, Los Chorros, Agua fría, Amapulapa.

A partir del 2009, se ha intensificado la dinámica entre las tres Instituciones a través de las competencias institucionales de cada una y en el año 2011, se firma el Convenio Marco de Cooperación interinstitucional entre MITUR, CORSATUR e ISTU con la finalidad de aunar esfuerzos así como también los recursos físicos y financieros.

• La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador.

Plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo.

Esta Política además propone que la participación ciudadana en la construcción de la política y su difusión pública, constituyen una oportunidad para establecer un espacio permanente de diálogo abierto y participativo entre todos los actores que inciden en el desarrollo del sector, para reforzar el compromiso de las instituciones nacionales y locales de gobierno, de la iniciativa privada y de los ciudadanos en general como protagonistas en el diseño y la consecución de los objetivos definidos en las esferas de decisión social.

• La Política de Integración y Cooperación Internacional

La Política Nacional de Turismo contiene una Política de Integración y Cooperación Internacional que se enmarca en mejorar las relaciones entre los países a través del turismo y apoyar el desarrollo de países o regiones menos

desarrollados, favorecer la paz de regiones en conflicto, evitar el deterioro del medio ambiente o disminuir los efectos del calentamiento global; que son temas que atañen a todos.

En materia turística, El Salvador establece diferentes relaciones con otras naciones, a través del Ministerio de Turismo en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores, en distintos ámbitos: integración regional, intercambios comerciales, desarrollo científico y tecnológico, ayudas financieras y asistencia técnica.

Como miembro de Organización Mundial de Turismo (OMT), El Salvador participa en diversos programas y proyectos, particularmente orientados a la inteligencia de mercado, la medición de los impactos del turismo, y es el primer país de Centroamérica que forma parte de la campaña de adhesión de líderes mundiales por el turismo.

En los proyectos de integración regional, la República de El Salvador ha formalizado diversos acuerdos para lograr objetivos comunes en cuanto a la solución de problemas económicos, sociales y ambientales. En el caso del turismo, se concentran en proyectar una imagen regional que refuerza la percepción de los países de la región; favorecer y facilitar la movilidad regional que permite la distribución de los flujos turísticos; conformar ofertas que resulten más atractivas para los mercados de larga distancia. Estos acuerdos han dado como resultado la conformación de SITCA (Sistema de Integración Turística Centroamericana), la CATA, (Agencia de Promoción Turística Centroamericana) y la OMM (Organización Mundo Maya), que se encargan de vigilar el cumplimiento de lo pactado y favorecer que se logren los objetivos establecidos a través de sus respectivos Consejos de Ministros.

En términos de vinculación con países cooperantes, El Salvador es altamente elegible para recibir asistencia técnica y financiera, lo que supone un apoyo importante para el desarrollo del país; por lo que ha firmado diversos convenios de colaboración, tanto con países como con agencias e instituciones de cooperación y organismos financieros regionales e internacionales, que apoyan el desarrollo territorial, humano y comercial y favorecen el desempeño del turismo.

La política de integración y cooperación internacional se vincula con tres estrategias:

- A. Participar activamente en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA).
- B. Participar activamente en la Organización Mundo Maya (OMM).
- C. Fortalecer los vínculos con las organizaciones cooperantes.



Capítulo II

LA GESTIÓN DE PROYECTOS
DE COOPERACIÓN PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO



Para contribuir de manera efectiva al cumplimiento de la política de turismo planteada en el Plan Quinquenal de Desarrollo, que postula que el turismo es un sector que si se impulsa bajo criterios de sostenibilidad y sustentabilidad puede contribuir a reducir la pobreza, mitigar los flujos migratorios hacia el exterior y desde el campo a las ciudades y a proteger y conservar nuestros recursos naturales y culturales, se han identificado y desarrollado acciones de gestión de cooperación ante organismos internacionales y países amigos a fin de generar condiciones que propicien el desarrollo de iniciativas productivas vinculadas a la oferta de productos y servicios turísticos, especialmente por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), haciendo especial énfasis en el área rural, a efecto de contribuir a la creación de nuevas fuentes de empleo, ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de la población salvadoreña. Así mismo se ha impulsado un diálogo abierto y participativo con la industria del turismo, las gremiales afines, sector académico y cultural, para estrechar esfuerzos y recursos que conviertan a la industria turística en una apuesta firme por el desarrollo del turismo sostenible del país.

En armonía con esta política y en las prioridades plasmadas en la Política Nacional de Turismo se han gestionado proyectos de cooperación en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores en distintos ámbitos: integración regional, intercambios comerciales, desarrollo científico y tecnológico, ayudas financieras y asistencia técnica. También a partir del año 2009 se ha fomentado la vinculación entre las organizaciones cooperantes y los actores locales, gobiernos locales y las organizaciones de la sociedad civil que trabajan en turismo a fin de compatibilizar la oferta y demanda de cooperación en el sector de turismo.

Entre los proyectos que se destacan por su innovación en el turismo se destacan los siguientes:

1. PROYECTO: DESARROLLO DEL TURISMO EN ÁREAS RURALES Y NATURALES.

El cooperante fue la Agencia Cooperante: Gobierno del Estado de Israel a través de la Agencia de cooperación (MASHAV)

Este proyecto fue gestionado en el año 2009 y ejecutado en el mes de Septiembre de ése mismo año. En el marco de este curso móvil, dos expertos israelíes capacitaron a 30 representantes de iniciativas y empresas turísticas provenientes de todo el país y se proporcionó asistencia técnica a proyectos turísticos en Chalatenango, Ruta de Las Flores y el Puerto de La Libertad.



Curso de turismo rural impartido por expertos israelitas

2. PROYECTO: DESARROLLO COMPETITIVO DE LA ARTESANÍA SALVADOREÑA ORIENTADA AL MERCADO TURÍSTICO

El Cooperante fue la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI).

Durante el año 2010 en el marco de este proyecto, se desarrollaron talleres de capacitación durante 4 días a 30 artesanos provenientes de diferentes zonas del país tales como: Guatajiagua, Sonsonate, Ilobasco, La Palma, Santo Domingo, Apastepeque y Puerto de La Libertad, con el objetivo de contribuir a mejorar la innovación y el desarrollo competitivo de sus artesanías y poder insertarlas en los mercados nacionales. También se realizaron visitas a Ilobasco, Izalco, Nahuizalco, Puerto de La Libertad y Guatajiagua para proporcionar asistencia técnica para el mejoramiento de los diseños, las líneas de producción, la administración y el mercadeo de las artesanías.



Evento de inauguración del proyecto de Desarrollo Competitivo de la Artesanía por las autoridades del Ministerio de Turismo/CORSATUR, Relaciones Exteriores y Embajada del Perú.

3. PROYECTO: PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LAS MYPES TURÍSTICAS DEL GOLFO DE FONSECA.

Este proyecto aprobado en el año 2010 fue ejecutado por el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA). En el marco de este proyecto se realizaron diferentes análisis, estudios y capacitaciones para 100 empresarios del sector turístico en el departamento de La Unión. La ejecución estuvo a cargo de la Gerencia de Fomento de la Corporación Salvadoreña de Turismo – CORSATUR-.



Evento de lanzamiento el que participaron autoridades de la OEA, MITUR/CORSATUR y MIPYMES turísticas de La Unión

4. PROYECTO: "CAPACITACIÓN PARA LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

La cooperación técnica se otorgó a través Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y el objetivo era el de facilitar los conocimientos y experiencias formativas necesarias para desarrollar productos y servicios turísticos

de calidad que los vuelvan más competitivos a técnicos y actores vinculados al desarrollo del turismo en El Salvador. Como parte de la ejecución, se realizó visita de representantes del Ministerio de Turismo y de CORSATUR a Colombia para conocer e intercambiar experiencia con las autoridades responsables del desarrollo del turismo en Colombia. También en el marco de este proyecto a finales del 2010, una delegación de representantes de CORSATUR y empresarios cafetaleros visitaron el Triángulo de Café y la región cafetera del Quindío en Colombia.

Durante el mes de mayo de 2011, un Experto de Colombia impartió un seminario de capacitación a empresarios salvadoreños del sector y visito fincas cafeteras para impartir asesoría técnica. Todos estos insumos han servido para estructurar la Ruta del Café en El Salvador.



Ministro de Turismo Lic. Napoleón Duarte y Embajador de Colombia Dr. Carlos Gamboa

5. PROYECTO: DESARROLLO DEL TURISMO EN COMUNIDADES INDÍGENAS DE EL SALVADOR.

Agencia Cooperante: Gobierno de México a través de la Comisión de Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) y la Secretaría de Turismo de México (SECTUR).

Este proyecto consistió en dos fases, en la primera fase desarrollada en noviembre de 2011, tres Expertos en desarrollo de turismo comunitario capacitaron a 30 representantes de las comunidades indígenas de El Salvador, en la segunda fase, 6 representantes de las asociaciones indígenas de El Salvador realizaron una visita técnica a México en abril de 2012. Los boletos aéreos de esta delegación fueron cubiertos por la Gerencia de Mercadeo de CORSATUR. Uno de los resultados principales de este proyecto ha sido la conformación de La Ruta Nahuat- Pipil.



Talleres de capacitación con representantes de comunidades indígenas

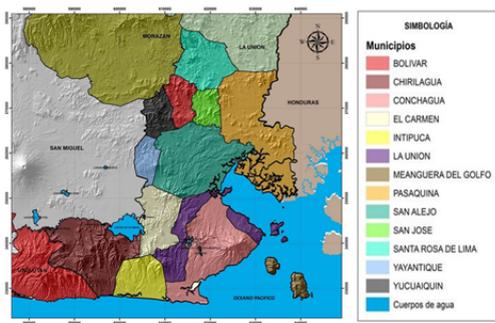
6. PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA REGIÓN ORIENTAL DE EL SALVADOR.

Este proyecto apoyado técnica y financieramente por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), ha sido de gran importancia para el desarrollo del turismo en la zona oriental y fue ejecutado durante el período 2010-2013. La propuesta fue elaborada y gestionada ante Cancillería y la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

El objetivo principal del proyecto era el de detonar el desarrollo económico y social de la zona oriental a través del turismo utilizando para ello los recursos y las potencialidades locales por lo que se enfocó en aprovechar el potencial turístico que posee la zona oriental (playas, manglares, reservas, lagunas, volcanes, islas. Gastronomía local, artesanías, museos y tradición histórica), así como también establecer sinergias con otros proyectos apoyados por la cooperación de Japón y otros cooperantes en la zona. También se buscaba implementar un sistema de desarrollo turístico sostenible mediante la promoción de la alianza pública-privada que directamente beneficiara y empoderara, a las comunidades locales en la región oriental del país. Entre los principales logros, podemos mencionar:

- El Desarrollo de una Línea Directriz de Desarrollo Turístico en la Región Oriental.
- La Implementación de 5 Proyectos Piloto en el Área con el fin de mejorar el conocimiento relacionado al desarrollo turístico, utilizando los recursos propios de la región Estos proyectos fueron los siguientes.
- Tour de Manglares (Kayak) en Intipucá.
- Tour de Islas del Golfo de Fonseca (La Unión, Conchagua y Meanguera del Golfo).
- Elaboración e Impresión de Cartillas Turística y de Educación Ambiental (Pasaquina).
- Señalización Turística en los municipios de La Unión y Conchaguae Intipucá.
- Mapas Turísticos en la Unión, Santa Rosa de Lima y Conchagua y Mapa Regional de la mancomunidad del Golfo de Fonseca.
- Mejora y fortalecimiento de las capacidades de los CDT's en el área de los Proyectos
- Mejora de la capacidad de apoyo de MITUR y CORSATUR hacia los CDT's de la región.
- Desarrollo de Modelos de las actividades de los CDT's difundiendo los en los otros departamentos de la zona de oriente del país.

Área geográfica del proyecto:



Presentación de los avances en cinco proyectos pilotos de turismo, Junio de 2012

7. CONVENIO DE COOPERACIÓN TÉCNICA PARA LA CAPACITACIÓN EN BUENAS PRACTICAS EN ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL SALVADOR.

El proyecto fue aprobado durante la VIII Comisión Mixta El Salvador-Brasil, realizada durante el mes de Julio de 2010 en la Ciudad de San Salvador y se ejecutó durante los años 2011 y 2012, el objetivo era el de Fortalecer las capacidades de los empresarios del sector de turismo de aventura y ecoturismo y técnicos del Ministerio de Turismo/CORSATUR y empresarios que desarrollan turismo de aventura y ecoturismo para implementar en El Salvador las buenas prácticas de turismo utilizando la metodología de Benchmarking (calificación de buenas prácticas), desarrollada por Brasil en sector de turismo en la cual se realizan viajes técnicos que tienen por objetivo la observación de prácticas de excelencia en destinos turísticos modelos.

El proyecto incluyó:

- Una visita técnica a dos destinos modelos en ecoturismo y turismo de aventura en áreas naturales de Brasil (Cataratas de Iguazú en el Estado de Paraná y Bonito en el Estado de Mato Grosso del Sur), de acuerdo con la metodología de benchmarking y reuniones de análisis para los empresarios, y técnicos de Ministerio de Turismo/CORSATUR.
- Capacitaciones para desarrollar un programa de benchmarking de turismo en El Salvador y mejorar así sus productos y servicios turísticos lo cual aumentará la competitividad turística de El Salvador.



8. PROYECTO: DISEÑO DE INSTALACIONES TURÍSTICAS.

Agencia Cooperante: Gobierno de Costa Rica y Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
Este proyecto fue aprobado en la I Reunión de Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica entre El Salvador y Costa Rica. Este proyecto se desarrolló en dos fases, durante la primera un Experto del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) impartió capacitaciones a empresarios del sector y Técnicos del Ministerio de Turismo/CORSATUR. En una segunda fase, Técnicos de CORSATUR viajaron a Costa Rica para estudiar los diseños de instalaciones turísticas. Para el desarrollo de este proyecto, se logró conseguir el financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) y fue ejecutado durante el año 2012 por la Gerencia de Proyectos e Inversión de CORSATUR



Fotos de diseño de instalaciones turísticas en Costa Rica

9. PROYECTO DE “DIFUSIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA REGIÓN ORIENTAL DE EL SALVADOR”

Este proyecto apoyado técnica y financieramente por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) fue ejecutado por la Gerencia de Turismo Interno de la Corporación Salvadoreña de Turismo –CORSATUR y la Unidad de Cooperación del Ministerio de Turismo y tenía por objetivo la implementación de las buenas prácticas derivadas del proyecto de Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural para incrementar la cooperación pública - privada y beneficiar a las comunidades locales ubicadas en la Región Oriental de El Salvador.



Foto de señalización. Frontera El Amatillo en el marco del proyecto con JICA

10. PROYECTO DE INTEGRACIÓN DEL MANEJO DE LA BIODIVERSIDAD EN LAS ACTIVIDADES DE PESCA Y TURISMO.

Este proyecto ha sido financiado por el Fondo Ambiental Mundial (GEF) y administrado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD- y la ejecución ha sido conjunta entre el Ministerio de Turismo y CORSATUR, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) y su objetivo es el de proporcionar mejoras significativas en el estado de conservación de la Biodiversidad de importancia mundial en las áreas costeras y marinas del país, mediante el desarrollo de un entorno propicio y la creación de capacidades a nivel institucional e individual para la integración de las consideraciones de Biodiversidad en los sectores pesquero y turístico. El área de impacto global del proyecto será toda la zona costera marina de El Salvador, que incluye un total de 32 municipios costeros y las correspondientes áreas marinas. Los enlaces de CORSATUR para este proyecto han sido la Unidad Ambiental y la Gerencia de Proyectos e Inversión.



Este proyecto incluye un total de 32 municipios costeros y las correspondientes áreas marinas

11. PROYECTO DE FOMENTO DE LAS INVERSIONES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE EL SALVADOR.

Este proyecto se desarrolló en dos fases, en la primera fase, una delegación de 16 mujeres dedicadas a las actividades de pesca y turismo de El Salvador viajó a Panamá para conocer experiencias exitosas de Panamá. En la segunda fase del proyecto, dos Expertos de la Autoridad de Turismo de Panamá –ATP- visitaron el país con el propósito de realizar conferencias con instituciones del sector público y privado, así el día 29 de Octubre se llevó a cabo en el Hotel Presidente, el simposio “Escenarios de éxito para la atracción de inversiones turísticas: el caso de Panamá”, el cual fue presidido por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte. También se reunieron representantes de MITUR y CORSATUR con el objetivo de plantear las diversas oportunidades de inversión que existen en la actividad turística, partiendo de experiencias exitosas desarrolladas en Panamá para la atracción de inversiones y la gestión de incentivos a la inversión turística. La Gerencia de Proyectos e Inversión de CORSATUR fue la Ejecutora de este proyecto.



Participantes en taller de intercambio de experiencias

12. PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE, POR MEDIO DEL ECOTURISMO.

El monto de este proyecto fue financiado a través del Fondo Hemisférico de Turismo (FHT), una iniciativa propuesta por el Lic. Napoleón Duarte en el año 2011, durante el XIX Congreso Interamericano de Turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA). Fue ejecutado por la Asociación Coordinadora de Comunidades Indígenas de El Salvador (ACCIES). Entre los principales objetivos destacan: Fomentar las capacidades empresariales de las comunidades indígenas del Departamento de Sonsonate a través de emprendimientos eco turísticos que fortalezcan su identidad cultural y mejoren su condición económica y social.

Los beneficiarios directos fueron 48 Líderes y lideresas de 6 comunidades indígenas de Sonsonate e indirectos 250 familias de los municipios de Santo Domingo de Guzmán, San Antonio del Monte, Izalco, Cuisnahuat, Nahuizalco y San Julián del departamento de Sonsonate, que conforman la Ruta Nahuat -Pipil.



El Ministro de Turismo, Lic. Napoleón Duarte, el Representante de la OEA en El Salvador, Sr. Ronal Ochaeta y participantes en el taller de lanzamiento del proyecto.

13. LOS FOROS DE COOPERACIÓN Y OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE.

El objetivo de estos foros que se realizan desde el año 2010 es el de dar a conocer a los principales actores del sector, algunas de las principales oportunidades de cooperación no reembolsable, acceso a financiamiento reembolsable con mejores condiciones en términos de plazos, montos e intereses y oportunidades de inversión para proyectos turísticos a fin de propiciar el desarrollo de este sector.



El Ministro de Turismo, Lic. Napoleón Duarte se dirige a los participantes del V Foro de Cooperación

Entre los principales resultados de los foros se destacan los siguientes:

- La divulgación de las principales convocatorias de cooperación de organismos internacionales y de líneas de financiamiento para proyectos de turismo de forma directa a 850 participantes del sector, incluyendo a los micro y pequeños empresarios, Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) que trabajan en el tema de turismo, Comités de Desarrollo Turístico –CDT- e instituciones gubernamentales vinculadas al tema.
- La entrega de 200 ejemplares del manual de Proyectos Turísticos donados por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) a través de la Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (SITCA) y 200 ejemplares del documento: Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas Prácticas Turísticas en Centroamérica, facilitados por la Gerencia de Planificación de CORSATUR.
- Se obtuvo el financiamiento del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) para la realización del taller denominado: Elaboración de planes de Negocios Turísticos para 30 participantes de instituciones financieras nacionales y empresarios del sector, realizado en febrero del 2011.
- Financiamiento del Fondo Salvadoreño para Estudios de Pre Inversión (FOSEP) a la Gerencia de Proyectos e Inversión de CORSATUR para la realización de estudios de pre factibilidad de proyectos turísticos en el Cerro Verde e Icacal.
- Se logró la presentación de proyectos por parte de varias de las organizaciones participantes en los foros de cooperación a las agencias de cooperación (Fundación Interamericana –FIA- Organización de Estados Americanos –OEA-, Banco Interamericano de Desarrollo –BID-, Banco Centroamericano de Integración Económica –BCIE-, entre otros)

14. IMPULSANDO LA COMPETITIVIDAD A TRAVÉS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO (TRC).

El Turismo Rural Comunitario (TRC) es un modelo de turismo en el que la población local de un determinado territorio rural (en especial pueblos indígenas y familias campesinas), a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su diseño, ejecución, gestión y distribución de beneficios.

Desde el año 2009, el Ministerio de Turismo ha apoyado el desarrollo de todos los sectores del turismo, particularmente el turismo rural comunitario ya que constituye una modalidad importante de desarrollo económico y social de las localidades con una oferta turística para los mercados nacional e internacional que ofrecen destinos nuevos y diferentes que propician una diversidad de opciones para vacacionar dentro de El Salvador, bajo un concepto en específico que además genera oportunidades de empleo e ingresos en las áreas rurales y también contribuye a la restauración y conservación de los recursos tanto naturales como culturales e históricos que sirven de atractivo turístico.

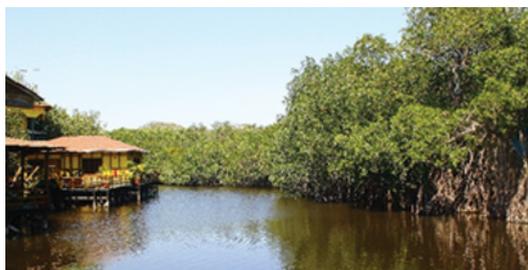


Inauguración del XIX Congreso Interamericano de Turismo

Una de las iniciativas desarrolladas por el Ministerio de Turismo de El Salvador para promover la competitividad del turismo rural comunitario se dió en el marco del XIX Congreso Interamericano de Turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA), realizado en septiembre de 2011 en San Salvador durante el cual se propuso la creación del Fondo Hemisférico de Turismo (FHT) y que los estados miembros aprobaron en consenso la Declaración de San Salvador para un Desarrollo Turístico Sostenible en las Américas, reconociendo la significativa contribución del sector turístico a los esfuerzos nacionales para la reducción de la pobreza y la desigualdad social, y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras, al desarrollo económico sostenible de nuestros países".

• Accesibilidad e infraestructura

La estrategia para el desarrollo del turismo rural ha sido la de facilitar la accesibilidad de una serie de instancias como la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, que es una instancia intersectorial en la que participan instituciones de Gobierno, academia y universidades así como de organizaciones tales como Cooperativas, comunidades indígenas y ADESCOS a convocatorias de proyectos a fin de obtener recursos técnicos y financieros de cooperación, incluyendo la convocatoria del Fondo Hemisférico de Turismo (FHT) en la cual se presentó el proyecto: "Fortalecimiento de las Capacidades Emprendedoras de las Comunidades Indígenas del Departamento de Sonsonate, República de El Salvador" el cual contribuyó a fomentar las capacidades empresariales de las comunidades indígenas a través del emprendedurismo, el fortalecimiento de su identidad cultural y el mejoramiento de su condición económica y social. Los proyectos que se presentan a consideración de las agencias de cooperación incluyen el desarrollo de infraestructura turística básica.



Mirador turístico y restaurante flotante en medio de manglares

• Comercialización y acceso al mercado

El turismo rural comunitario atiende a varios nichos de mercado entre los que destacan:

- La población de clase media-baja.
- Salvadoreños residentes en el extranjero que regresan de vacaciones.
- Mochileros.
- Turistas extranjeros que viajan a través de agencias.
- Excursionistas alojados en otros hoteles.



Comercialización de productos en foros de cooperación turística

La comercialización se efectúa cada iniciativa de forma directa y también por medio de alianzas estables entre redes o estructuras de coordinación con tour-operadoras locales. Ejemplo: Tour rurales y la Mesa Nacional TRC, también por medio de operadores locales como Perquín Tours.

El MITUR apoyó también la comercialización y acceso al mercado del segmento de TRC a través de eventos y ferias como la de "Pueblos Vivos".

• Desarrollo de pequeñas y medianas empresas de turismo rural comunitario.

El MITUR realiza un esfuerzo para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas a través de capacitaciones y diplomados especializados tales como el "Diplomado en Administración de Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario", en el cual además del Ministerio de Turismo participaron agencias de cooperación como ALBASUD y la Agencia Catalana para el Desarrollo (ACCD), organizaciones como el Programa Salvadoreño de Investigación

sobre Desarrollo y Medio Ambiente (PRISMA) y la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). En el marco de estas capacitaciones se han elaborado documentos como guías de reflexión para emprendimientos de TRC, manuales para formulación y operación de proyectos de TRC y además de unas cápsulas promocionales para facilitar el encadenamiento de algunos de estos emprendimientos con el mercado.

• Políticas públicas para la competitividad del turismo rural comunitario

Para el Ministerio de Turismo el TRC es una actividad que sirve para apoyar a todos los sectores sociales, particularmente a jóvenes y mujeres de las comunidades urbanas y rurales, a través de su efecto multiplicador, en servicios relacionados, manufacturas o en la producción agropecuaria por ello se han desarrollado talleres de planificación estratégica del Turismo Rural Comunitario y eventos como el Primer Foro Nacional: "Perspectivas y desafíos del Turismo Rural Comunitario en El Salvador", evento que sirvió para analizar las perspectivas y los desafíos del Turismo Rural Comunitario en el país y además con el fin de obtener insumos para definir una estrategia que propicie el desarrollo sostenible de este sector. También los aportes de la Mesa Nacional de TRC han quedado incorporados en la Política Nacional de Turismo de El Salvador.



Lic. Duarte en la inauguración del foro de TRC, Licda. Roxana Flamenco de la Mesa de TRC y Dr. Ernest Cañada, Experto Español en el desarrollo del TRC

• Sostenibilidad de destino

A través del turismo rural comunitario se busca promover un equilibrio de valores sociales y culturales así como complementar y potenciar la economía familiar y mejorar las condiciones de vida y trabajo de sus miembros, en este contexto actualmente se experimenta un aumento del turismo rural comunitario en El Salvador que evidencia el desarrollo y la diversificación de este segmento de turismo que se ha convertido en una modalidad atractiva para algunas cooperativas y asociaciones de desarrollo, pero que también es muy atractiva para los visitantes y turistas que ven en este tipo de turismo una opción no sólo para conocer los destinos turísticos sino también a su gente, tanto para los turistas como para nuestros compatriotas residentes en el exterior el Turismo Rural Comunitario es una forma de volver a las raíces, a la cultura, tradiciones y a su gente.



Capítulo III

EL PROYECTO TURÍSTICO:
INSTRUMENTO DE GESTIÓN DE LA
COOPERACIÓN



El instrumento para la gestión de la cooperación es el proyecto, por ello es importante conocer todos los aspectos relacionados a su formulación, ejecución, seguimiento y evaluación a fin de que continuamente se incorporen innovaciones en los productos y servicios turísticos que se van a desarrollar y a la mejora de la calidad de los proyectos. Que se presente para obtener financiamiento. El proyecto debe estar enfocado en el desarrollo del turismo sostenible, lo que significa lograr el crecimiento de manera tal que no agote el medio ambiente natural y el construido y que preserve la cultura de las comunidades locales. Algunas características de los proyectos es que estos deben ser participativos, consensuados, operativos y dinámicos.

Un proyecto es una acción planificada, es decir, tiene una lógica, compuesta por un conjunto de actividades que convierte los recursos en productos y resultados con el fin de alcanzar un objetivo específico que contribuirá a un objetivo general, con un presupuesto determinado, dentro de un periodo de tiempo especificado, para un grupo de beneficiarias y beneficiarios definidos y en una zona geográfica delimitada.

Un proyecto turístico, es la descripción detallada y documentada de una iniciativa que tiene como objetivo el desarrollar o hacer realidad una idea de naturaleza turística, dentro de la misma se puede incluir la creación de una empresa, la realización de una inversión, la ampliación de una empresa, la comercialización o venta de productos o servicios turísticos con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los visitantes y de los turistas. Un proyecto turístico puede ser para la creación de nuevos productos y servicios como para la ampliación de una

Cuadro No. 1 Propósitos de un proyecto turístico



empresa ya existente, el fortalecimiento de sus recursos humanos o para la promoción y comercialización ya sea en los mercados nacionales o en los internacionales.

EL CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS

Desde hace algunas décadas las agencias de cooperación internacional propusieron gestionar los proyectos con una visión más ordenada como un ciclo que permitiera vincular las fases de una intervención centrada en la programación, la ejecución, la revisión y la retroalimentación. Es así como surgió el ciclo de vida de gestión de proyectos con un propósito claro: visualizar toda la gestión como un sistema que articulará todos los momentos y procedimientos y que permitiera mejorar la toma de decisiones a la hora de asignar los recursos para el logro de los objetivos propuestos.

Existen momentos claves en el ciclo de vida de un proyecto como la identificación del proyecto el cual agrupa todos los momentos y acciones previos al diseño del proyecto que incluye la planificación, la formulación del documento y la búsqueda de financiamiento.

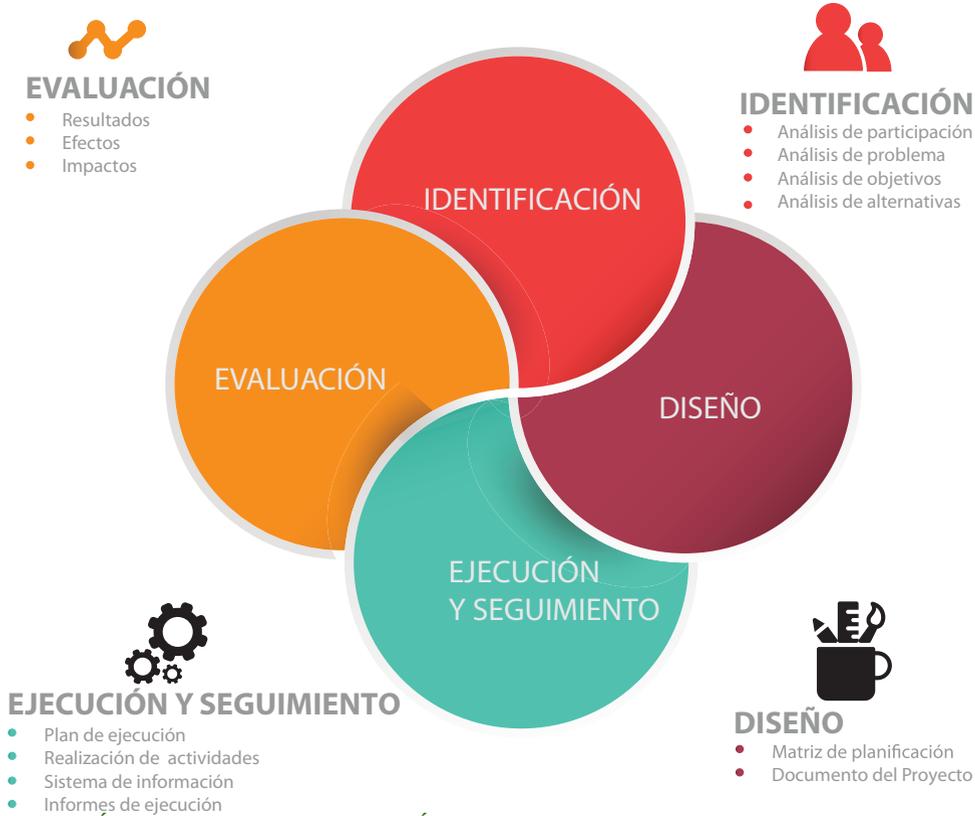
La ejecución del proyecto que corresponde a la intervención como tal, con la ejecución de las actividades, y el seguimiento desde que inician las actividades hasta al último día de intervención y la evaluación de los resultados, efectos e impactos entendida como evaluación ex post o posterior, realizada una vez que el proyecto ha terminado, incluso mucho tiempo después buscando aprendizajes para futuras intervenciones y para toda la organización.

En el proceso de construcción de proyectos, resulta muy útil utilizar metodologías de planificación que ayuden a definir las claves y elementos concretos del proceso de desarrollo, y a establecer una relación entre los objetivos a alcanzar y los medios para conseguirlos. Entre las metodologías de planificación que se utilizan, una de las más extendidas es el Enfoque del Marco Lógico (EML), que entiende un proyecto como un ciclo y que se aplica a la perfección a los proyectos turísticos.

Cuadro No. 2: Utilidad del Ciclo de Vida del proyecto



Cuadro No3: Ciclo de Vida de los proyectos



LA INNOVACIÓN EN LOS PROYECTOS TURÍSTICOS

A partir del año 2009 se comenzaron a efectuar cambios en la planificación del desarrollo turístico a nivel nacional y en la gestión de la cooperación, incorporando segmentos de turismo más novedosos y participativos (ecoturismo, turismo rural comunitario, turismo en comunidades indígenas, turismo de aventura) como un eje fundamental de diversificación de la oferta turística nacional para lo cual se formularon proyectos innovadores que permitieran tener más apoyo técnico y financiero de parte de los organismos cooperantes. También se vinculó el turismo con otras actividades económicas como las artesanías y el medio ambiente y biodiversidad.

Estos proyectos eran coherentes con la estrategia de desarrollo turístico territorial de "Pueblos Vivos", estrategia que parte en su enfoque de un modelo de gestión "de adentro hacia afuera con reciprocidad activa", en el cual se concatenan criterios entre el sector público y privado, bajo la estrategia de potenciar la industria turística y convertirla en un eje trasversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico para el país.

Resulta evidente que este cambio de visión, con un énfasis marcadamente mayor en el acompañamiento a los procesos de desarrollo turístico generados desde los territorios, debía acompañarse de la activa participación de las micro, pequeñas y medianas empresas e iniciativas emprendedoras de carácter innovador, por ello para la

gestión de cooperación se utilizó la planificación participativa. También se promovieron segmentos de turismo más participativos que habían estado relegados como ya se indicó anteriormente priorizando a nuevos actores tales como la micro, pequeña y mediana empresa turística, las comunidades indígenas e incorporando proyectos para la sostenibilidad como el proyecto de incorporación de la biodiversidad en las actividades de turismo y pesca, entre otros. Estos segmentos de turismo sostenible pretenden promover la preservación de los recursos medioambientales y culturales, y contribuir al desarrollo social y económico del país.

El turismo es dinámico y como resultado de las nuevas tendencias a nivel mundial así como de las necesidades de los turistas y el uso intensivo de las redes sociales y de las tecnologías de información y comunicación, están surgiendo nuevas formas de hacer turismo. En este sentido actualmente se ejecuta el proyecto: "Programa de Capacitación y Dinamización dirigido a Negocios Turísticos en El Salvador", apoyado por la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) el cual pretende impulsar el desarrollo de pequeños negocios pertenecientes al sector turístico de El Salvador mediante una mejora en la calidad de la oferta turística y su promoción a visitantes internacionales para lo cual se desarrollarán acciones formativas, de asesoramiento y dinamización con el apoyo de herramientas digitales.

Con la consecución de estos objetivos se pretende hacer emerger el turismo local e inducir su desarrollo económico, potenciando especialmente los pequeños negocios que ofrezcan alternativas que posibiliten el bienestar de individuos que viven en áreas desfavorecidas.

Para el fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa turística se están gestionando un proyecto para el Centro Histórico de San Salvador, con el objetivo de contribuir a mejorar su competitividad mediante un enfoque de conservación del patrimonio cultural.

Otro tema innovador en gestión es el proyecto: "Fomento del Emprendedurismo a través de la Implementación de una Incubadora de MIPYMES Turísticas", cuyo objetivo principal es el de contribuir a fomentar una cultura emprendedora en El Salvador a través del desarrollo e implementación de un modelo de incubación sostenible de nuevos emprendimientos, particularmente de micro, pequeñas y medianas empresas vinculados al sector turístico y encadenadas con otros sectores productivos tales como el agropecuario, alojamiento, gastronomía, transporte, las artesanías, construcción de infraestructura turística y los micro negocios que se dedican a las actividades de turismo, así como el fortalecimiento de las empresas ya existentes para que contribuyan a generar empleos y así coadyuvar al desarrollo de la base económica local.

Conscientes de la necesidad de presentar proyectos turísticos innovadores, el Ministerio de Turismo ha formulado proyectos y suscrito acuerdos y convenios con instituciones nacionales y con Agencias de Cooperación Internacional con el objetivo de fortalecer las capacidades locales en los ámbitos técnico, científico, tecnológico, cultural, educativo y económico que favorezcan el desarrollo del turismo en los destinos del país y que además fomenten una cultura turística emprendedora, incluyente y sostenible.

EL PROCESO DE DESARROLLO DE PROYECTOS

Para el desarrollo exitoso de un proyecto turístico, por ejemplo un hostel, un centro recreativo o una atracción turística, es necesario realizar un proceso que sigue los siguientes pasos:

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La identificación del proyecto es parte de un plan o un programa de desarrollo turístico en el territorio, en caso de que no se cuente con un plan, el proyecto puede identificarse independientemente aunque siempre en el marco de los lineamientos generales para el desarrollo turístico que establece la Política Nacional de Turismo.

2. EXAMEN DEL PROYECTO

Este paso requiere una planificación y un análisis del proyecto para ver si tiene posibilidades de realización. Si se determina que no es factible se debe abandonar y pasar a considerar otro tipo de proyecto.

3. PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO Y ANÁLISIS DE VIABILIDAD

Se elabora la planificación del proyecto para analizar si es viable en el aspecto comercial y económico y también para evaluar si el proyecto no generara problemas de tipo ambiental o social, si se determina que puede generar este tipo de problemas el proyecto se debe abandonar.

4. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

En esta parte se debe determinar la forma en que se va a organizar el proyecto. Puede ser una estructura organizativa ya existente pública o privada o pueden evaluarse opciones de organización que sean más adecuadas al proyecto turístico.

5. EL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Se evalúan las opciones existentes para el financiamiento del proyecto, se identifican convocatorias de las instituciones nacionales y de agencias de cooperación a las cuales se puede presentar el proyecto.

6. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Se lleva a cabo la ejecución del proyecto, se selecciona y se capacita al personal que va a trabajar en el proyecto.

7. GESTIÓN DEL PROYECTO

La gestión del proyecto es un proceso continuo e incluye la promoción del proyecto en los mercados turísticos y el adecuado mantenimiento de las instalaciones.

Durante el desarrollo del proyecto se debe mantener una estrecha coordinación con la comunidad o las comunidades participantes, esto es muy importante para que comprendan los objetivos del proyecto y ver de qué manera pueden participar y beneficiarse de la actividad turística.

TIPOS DE PROYECTOS TURÍSTICOS

Existen diferentes clasificaciones de proyectos en el campo de turismo, los mismos se pueden clasificar en seis tipos básicos de acuerdo a los propósitos que cada uno persigue:

1. Proyectos de nuevos emprendimientos turísticos

Son proyectos tendientes a apoyar la orientación, generación, desarrollo y evaluación de ideas de negocios o emprendimientos en el sector turístico, en base a los recursos con los que cuente, potencialidades y sus limitaciones. En el Turismo rural esta modalidad de proyectos, supone aprovechar los recursos naturales, culturales y las mismas actividades agropecuarias con que cuentan las comunidades, como insumo para promover la actividad turística.

2. Proyectos de fortalecimiento de iniciativas turísticas

Son proyectos orientados a mejorar las capacidades técnicas, operativas y de gestión de iniciativas turísticas en funcionamiento, con ellos se busca su reactivación, dinamización y desarrollo. Las acciones contempladas en esta modalidad de proyectos son: capacitaciones al personal, asistencia en la administración, organización y elaboración de manuales, propuestas para mejorar o la diversificación de los servicios turísticos, entre otros, con el propósito de ser más competitivos.

3. Proyectos de organización y asociatividad turística

Proyectos orientados a la articulación de redes, comités o asociaciones de empresas turísticas en función del desarrollo de un destino turístico a nivel comunitario, municipal o de una microrregión. Estos proyectos tienen especialmente componentes de tipo: organizativos, formativos, elaboración de marcos normativos y legales sobre la necesidad de articular todo el tejido empresarial y social vinculado al turismo.

4. Proyectos de desarrollo de productos turísticos

Son proyectos orientados al establecimiento de diagnósticos, diseño y ejecución de planes de desarrollo turístico de un sitio, recurso o territorio nuevo o que ya está siendo operado. Aquí tenemos proyectos específicos para el establecimiento de rutas y paquetes turísticos que permitan la participación de diferentes actores locales vinculados directa e indirectamente a la actividad turística.

5. Proyectos de mercadeo turístico

Los proyectos de mercadeo o marketing como es mejor conocido, se ocupan para definir las estrategias de negocios orientados a mejorar el posicionamiento y competitividad del producto turístico en los mercados de interés. Entre los proyectos de mercadeo turístico, están los siguientes: Investigación de mercados, mejora de la oferta, promoción, comercialización, negociación con operadores, etc.

6. Proyectos de acondicionamiento del espacio turístico

Son proyectos para adaptar un espacio del territorio mediante la construcción de instalaciones o infraestructuras que requiere el desarrollo de un producto turístico. Estas intervenciones buscan resolver los problemas que se presentan en los siguientes campos: plantas turísticas, infraestructura de apoyo, mejoramiento o acondicionamiento de atractivos, señalizaciones y centros turísticos, entre otros. La planta turística está formada por todo el equipamiento e instalaciones que sirven de base para la prestación de servicios a los turistas, la infraestructura, es la dotación de obras y servicios básicos con que cuenta un país para apoyar y sostener a sus estructuras sociales y productivas entre las cuales se encuentra el turismo. Los proyectos de infraestructura se dividen en externos e internos, entre los externos están los aeropuertos, las carreteras, terminales de buses, puertos, red eléctrica, telefonía y las internas son los caminos de acceso, el alumbrado público, agua potable, drenajes, parques temáticos, etc.)

7. Los Proyectos de apoyo a la práctica de actividades turísticas

Son aquellos en que los visitantes concurren a ellos motivados por el interés de conocerlos, visitarlos y utilizarlos. En el lugar se desarrollan actividades vinculadas a la categoría y tipo de atractivo. Existen cinco grandes categorías de actividades turísticas:

- a) Esparcimiento
- b) Atractivos naturales
- c) Atractivos culturales
- d) Deportivas
- d) Asistencia a eventos programados.



Capítulo IV

LA PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA
DE PROYECTOS TURÍSTICOS



Lo primero es la planificación del proyecto turístico, esto con el propósito de una adecuada organización de las actividades, ahorrar tiempo y optimizar los recursos, así como también para lograr mejores resultados en la ejecución del proyecto. Es necesario tener bien identificado lo que se va hacer, cómo se va hacer, la forma de hacerlo y que se necesita para lograrlo.



Taller: Proyecto comunidades Indígenas en Sonsonate, Año 2012

¿CÓMO LOGRAR UNA BUENA FORMULACIÓN PARTICIPATIVA DE UN PROYECTO TURÍSTICO?

Para lograr una formulación participativa de un proyecto turístico se deben establecer las condiciones y metodologías adecuadas para plantear de la mejor forma los objetivos y resultados esperados de la actividad turística a desarrollar en el territorio. Se debe cumplir con las siguientes condiciones:

• Una Ampla Convocatoria

En el proceso de identificación y formulación de un proyecto turístico se debe tener una convocatoria que incluya a la mayoría de actores vinculados directa e indirectamente al sector turístico en el territorio de intervención del proyecto. Para ello es importante investigar e identificar las iniciativas y liderazgos existentes. La participación activa y la apropiación del proceso son fundamentales para una buena formulación del proyecto.

• Formulación Participativa

La formulación del proyecto deberá ser participativa con el propósito de obtener la información, la discusión y el análisis colectivo. Así mismo, será necesario que los resultados de este proceso sean conocidos y avalados por la mayoría de los participantes.

Las jornadas de trabajo con las beneficiarias y los beneficiarios son muy importantes porque ayudan a tomar las decisiones más adecuadas sobre qué, cómo, dónde, cuándo y por qué implementar una actividad, un servicio o una instalación turística, además la población local es la que le da la identidad al proyecto.

• Proyectos con Visión

Este principio implica que la formulación del proyecto debe ser visionario, es decir tomar en cuenta el contexto local, nacional e internacional, así como las tendencias del turismo, los intereses, los recursos y las potencialidades del territorio, y las expectativas de los participantes en el proyecto en los aspectos económico, social y medio ambiental.

• Equidad de Género

También la equidad de género debe ser un enfoque que se incorpore como un elemento de participación, análisis y propuesta durante la identificación y formulación de un proyecto turístico, de manera que este contribuya al establecimiento de relaciones más justas y equitativas entre mujeres y hombres en el marco del desarrollo del proyecto de turismo.

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas en el ámbito del turismo, existe el deber de promover que el desarrollo del turismo repercuta positivamente en la vida de las mujeres y que, de ese modo, contribuya al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

En la mayoría de las regiones del mundo, la mano de obra del turismo está integrada en su mayor parte por mujeres, en su publicación Género y Turismo la OMT destaca los siguientes hallazgos:

- En la mayoría de las regiones del mundo, la mano de obra del turismo está integrada en su mayor parte por mujeres.
- Las mujeres tienden a concentrarse en los empleos más humildes y peor remunerados del turismo.
- Las mujeres realizan un volumen importante de trabajo no remunerado en negocios turísticos familiares.

• Respeto a la diversidad

La identificación y formulación del proyecto debe respetar la diversidad de actores que hay en un territorio, ya sea a nivel cultural, generacional, religioso, comunidades indígenas o de otra índole, es decir que se adecue el proceso de formulación del proyecto a esas diferencias y no sea una imposición y por el contrario que se incorpore la riqueza de la diversidad de experiencias de los actores en función de los objetivos del proyecto.

También es importante salvaguardar la riqueza artística, los sitios arqueológicos e históricos como parte del tesoro cultural y de las tradiciones que le dan fundamento e identidad a los territorios.

• La Sostenibilidad del Proyecto Turístico

El proyecto turístico debe considerar la conservación del medio ambiente y de la cultura de la comunidad algunos de los elementos claves en la sostenibilidad del turismo son:

- Preservar los recursos para las generaciones presentes y futuras
- Usar adecuadamente los recursos
- Mantener la biodiversidad y evitar cambios ecológicos que la afecten
- Mantener y proteger el patrimonio cultural e histórico del territorio

Los productos turísticos que son el conjunto de bienes y servicios tanto materiales como inmateriales que se ofrecen a los turistas y visitantes, también deben considerar lo siguiente:

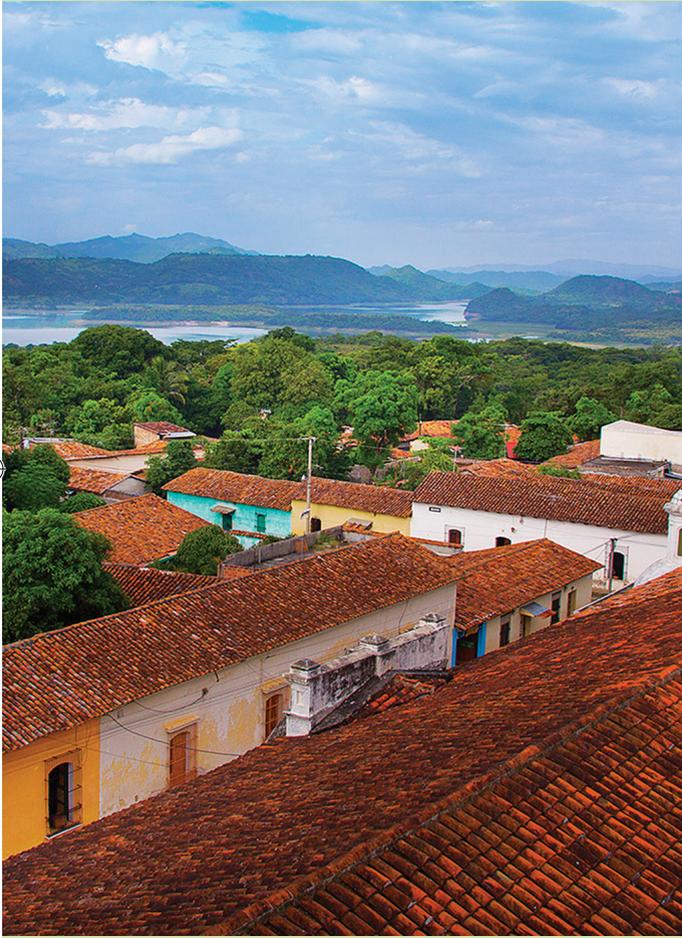
- La conservación del agua
- Evitar la contaminación

- La reducción y eliminación de desechos
- La adopción de prácticas para un uso más eficiente de la energía
- La reducción al mínimo de los riesgos para la ecología del territorio
- Proporcionar información ecológica completa y veraz a los visitantes

La actividad turística, además de las relaciones que se establecen con los turistas, tiene vinculaciones con varios sectores económicos y con un gran número de actores tales como organizaciones privadas, instituciones públicas tanto municipales como nacionales, micro, pequeñas y medianas empresas así como con agencias de cooperación, entre otros, con las cuales se establecen relaciones que pueden tener impactos en la comunidad por lo que se debe tener cuidado en su planificación.

Cuadro No. 4: Esquema de la Planificación Participativa





Capítulo V

LA ORGANIZACIÓN PARA LA
FORMULACIÓN DEL PROYECTO
TURÍSTICO



Para el adecuado desarrollo de la identificación y formulación de un proyecto turístico, se requiere propiciar un proceso en el cual los miembros de una asociación comunitaria, un comité, grupo o colectivo de personas buscan el tiempo y lugar para compartir ideas, conocimientos y experiencias para trabajar de manera conjunta y ordenada a fin de lograr un beneficio común.



Reunión para planificar un proyecto turístico en Guazapa, 2010.

En la planificación del proyecto pueden participar todos los miembros de la organización o comunidad (dependiendo del tamaño de la comunidad y de los alcances del proyecto turístico), siempre y cuando estén dispuestos a ser responsables, a participar activamente y aportar al logro de los objetivos que se quieren alcanzar. La forma de organización dependerá en gran medida de la organización y experiencia de la comunidad y de los objetivos establecidos en el proyecto.

Una vez se tiene claro lo que se quiere, el siguiente paso podría ser definir la forma legal que mejor se ajuste a la realidad de las y los beneficiarios del proyecto y que pueda respaldar la realización de gestiones, puesta en marcha y operación del proyecto turístico.

¿Quiénes pueden participar en la formulación de un proyecto turístico?

Entre las organizaciones que pueden participar directamente en la formulación de un proyecto turístico están:

- Los Comités de Desarrollo Turístico (CDT)
- Las Asociaciones de desarrollo comunitario (ADESCOS)
- Las Sociedades cooperativas
- Las Asociaciones sin fines de lucro (ONG´s)
- Los Grupos solidarios productivos
- Las Asociaciones o colectivos de mujeres, los grupos juveniles con emprendimientos económicos, las iniciativas empresariales turísticas y cualquier otra expresión individual o colectiva, legal o informal, pero con genuino interés por participar por el desarrollo turístico del territorio.

EL ESPACIO PARA EL PROYECTO TURÍSTICO

Para desarrollar un proyecto turístico es necesario que su geografía y las obras físicas que existan cuenten con elementos que reúnan ciertas características que despierten la curiosidad y el interés de viajar de las personas que residen en otros sitios. Estos elementos pueden ser naturales o culturales y se denominan atractivos turísticos.

Es importante que se ubique el área en la que se quiere llevar a cabo un proyecto y se identifique lo que hay en ella ya que de esta manera se puede decidir qué espacio se va a proteger y cuales se van a usar permitiendo actividades que no causen daño al paisaje y a los recursos naturales.



Turismo rural comunitario en Guazapa y alrededores de Suchitoto.

Para una mejor selección del sitio del proyecto, es necesario considerar las siguientes características:

- Ubicación geográfica (departamento, municipio, cantón)
- Tipo de clima
- Características geológicas
- Existencia de cuerpos de agua (río, lago, laguna, humedal).
- Si hay elevaciones (cerro, montaña, volcán).
- El ecosistema que representa (bosque, selva)
- Tipos de flora y fauna comunes y nativas
- Si hay animales o aves que llegan en ciertas temporadas y el grado de presión en las especies que estén en peligro de extinción
- Los atractivos culturales como las costumbres y tradiciones del lugar, la gastronomía, fiestas patronales, las artesanías, los sitios arqueológicos y la arquitectura colonial.

Una vez que se ha terminado de describir las características del área, es necesario señalar la importancia de elaborar un ordenamiento del espacio natural según su vocación y características siempre considerando la protección de los recursos naturales como plantas y animales existentes en la zona y que requieren de cuidado, en éstas zonas identificadas como “de protección” sólo se deben permitir actividades de observación e investigación. Es recomendable elaborar un croquis o mapa.

También hay que detallar el entorno social y cultural del lugar, los antecedentes culturales que hay en la zona y la historia del pueblo, sitio o comunidad en cuestión.

Se debe describir la población, número de habitantes en el territorio que abarca el proyecto, desagregando por género y edad (hombres, mujeres, niños, jóvenes), el promedio de escolaridad, los servicios básicos con que cuentan: agua, energía eléctrica, medios de comunicación, vías de acceso, transporte, etc.

También se debe incluir información sobre las principales actividades productivas locales a que se dedica la gente, la población que está en edad de trabajar, la población económicamente activa, las actividades agrícolas, lo que producen y para que la utilizan, si lo venden o es para el consumo local.



EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

Un diagnóstico turístico es un proceso para conocer el potencial turístico de los recursos e iniciar la planificación del proyecto. Se realiza para identificar y valorar si los recursos naturales y culturales con los que se cuentan pueden motivar un viaje y por consiguiente atraer turistas. Conocer los recursos que se posee es fundamental para identificar qué actividades y servicios turísticos se ofrecerán a los visitantes.

¿Cómo obtener la información del diagnóstico?

La información del diagnóstico puede ser de tipo económico, social, ambiental o de cualquier otra índole y busca que de la población local surjan los planteamientos para la elaboración de proyectos que correspondan a sus necesidades, esto significa que no solo servirá para un proyecto de turismo alternativo, sino para cualquier otro tipo de proyecto que beneficie a la comunidad, de tal manera que al ser detectada una problemática, se podrán empezar a dar propuestas de solución a los problemas de una manera más organizada. A través de:

- Participación directa de las personas involucradas o interesadas en participar en el proyecto.
- Realizar un inventario de los recursos naturales y culturales con potencial turístico se deben incluir fotografías del sitio y cartas topográficas, y se deben priorizar, es decir determinar los atractivos principales, los que mejor caracterizan al sitio o aquellos que sin promoción reciben visitantes o que tienen posibilidades debido a su belleza escénica o rareza. También es necesario identificar los atractivos complementarios que ayudan a la protección de los atractivos principales que además contribuyen a diversificar la oferta.

• El inventario Turístico sirve para:

- Conocer la existencia, estado y tipo de atractivo que existe en la zona
- Identificar las características del sitio y las actividades turísticas que se pueden desarrollar, ya sea de turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural comunitario; cuidando que no afecten el entorno natural y cultural. Teniendo en cuenta de la vocación turística de un lugar significa su mejor aprovechamiento y conservación a largo plazo.
- Jerarquizar los atractivos identificados según su belleza, rareza u otra característica que los haga notables. Hay que analizar cuales recursos son de interés local, regional, nacional e internacional.
- Investigar qué tipo de actividades se están ofreciendo en los alrededores por otras empresas u organizaciones a fin de identificar la competencia, para valorar si es conveniente ofrecer este tipo de producto o servicio antes de invertir en el proyecto.

- Construir una base para los estudios de mercado y técnico.

No hay que olvidar el ordenamiento del espacio en donde se desarrollará el proyecto turístico, las áreas que se van a destinar para los cultivos, ganadería, viviendas, áreas forestales, este ordenamiento permitirá determinar la viabilidad de implementar una actividad turística en un espacio, de acuerdo a sus características cuidando de no afectar la vida, el medio ambiente y los usos diarios de la comunidad local.

EL MERCADO TURÍSTICO



Para toda comunidad, organización, empresa ó persona interesada en desarrollar un proyecto turístico, es importante conocer qué es un mercado turístico y los elementos que lo conforman. Un mercado turístico es un espacio en donde se puede comprar y vender algún producto o servicio, en el caso de la actividad turística, el mercado es el espacio en el que se venden y consumen productos y servicios turísticos, este espacio puede ser interno (cuando los compradores y vendedores de productos y servicios turísticos viven en el mismo país); regional, (cuando viven en países vecinos al nuestro como Guatemala y Honduras) e internacional (cuando los visitantes y prestadores de servicios turísticos son de países diferentes como los Estados Unidos, Canadá, países de Sur América y países de Europa).

El mercado turístico, está compuesto por dos elementos importantes que son: La Demanda y la Oferta. La demanda está constituida por todos los visitantes o consumidores de productos y servicios turísticos y la oferta la constituyen todos los que venden esos productos y servicios. De manera que el estudio de mercado, tendrá que analizar y definir cada una de sus partes.

El estudio de mercado es una parte muy importante del proyecto, ya que sus resultados serán el fundamento que junto con el diagnóstico turístico darán lugar al estudio técnico y se verán reflejadas en las cuestiones financieras, cuyas decisiones girarán alrededor de las siguientes preguntas:

- ¿Qué producto o servicio vamos a vender?**
- ¿A quién se lo vamos a vender?**
- ¿Cómo lo vamos a vender?**

1. El análisis de la demanda

Como se mencionó antes, la demanda está constituida por todos los compradores de productos y servicios turísticos, siendo necesario analizar esta parte del mercado turístico, es decir, en este caso a los visitantes o turistas.

Esto significa que es necesario definir el perfil del turista que queremos que nos visite, conocer cuál es nuestro

principal atractivo o la zona turística más cercana, para ello se requiere de una descripción de dichos turistas (por ejemplo sus edades, cuántos hombres, cuántas mujeres, de dónde vienen, si viajan solos, en pareja, con amigos, con su familia, que actividades realizan durante su visita, qué les gusta y qué no les gusta de los sitios que visitan, qué les hace falta y qué otras cosas o actividades les gustaría realizar, etc.).

Para obtener esta información se pueden realizar entrevistas ó visitar el sitio del Ministerio de Turismo (www.elsalvadortravel.org) para ver los informes estadísticos y también se puede utilizar la técnica de entrevista a líderes de opinión, que son personas que están en el medio turístico, tales como las oficinas de turismo (Cámara Salvadoreña de Turismo –CASATUR), y personal que labora en agencias de viajes, hoteles y restaurantes a quienes se les puede hacer una serie de preguntas previamente estructuradas para obtener información concisa y de interés, o bien, elaborar un cuestionario y preguntar directamente a los turistas sobre estos datos. Esta información debe ser analizada para realizar una división de los tipos de visitantes por grupos que tengan características similares, a esto se le llama "segmentación del mercado". La segmentación puede hacerse por rangos de edades, por la procedencia, por los gustos y preferencias. La identificación del segmento turístico al cual se quiere llegar es fundamental para la rentabilidad del proyecto.

Se recomienda que este estudio sea elaborado de forma profesional, ya que los resultados de esta parte del estudio de mercado indicarán qué tipo de gente estaría interesada en comprar los productos y servicios que se van a ofrecer.

2. El análisis de la oferta

La oferta está constituida por todos los vendedores de productos y servicios que hay en el sitio en donde se ubicará el proyecto turístico y en sus alrededores, al igual que en el caso de la demanda, es necesario efectuar un análisis de la oferta para identificar las oportunidades de éxito que tendrá el proyecto.

Esta parte del estudio debe contener primero, un inventario de la oferta, es decir, una lista de todos los proyectos y de los negocios que presentan algún servicio turístico en el lugar donde se localizará el proyecto, incluyendo las rutas turísticas o los sitios turísticos más cercanos y más importantes. Este inventario debe contener una breve descripción de las características de los negocios vecinos, su capacidad, su categoría, su estilo, el precio de sus servicios, etc.

También se deberá analizar la competencia, es decir, cuando se tiene definido, qué se va a ofrecer como producto o servicio turístico y a quienes se ofrecerán, se podrá identificar quienes ofertan o venden lo mismo o algo similar para el mismo tipo de turistas, esto sirve para aprovechar su experiencia, conocer cómo funciona su negocio, cómo han estructurado sus productos y servicios, cómo se promocionan, qué venden, cómo lo venden, y cuánto cobran.

Esta información servirá para diferenciar los productos y servicios que se ofrecen y los de la competencia así como para mejorar los que se van a ofrecer. También servirá para estimar los precios que se deberán cobrar por los productos y servicios, de modo que los precios no sean ni más altos ni más bajos que los de la competencia. Sin embargo, es importante resaltar que para asegurar un mayor número de turistas se deberá cobrar un precio justo por los servicios que se ofrecen.

3. Definición del mercado meta

Es muy importante considerar la segmentación del mercado que se realizó en el análisis de la demanda e identificar el o los grupos a los que se les ofrecerá y venderá los productos y servicios. El segmento de mercado dependerá de los productos y servicios que se ofrecerán y también estará de acuerdo al potencial turístico de los recursos de la zona del proyecto, para ello se tomará como referencia lo obtenido en el diagnóstico turístico.

Lo que se pretende ofrecer deberá complementarse con la información sobre algunos aspectos que se refieren

al diseño de productos, en cuanto a las actividades, los servicios e instalaciones a desarrollar, procurando no dañar ni alterar la esencia del atractivo y que se puedan satisfacer las necesidades y cubrir las expectativas del grupo de personas que constituyen el segmento de mercado que interesa, así se responde a la pregunta ¿Qué vamos a vender?, luego se tendrá que definir, ¿Cómo vamos a venderlo?, para ello el estudio de mercado también proporciona información útil sobre los hábitos de la gente que integra el segmento o los segmentos de mercado de interés, ¿Cómo es que selecciona el turista los sitios que decide visitar?, ¿Cómo se entera de ellos?, ¿Con cuánto tiempo de anticipación planea su viaje?, etc., si se conocen estos medios, será más fácil decidir cómo invertir los recursos destinados a la promoción y la correcta selección de los canales de distribución para asegurar de que la información llegará a la persona interesada en el tiempo y medios adecuados, esto puede ser desde cómo manejar la información a través de agencias de viajes, en una página web o por correo electrónico, revistas especializadas o utilizar sólo folletos. Esto también depende del sitio de residencia de los turistas que conforman el segmento meta.

El estudio de mercado, también debe proporcionar datos numéricos, no solo de cómo son cada uno de los segmentos de mercado sino qué tan grandes son, es decir cuánta gente constituye cada segmento de manera aproximada, y revisar cuál ha sido el comportamiento de tales segmentos durante varios años, si ha crecido en número, si se mantiene estable o ha disminuido, esta información es necesaria para realizar estimaciones de cuantos visitantes se pueden esperar para los primeros 10 años de operación del negocio, y en base a ello determinar cuáles serán los ingresos y los egresos que se tendrán para los primeros años de operación del proyecto, conocer la rentabilidad del proyecto, lo que facilitará el determinar si se continúa o no con el proyecto.

EL ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es el planteamiento concreto del proyecto, la definición de los productos, servicios y actividades que se van a desarrollar en base a los recursos previamente identificados. Es necesario empezar con la definición del concepto, el diseño de las instalaciones, los servicios y las actividades, para proceder con las capacitaciones con base a las necesidades detectadas, la promoción, concluyendo con la elaboración del presupuesto.

Se debe tener clara la diferencia entre productos y servicios turísticos, los servicios turísticos son aquellas acciones que realizan las empresas u organizaciones para satisfacer las necesidades de sus visitantes, antes, durante y después del viaje tales como: información, transporte, hospedaje, alimentación, servicios sanitarios, renta de equipo, guías turísticos, etc., también se debe considerar que estos servicios pueden ser proporcionados por empresas diferentes, de este modo si los servicios no se integran entonces no existe un producto turístico.

Un producto turístico se constituye a partir de un recurso natural o cultural con potencial turístico, o bien de un atractivo turístico que para ser disfrutado se implementa una actividad (caminata, kayak, rappel, ciclismo, etc.) que permite al visitante mejorar su interacción con el medio que visita, por lo que éstas actividades deben tener servicios que faciliten su realización e interacción (seguridad, guías turísticos, información, etc.) y que permitan su estancia en el lugar (hospedaje, alimentación, transporte, renta de equipo, etc.). Para la prestación de servicios se deben crear instalaciones que ofrezcan al visitante una estancia agradable y cómoda, de modo que el visitante pueda prolongar su estadía. Todo esto debe ser proporcionado bajo un mismo concepto, sólo de esta manera se estará desarrollando un producto turístico.

La selección de los elementos que constituirán los productos turísticos dependerá de lo que se desea vender al turista y qué es lo que el turista desea comprar en base a estos elementos se puede estructurar un producto

turístico, no olvidando que se tiene que ofrecer una experiencia de calidad al visitante, lo cual implica identificar las expectativas y poder superarlas. El concepto es la definición del producto, basado en las características del entorno natural y cultural, relacionado con lo que posee el lugar, lo que nos distinguirá y que no puede ser encontrado en ninguna otra parte, esta diferencia marcará una diferencia con otros proyectos o destinos turísticos.

• La definición de las actividades

La definición de las actividades a desarrollar, deben estar basadas en el diagnóstico turístico en el cual se identificaron las actividades que se pueden desarrollar tomando en cuenta los recursos que se tienen, la relación entre la comunidad, los visitantes y el grado de impacto que pueden ocasionar las actividades.

Al tener definidas las actividades a desarrollar, se deben definir los espacios que se destinarán para cada una de ellas, las rutas específicas de los recorridos para los senderos, cabalgatas, escaladas, rappel, actividades acuáticas y otras.

También es importante mencionar que las actividades no deben interferir entre ellas para evitar aglomeraciones e impactos negativos. Una recomendación fundamental es la de identificar las áreas destinadas para actividades de riesgo y los productos de turismo rural y las áreas naturales protegidas, humedales, Sitios Ramsar, Reservas de Biósfera, que de acuerdo a las características de actividades como: senderismo interpretativo, observación de aves, observación de flora y fauna por ejemplo, deben estar basadas en planes de manejo.

• La capacidad de carga

En el área del proyecto turístico se deben considerar las restricciones para las actividades que puedan provocar un impacto negativo que exceda la capacidad del sitio para recuperarse.

La capacidad de carga turística se refiere al número máximo de visitantes que una área destinada al turismo puede soportar, de acuerdo a la tolerancia del ecosistema de manera que se pueda recuperar en poco tiempo y no se disminuya la satisfacción de los visitantes.

Es necesario considerar cuantos turistas se quieren en un determinado espacio, pues si se meten más de los que deben entrar, la flora y la fauna y el área del proyecto se verán impactadas. Es importante conocer la superficie total del proyecto, las actividades que se van a realizar en la zonificación establecida, el número de visitantes de todo el año y en la temporada alta (cuando llegan más turistas).

Una opción que puede ayudar a limitar el número de visitantes a un sitio es llevar a los turistas a las comunidades vecinas para lo cual se debe establecer un acuerdo previo y elaborar un cuestionario para medir el grado de satisfacción tanto de los visitantes como de la comunidad local.

DETERMINACIÓN DE SERVICIOS

Los servicios que se implementen deben estar de acuerdo con las actividades que se planteen en el proyecto y pueden ser: hospedaje (cabañas, campamento, albergues) dependiendo de las características del cliente y los recursos con que se cuente, alimentación, transporte, guías, renta de equipo, servicios sanitarios, espacios para estacionamiento, venta de artesanías, un módulo de información seguridad e higiene. Para ofrecer estos servicios es indispensable la construcción de instalaciones y la adquisición de quipos.

Importante recalcar que la construcción de las instalaciones debe estar acorde con el entorno natural, se deben utilizar materiales que armonicen con el paisaje, cuidando de utilizar materiales locales para la construcción, así como tomando en cuenta los elementos de la cultura local y naturaleza.

Para la construcción de las instalaciones, es recomendable que se considere la utilización de materiales como el adobe, el bambú, la palma y la madera, que son elementos naturales que no causan daño al medio ambiente ya que al expirar su uso se reintegran fácilmente a la naturaleza ya que son biodegradables, y el uso de tecnologías (como la energía solar, elaboración de composta, la implementación de baños y sanitarios ecológicos, la captación de aguas lluvias) que no causan impactos negativos en el medio ambiente, es decir en el suelo, el aire, el agua, la flora, la fauna, y la comunidad, así mismo el uso de estos métodos se puede contribuir a disminuir los desechos.

El valor agregado que se pueda incorporar a los productos y servicios dependerá en mucho de la creatividad y disposición de sorprender a los turistas.

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS Y TARIFAS

Para establecer los precios y tarifas de los productos y servicios turísticos, se tiene que evaluar los costos de producción, el gasto en materias primas, los insumos, los sueldos, el mantenimiento y desgaste de instalaciones y el equipo utilizado para realizar las actividades y prestar los servicios ofrecidos.

Además es conveniente considerar los precios y tarifas que se manejan en el mercado turístico, (análisis de la competencia), tanto para las actividades como para los servicios y hacer una evaluación que permita establecer tarifas justas y rentables.

LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una fortaleza del proyecto es su buena organización, por lo que se deberá plantear desde la elaboración del proyecto, cómo se va a organizar el proyecto. Esto conlleva a determinar, cómo va a ser la administración, cuántos puestos se van a necesitar, qué salarios se pagarán, entre otros puntos importantes para la organización interna y la operación del negocio.

Por ejemplo, para el manejo del proyecto se tendrá que dividir el trabajo y determinar quién se encargará de la administración, el manejo de los recursos (tesorero), la contabilidad, además de cómo se cubrirán los puestos operativos (por personas que pertenezcan a la familia de los socios, por los mismos socios, personal externo o de la comunidad), estableciendo un esquema por niveles de responsabilidad a través de un organigrama, en donde se establezcan las diferentes áreas para la operación de cada uno de los servicios turísticos, ya sea a través de comités, por departamentos o por actividades en específico.

Para poner en marcha el proyecto, y teniendo definido qué actividades se implementarán y los puestos requeridos, se necesitará un programa de educación y capacitación en donde se establezcan los tipos de cursos y/ o talleres que habrán que tomar los involucrados para poder desempeñar su trabajo, sin olvidar que la comunidad forma parte integral del desarrollo turístico, por lo que se deberá motivar y concientizar sobre su papel como anfitriones de los visitantes.

ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Es necesario que una vez que se tenga definido el proyecto, se realice un estudio de impacto ambiental, en el cual se sabrá cuáles son las etapas y actividades que tendrán mayor impacto en el ambiente donde se desarrolle el proyecto.

El estudio de impacto deberá hacerse tomando en cuenta tanto los efectos desfavorables como los favorables en los diversos elementos que conforman el medio como: suelo, vegetación, agua, aire, y desde luego los seres humanos, y de acuerdo a las actividades y servicios los productos que se ofrecerán para definir en cuál de ellos causará un mayor impacto y cuáles actividades los ocasionarán.

Mencionar la inclusión de nuevas tecnologías, energías limpias, manejo integral de desechos, eficiencia energética (ahorro de los recursos, gasolina, gas)

Mencionar que el medio ambiente tiene un aspecto social del que no puede desligarse, en este sentido, el rescate y la protección de la identidad local debe ser incluida en el diseño del proyecto y el producto turístico, por ejemplo, si se elaboran y comercializan artesanías, procurar que sean de materiales naturales abundantes en la zona y que reflejen la identidad local (leyendas, bailes, tradiciones, gastronomía, historia local, eventos históricos de la comunidad) procurando no utilizar para la elaboración o venta de artesanías especies animales y vegetales en peligro de extinción o que son prohibidas por leyes del país.

LA COMERCIALIZACIÓN

Importante mencionar en la elaboración del proyecto es la comercialización, a través del cual se determina la manera en que se venderán los productos y servicios turísticos, esto es, una vez que se conoce qué se va a vender, se definirá el cómo. Este punto implica determinar tres aspectos fundamentales: primeramente qué imagen se quiere proyectar, qué canales de distribución se van a utilizar y cómo se va a promocionar.

También hay que considerar los canales de distribución, que son aquellos que se utilizan para hacer llegar los productos y servicios a los turistas, dónde se colocarán, las formas de acceso o de adquisición, el cómo una persona va a comprar un paquete turístico o la reservación para la realización de alguna de las actividades que se ofrecen y el uso de los servicios. Para ello se establece primeramente si se van a vender los productos y servicios turísticos de forma directa o si se implementa un sistema de reservaciones que permita saber cuántas personas llegarán lo que permitirá a su vez programar acciones encaminadas a la atención de los turistas, así como estimar la afluencia turística.

Un canal de distribución directa, se hace a través de la instalación de una oficina de ventas y reservaciones en los poblados o ciudades más cercanos a la comunidad, siempre y cuando sea el lugar idóneo para captar turistas. Otro canal son las agencias de viajes u operadoras turísticas, con las cuales se negocia la venta de los servicios de la empresa a través de los canales de distribución que tienen estas agencias por el pago de una comisión.

LA PROMOCIÓN

La promoción consiste en los medios o formas que se utilizarán para dar a conocer los productos y servicios; para posicionarlos en el mercado turístico. Se recomienda que estos sean directos, es decir, dirigidos a segmentos de mercado bien identificados o mercados meta (definido en el estudio de mercado). Los medios directos pueden ser: folletos, cartas de presentación, invitaciones, mensajes de correo electrónico, dirigidos a grupos que practican actividades especializadas como por ejemplo: montañistas, observadores de aves, etc., que generalmente se organizan en redes y se comunican a través de la Internet, otro medio directo son las revistas especializadas en actividades de turismo de aventura, ecoturismo, ambientalistas o de conservación así como también realizar visitas a potenciales clientes (universidades, empresas, iglesias, instituciones entre otras).

La comunicación es fundamental para el éxito del proyecto, para ganar la aceptación y la comprensión de quienes rodean el proyecto, a través de la comunicación con los clientes actuales y potenciales, la misma comunidad y comunidades vecinas, las agencias de viajes, las instituciones de gobierno del sector turístico, los cooperantes, los proveedores de materias primas o equipo, relaciones que ayudarán a mantener una imagen positiva para la introducción de los productos y a contribuir al esfuerzo de ventas.

EL PRESUPUESTO PRELIMINAR

El presupuesto preliminar es la última parte del estudio técnico y en él se determina cual es la inversión total del proyecto, es decir, cuánto va a costar todo lo planeado. Debido a que, en los proyectos de turismo, lo que busca el turista son las actividades y la calidad en los servicios sin perder la calidad y limpieza en las instalaciones aunque estas sean sencillas, por ejemplo, las personas no viajan hasta la comunidad para dormirse en una cabaña, sino para realizar una actividad, la inversión en construcción y equipamiento puede resultar mínima en comparación a la que se tiene que hacer en capacitación, en equipo y de manera paulatina en trabajos de conservación del ambiente.

El presupuesto debe contener todos aquellos rubros en los que se va a invertir ya sea por aportaciones propias (como en el caso de los terrenos o instalaciones que ya estén construidos) o a través de un crédito o cooperación internacional. Los rubros básicos que debe contener un presupuesto son:

- Terrenos
- Construcción (desglosado por cada una de las instalaciones)
- Mobiliario y equipo (para equipar las instalaciones)
- Equipamiento (incluye instalaciones de agua, luz eléctrica, teléfono)
- Equipo de cómputo
- Equipo de campamento (si es el caso)
- Equipo especializado (por cada una de las actividades de turismo de aventura, ecoturismo o turismo rural que se vayan a ofrecer)
- Programa de educación y capacitación
- El uso de tecnologías alternativas (el uso de energía solar por ejemplo)
- Gastos pre operativos
- Capital de trabajo
- Programa de promoción y comercialización

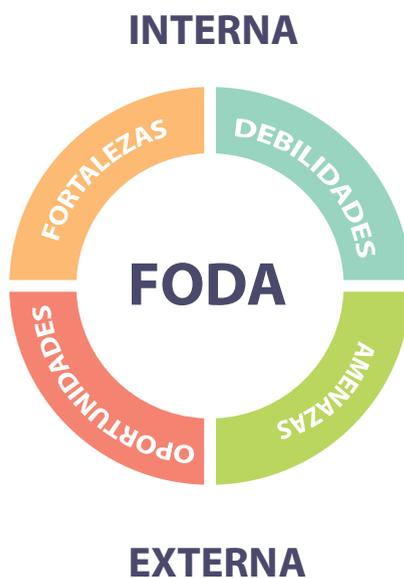
En cuanto a los recursos, posiblemente sea necesario recurrir a otras instancias para complementar los fondos necesarios para el proyecto. Una recomendación en este sentido es elaborar un listado de las instituciones a las que se puede solicitar el financiamiento, en qué rubro y cuánto, de esa manera se tendrá más claras las líneas de acción a seguir para conseguir los recursos, siendo recomendable presentar a estas instituciones los resultados de los estudios que muestren la viabilidad del proyecto.



Capítulo VI

ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS,
OPORTUNIDADES,
DEBILIDADES Y AMENAZAS
(FODA)





Además de las potencialidades y oportunidades del proyecto, también es necesario considerar las debilidades y amenazas que pueden afectar o detener el proyecto, tanto internas como externas, por ejemplo una mala planificación del proyecto, una débil organización, la acumulación de basura, la falta de servicios básicos, las condiciones políticas, los conflictos entre comunidades y la inseguridad representan amenazas para el proyecto.

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, conocido como FODA, es una técnica de planeación que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de organización, promoción, comercialización, comunicación o relaciones públicas. Este análisis permitirá conformar un cuadro de la situación, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso para la toma de decisiones

• **El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras:**

1. Fortalezas: Son las capacidades especiales de la institución u organización (o destino turístico), por las que se cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Los recursos que se controlan, las capacidades y habilidades que se poseen y las actividades que se desarrollan positivamente.
2. Oportunidades: Factores que resultan positivos, favorables y explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que se actúa y que permiten obtener ventajas competitivas.
3. Debilidades: Son aquellos factores que provocan una situación desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente.
4. Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso con el equilibrio y permanencia de nuestra organización o de un destino turístico.

La metodología para realizar el FODA puede ser a través de un taller para consultar a los actores involucrados sobre el proyecto. Para ello hay que proveer a los participantes de los insumos básicos como materia prima para trabajar. El taller puede tener dos fases, una fase informativa y una participativa. Durante la primera fase se provee la información básica del proyecto turístico, la cual sirve como insumo para su discusión posterior. Durante la segunda fase se promueve una lluvia de ideas en los temas de mayor relevancia.

Una vez se ha finalizado la sesión de trabajo, se procede a pasar la información a una matriz para ver lo que tiene más peso si las potencialidades o las vulnerabilidades del proyecto. De éste análisis resultan muchas líneas de acción para el estudio técnico del proyecto.

Ejemplo de análisis FODA:

FORTALEZAS

- Producto turístico original basado en una rica gastronomía y bello paisaje.
- Cercanía con centros urbanos y comerciales
- Interés de la comunidad en un proyecto turístico
- Abundancia de recursos en el territorio

DEBILIDADES

- Oportunidad de combinar los atractivos locales con ruta turística.
- Experiencia de trabajo con instituciones de turismo.
- Oportunidad de diversificación de la economía local.
- Apertura de hostales para pernoctar en el lugar.

OPORTUNIDADES

- Falta de planificación del destino
- Producto estacional (solo fines de semana)
- Iniciativas individuales no hay trabajo asociativo.
- Falta de señalización para acceder al lugar

AMENAZAS

- Reducido espacio físico que puede llevar a una saturación de carga.
- Competencia de empresarios que no son locales.
- Deforestación de bosque inmediato al mirador turístico.
- Baja calidad en la gastronomía local



Capítulo VII

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN
PROYECTO TURÍSTICO



La formulación de un proyecto inicia con la elaboración del perfil. El cual debe cumplir con la información necesaria para poder gestionar su financiamiento ante agencias de cooperantes, Embajadas, organismos multilaterales, países amigos y otras instancias que puedan brindar apoyo al desarrollo del país. Es de aclarar que cada Agencia Cooperante tiene su propio formato de proyectos, sin embargo se propone un formato básico para la elaboración de un perfil de proyecto turístico. La información que debe contener un perfil es la siguiente:

1. Nombre del proyecto

La denominación que se le dé al proyecto debe incluir, por lo menos, la siguiente información:

- La naturaleza de la intervención, vinculada con las acciones principales que el proyecto ejecutará (por ejemplo, mejoramiento de senderos, ampliación de tienda de artesanías, transporte ecológico, etc.) a fin de dar solución al problema que se ha identificado como relevante.
- La identificación de los establecimientos, servicios y/o unidades funcionales que serán intervenidos por el proyecto.
- La localización geográfica del proyecto.

2. Organización ejecutora del proyecto

Deben considerarse los siguientes aspectos:

Señalar el nombre de la unidad responsable para la elaboración del perfil (indicando, si fuera necesario, su ubicación dentro de la organización a la que pertenece).

Responsable: señalar el nombre de la persona responsable de la elaboración del perfil y su cargo dentro de la unidad formuladora.

3. Diagnóstico de la situación actual

Esto es una breve descripción de los antecedentes de la situación o potencial turístico existente que motiva el proyecto. En esta parte se puede considerar la información estadística disponible que sea pertinente (de la comunidad local y del sector turístico) y los documentos existentes sobre el tema.

4. Definición del problema y sus causas

En esta tarea se debe definir correctamente la situación que se intenta solucionar (es decir el problema central). Determinar ésta, así como sus causas, es muy importante, porque ello será el punto de partida para identificar las alternativas de solución.

Es recomendable que el problema sea lo suficientemente concreto para facilitar la búsqueda de soluciones, pero que a la vez que sea amplio para que permita plantear una gama de soluciones alternativas.

Cabe mencionar que el problema no debe ser expresado como la negación de una solución, sino que debe dejar abierta la posibilidad de encontrar alternativas para resolverlo como generación de empleos e ingresos.

5. Justificación del proyecto

Con lo descrito antes referido al diagnóstico y al problema se puede hacer un breve análisis de por qué se debe ejecutar el proyecto, porque es importante a partir de la situación anteriormente identificada.

6. Objetivos

6.1 Objetivo General

Es el fin o propósito del proyecto, se debe describir usando el verbo en infinitivo (Ej. Mejorar el acceso a, incrementar el número de turistas, educar en turismo comunitario, capacitar en atención al cliente, etc.).

La definición del objetivo general debe estar vinculada con el problema identificado. Muestra la situación positiva que se produce cuando se soluciona el problema. No debe confundirse con los resultados del proyecto.

6.2 Objetivos Específicos

Son las metas del proyecto para alcanzar el objetivo general. Son las etapas en que se agrupan las actividades.

7. Beneficiarios

Es la población que va a experimentar el cambio de situación una vez completado el proyecto. Es importante cuantificarlos.

8. Impacto y resultados

El impacto es la magnitud del cambio a experimentar con el proyecto. Los resultados son los productos del proyecto que pueden ser nuevos procesos, métodos y/o realidades físicas que antes no existían. Los resultados están directamente vinculados a las actividades.

9. Costos estimados

A partir de las actividades a desarrollar estimar los costos por actividad, se debe tener mucho cuidado en considerar todos los costos en que se incurrirán en la ejecución.

También es importante determinar la contrapartida a ofrecer en el proyecto. Puede ser en efectivo o en especies: transporte interno, asignación de un técnico, papelería etc.

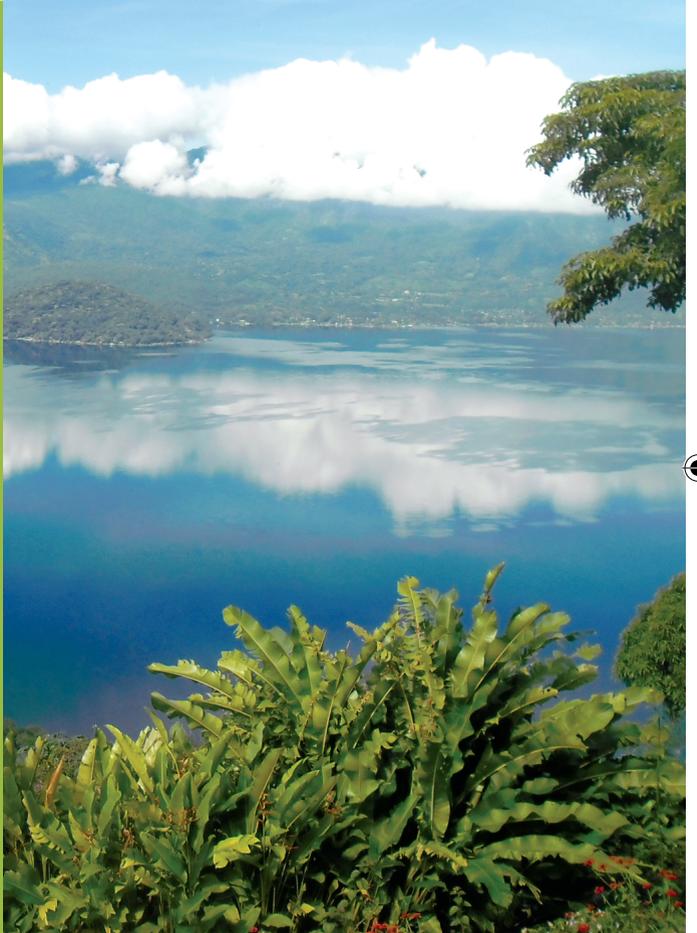
Consideraciones generales

- Los perfiles de proyectos normalmente deben presentarse en tres páginas, sin embargo existen fuentes cooperantes que tienen sus propios formatos de perfil y la información debe ser vaciada en dichos formatos.
- La elaboración y presentación del perfil de proyecto a la fuente cooperante no garantiza su financiamiento.
- Los tiempos que requiere la aprobación de un proyecto son diferentes dependiendo de cada fuente cooperante.



Capítulo VIII

BUENAS PRÁCTICAS CAMINO HACIA
EL TURISMO SOSTENIBLE



Las Buenas prácticas Ambientales son parte de los mecanismos o sistemas de protección al medio ambiente. Estos mecanismos pueden ser de dos tipos: Obligatorios y voluntarios. Los mecanismos Voluntarios se centran en la Prevención y se basan en normas o reglamentos a los cuales, los proyectos o empresas turísticas se adhieren voluntariamente. Son ejemplos de éstos mecanismos voluntarios: las Normas de Calidad y Sostenibilidad para Alojamiento Turístico producto de un trabajo conjunto del Ministerio de Turismo, La Corporación Salvadoreña de Turismo, el Ministerio del Medio Ambiente, GEF y el PNUD, en el marco del Programa Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICS) en el 2014, Las normas de Calidad Turística Salvadoreñas y Buenas prácticas Centroamericanas trabajadas por el Ministerio de Turismo, La Corporación Salvadoreña de Turismo y el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN).

Alrededor del mundo el sector turístico ha lanzado iniciativas públicas y privadas para promover la incorporación de prácticas de gestión ambiental en el Turismo. Dando como resultado una serie de programas, certificaciones, iniciativas, y proyectos que ahora cuentan con reconocimiento y aplicación internacional.

Lo anterior muestra como la gestión de la Calidad está ligada a la Gestión ambiental, difícilmente podrá prestarse un servicio turístico excepcional en un paisaje deteriorado o contaminado.

Ser eficientes medio ambientalmente, para un proyecto turístico quiere decir, operar en armonía con el medio sin perder su rentabilidad. La eficiencia medioambiental de un proyecto turístico tiene que ver con:

- Factores relacionados con el diseño de las infraestructuras.
- Factores relacionados a la forma en que se explota la instalación turística.

La implementación de la gestión de la Calidad y la Gestión Ambiental en un proyecto turístico puede resultar de interés para:

SECTOR PRIVADO	SECTOR PÚBLICO	SECTOR CIVIL
<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios • Inversionistas • Accionistas • Trabajadores • Competidores • Proveedores • Clientes • Entidades Financieras 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones públicas tanto en el ámbito ejecutivo, como Judicial y Legislativo. • Organismos normalizadores nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad Civil. • Organizaciones no gubernamentales. • Medios de comunicación. • Asociaciones de Desarrollo Comunal.

La adopción de buenas prácticas en Turismo está ligada al medio Ambiente, siendo el medio Ambiente todos aquellos elementos tanto vivos como no vivos que nos rodean, incluyendo al medio social, económico y cultural en que se encuentra el proyecto turístico.

Por lo que la implementación de las Buenas Prácticas que orienten a un proyecto Turístico hacia la sostenibilidad debe integrar factores: ambientales, sociales, culturales, de gestión empresarial, gestión de la Calidad entre otros.

La adopción de Buenas prácticas desde la concepción de una idea de negocio o de un Proyecto Turístico constituirá una base sólida para el desarrollo de un nuevo negocio o proyecto que responda a las demandas de los mercados

turísticos actuales, quienes cada vez exigen un producto que sea de calidad superior y cuyo impacto en el medio ambiente y las tradiciones locales, lejos de ser negativo sirva para potenciar el desarrollo sostenible y armónico de los destinos turísticos.

ASPECTO AMBIENTAL DE LAS BUENAS PRÁCTICAS

El turismo y el medio ambiente se complementan, la adopción de buenas prácticas en los proyectos turísticos, y en la operación de establecimientos turísticos ofrece ventajas como:

- **Claridad en las reglas del juego:** Toda la administración del establecimiento gira en torno a un objetivo definido a través de su Política Ambiental. Que no es más que un resumen de la posición del establecimiento frente a los factores ambientales y culturales que le rodean.

Mejor control de los recursos:

Sólo lo que se mide se puede controlar. El establecimiento de buenas prácticas conlleva a trabajar en orden, por ejemplo programando días de lavado y planchado en un hotel, calendarizando días de lavado de flotilla de autos en una arrendadora de vehículos.

- **Ahorro en la operación del negocio:** A través de las Buenas Prácticas se logra un uso eficiente de recursos: agua, energía eléctrica, combustible, que deriva en un ahorro en gastos de operación y en el pago de servicios. En el caso de transformaciones más grandes como la implementación de energía solar, la inversión inicial se verá recuperada en el ahorro a mediano y largo plazo con el uso de estas tecnologías.

- **Mejor Imagen del Establecimiento:** La aplicación de las Buenas Prácticas en los establecimientos turísticos y la comunicación de éstas a los turistas y visitantes, otorga al establecimiento un elemento diferenciador ya que ahora es responsable con el medio ambiente y la comunidad y puede exhibir esta cualidad en el mercado.

La Buenas prácticas constituye el primer paso en el camino hacia el desarrollo de la calidad y la sostenibilidad en un emprendimiento turístico, pudiendo lograr en el futuro una certificación turística- ambiental o la aplicación de un Sistema de Gestión Ambiental, que sirva como carta de presentación del establecimiento y como ejemplo a demás empresas del sector.

Factores Ambientales de las Buenas Prácticas en Turismo



1. RECURSO AGUA

El agua es necesaria para la vida y fundamental para los procesos de operación de un emprendimiento turístico, para la higiene y alimentación. En el planeta solo un 0.3% de la masa total del agua es dulce.

Por lo tanto todo proyecto turístico que busque conservar el agua construye una buena imagen ante los turistas responsables.

La implementación de las Buenas prácticas puede ser sencilla y a corto plazo. Acá algunas formas de hacerlo:

- Mantener controles y registros sobre el uso del agua.
- Optimizar el recurso: invirtiendo en mecanismo de captación de agua para aprovechar el agua lluvia que puede servir para baños, jardines, lavado de pisos, aceras y autos.
- Programar un mantenimiento y revisión periódica, de al menos una vez al mes, de tuberías para localizar y reparar fugas.
- Motivar a los turistas a participar en el programa de ahorro de agua. A través de la colocación de tarjetas informativas, atractivas y visibles, sobre las medidas de ahorro del agua que el establecimiento implementa e invitándole a ser parte de esta iniciativa.
- Promover un uso responsable de las toallas y sábanas indicando al visitante que si desea que se cambien diariamente las deposite en un lugar específico para que el servicio de la habitación sepa cuales toallas van a ser lavadas.
- Sustituir los servicios sanitarios tradicionales por eficientes, que emplean menos agua en cada descarga.
- Existen a muy bajo costo dispositivos aireadores que reducen el caudal de agua en duchas y grifos.
- En la cocina el lavado de frutas y verduras realizarlo en un recipiente con agua en lugar de con la llave del grifo abierta.
- Definir días específicos para el lavado a fin de ahorrar agua y energía en vez de lavar todos los días un poco.
- Regar los jardines de mañana o al anochecer para evitar la evaporación del agua y colocar aspersores al final de la manguera para optimizar su uso.
- Las aguas grises pueden ser reutilizadas en el lavado de pavimentos, aceras, patios paredes.

2. RECURSO ENERGÍA

Actualmente el mundo transita hacia la implementación de energías limpias y más eficientes. El turismo no está fuera de esta tendencia. El uso eficiente de energía no solo ayuda al medio ambiente sino se traduce en ahorros para quien las implementa.

Acá algunas ideas de uso eficiente de este recurso en un proyecto turístico:

- Calcular la energía consumida en la empresa y el consumo mensual. Existen instituciones que pueden apoyar en este tema.
- Identificar en las instalaciones de la empresa donde son los puntos de mayor consumo de energía eléctrica y realizar cambios en esas áreas: cambio de luminarias ahorradoras a tecnología LED, colocación de rótulos de sensibilización para apagado de luces, aires acondicionados y aparatos eléctricos que no se estén usando.
- Capacitar al personal para que conozca y aplique las medidas de ahorro de energía.
- Establecer un programa de mantenimiento e identificar a aquellos aparatos que consumen más energía y

sustituirlos por otros con certificación de eficiencia energética.

- Si existen problemas de ventilación o iluminación un cambio en la arquitectura de las instalaciones podría ser más barato a largo plazo que la colocación excesiva de iluminación artificial en un área y el aumento en la factura de energía que esto implica.
- Que el diseño y materiales de las instalaciones tome en cuenta las condiciones del lugar: humedad, temperatura, iluminación.
- Sembrar árboles y plantas alrededor de la estructura creará microclimas que otorgan frescura a los ambientes y los hacen más agradables.
- Pinte las paredes con colores claros ya que estos reflejan más la luz y se ve más iluminado.
- Un tragaluz puede mejorar la cantidad de luz que entra a las instalaciones.
- Trabajar con calentador de agua solar.
- Los aparatos refrigerantes deben estar lejos de fuentes de calor.
- Definir días específicos para el planchado de ropa planchando varias prendas de una vez, ya que cada vez que debe calentarse la plancha consume grandes cantidades de energía.
- Desarrollar y promover productos turísticos que no utilicen combustible por ejemplo caminatas, recorridos a caballo, en bicicleta.

3. DESECHOS SÓLIDOS

Los desechos sólidos son un tema de especial interés no solo porque su presencia afea el paisaje sino por la contaminación que estos generan. El correcto manejo de los desechos y sustancias como el aceite, los agroquímicos y otros es necesario para mantener no sólo el ambiente sino la buena salud de los locales y visitantes.

Para evitar la presencia exagerada de basura es necesario conocer y aplicar las "3 R" Reducir, Reciclar y Reutilizar. En lugares alejados donde el servicio de recolección de basura enfrenta más dificultades es necesario REDUCIR, lo que significa comprar productos que tengan menores envoltorios o que sus empaques sean biodegradables. Con acciones sencillas como realizar la compra en una bolsa de tela evitaremos bolsas de plástico.

Para abordar este tema la educación al turista es fundamental. Existen muchas zonas eco turísticas donde se le pide al turista que no deje basura y que la lleve consigo de regreso hasta depositarla en un lugar donde la recolección y manejo de los desechos esté garantizado.

BASURA NO ES LO MISMO QUE DESECHOS, LA BASURA NO SIRVE PARA NADA MIENTRAS QUE LOS DESECHOS PUEDEN RECICLARSE, SERVIR COMO MATERIA PRIMA O CONVERTIRSE EN PIEZAS ATRACTIVAS COMO MACETAS, ARTESANÍAS Y OTROS.

• Buenas Prácticas de gestión de desechos:

- Analizar el tipo de desechos que se producen y en qué cantidad. Buscar opciones para una disposición final responsable: venderlos a una recicladora, elaborar otros objetos con ellos.
- Determinar cómo se puede reducir la cantidad de desechos. Piense en alternativas.
- Reducir en la medida de lo posible los vasos y platos desechables ya que generan desechos que tardan años en desintegrarse y que además no aportan valor cultural a su producto gastronómico, caso contrario si éste se sirviera en un guacal de morro o bien en una taza de barro, en una hoja de plátano u otros.

- Si se contemplan bocadoos o refrigerios en un recorrido procurar que este sea natural: frutas nativas y de temporada y sin envoltorios plásticos.
- Usar aparatos que funcionen con energías alternativas o recargables para disminuir el uso de baterías desechables.
- Preferir envases retornables a los desechables.
- Evite la generación innecesaria de materiales impresos, los medios digitales son una excelente opción y con un mayor alcance.
- Buscar alternativas a la quema de desechos, además que va contra la ley es una amenaza para la salud humana.

LA LIMPIEZA DE UN DESTINO TURÍSTICO INFLUYE SOBRE LA DECISIÓN DE VOLVER.
NADIE RECOMENDARÍA UN LUGAR SUCIO A SU FAMILIA O AMIGOS

4. BIODIVERSIDAD

La biodiversidad son todas las formas de vida tanto animal como vegetal que nos rodea además de los seres humanos. Como se mencionó antes el Turismo y la naturaleza se complementan, por lo que el manejo de la Biodiversidad es una Buena Práctica fundamental para la sostenibilidad del Turismo. Para cuidar algo se debe conocer su importancia, para ello es necesario capacitarse. Existen instituciones que pueden capacitar en este tema.

El conocimiento de la biodiversidad que rodea el proyecto turístico será un valor agregado ya que muchos turistas se interesan en la biodiversidad y la naturaleza no sólo para disfrutarla sino para estudiarla. Tal es el caso del eco turista o de aquella persona que practica turismo de naturaleza fuerte es decir que viaja con la intención de estudiar una determinada especie o ecosistema. Este tipo de turismo es una excelente oportunidad para aquellos proyectos turísticos que se encuentren cerca de ecosistemas como: bosques, humedales, manglares, arrecifes de coral y otros para atraer al segmento de turismo estudiantil o juvenil, a través de programas de pasantías o voluntariados.

• Buenas prácticas en el manejo de la Biodiversidad:

- Determinar los impactos de la actividad turística del proyecto sobre la naturaleza y buscar cómo minimizarlos.
- Elaborar un código de conducta que puede estar enunciado en la política del establecimiento sobre el cuidado de la biodiversidad por parte del turista.
- Elaborar un inventario de plantas y animales de la zona y compartirlo con los clientes.
- Interpretar la información ambiental para los turistas y personal es decir, colocar los datos que queremos dar a conocer sobre una especie o procesos ecológicos con datos sencillos y atractivos, comprensibles por todos y fáciles de recordar.
- La Biodiversidad puede ser una excelente fuente de inspiración tanto para los diseños arquitectónicos del lugar como para el diseño de la línea gráfica de los materiales de publicidad e imagen del proyecto turístico. Es importante el retomar elementos de la naturaleza local para darle una mayor identidad al proyecto y producto turístico así como integrarlo al paisaje.
- No permitir que los clientes extraigan material natural de la zona.
- Eduque al turista en cuanto al comportamiento al visitar un área natural: aguardar silencio, no dejar residuos, caminar por el sendero indicado.
- Trabajar con aquellos que están en su misma sintonía. Es decir a la hora de seleccionar un proveedor buscar uno

que implemente las buenas prácticas.

- No servir platillos elaborados con animales en peligro de extinción o incluso prohibidos por la Ley, solamente consumirlos si vienen de granjas autorizadas.
- Respetar a los animales de hábitos nocturnos cuidando que la iluminación y el ruido del establecimiento sea nulo en la noche.
- Aprovechar cada oportunidad para educar ambientalmente a los turistas y trabajadores.
- No mantenga animales en cautiverio. Existen países en el mundo que han prohibido la exhibición de animales.
- Infórmese sobre las leyes e instancias ambientales del país y la localidad.
- Promueva actividades ecoturísticas que no impliquen ruido o contaminación auditiva como: observación de las estrellas, un sendero silencioso para escuchar los sonidos de la naturaleza.
- Infórmese sobre cómo manejar recorridos y visitas en zonas naturales.
- Considere la capacidad de carga de un recurso turístico (un sendero, una cascada, un bosque) que es el uso máximo que puede hacerse de un lugar sin dañar sus recursos, teniendo en cuenta que, si el lugar está deteriorado la calidad de experiencia de viaje del turista es menor y por lo tanto su satisfacción es menor. La capacidad de carga puede estimarse para infraestructura y a nivel de percepción del turista, es decir cuántas personas pueden visitar al mismo tiempo un lugar manteniendo un estado de confort, manteniendo la fluidez, evitando la aglomeración, las esperas y filas innecesarias. Para ellos es importante visualizar el atractivo en funcionamiento, el posible flujo de visitantes y pensar en el diseño del recorrido para que los grupos no se encuentren entre sí, teniendo en cuenta que cada turista quiere vivir su “experiencia única”.

5. SALUD Y SEGURIDAD

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la salud como el estado de completo bienestar físico y social que tiene una persona. La seguridad va mas allá de la ausencia de riesgo o peligro, implica también la sensación de confianza que se tiene en algo o en alguien.

Ambos elementos deben conjugarse cuando se concibe un proyecto turístico, ya que muchas de las consideraciones en cuanto a seguridad y salud determinarán el diseño de actividades que se ofrecen al turista así como en la implementación y operación de un proyecto turístico.

El abordaje de este tema puede realizarse desde dos perspectivas: La referente al turista y la referente al proyecto turístico.

• Buenas prácticas de Salud y Seguridad para el Proyecto Turístico:

- La seguridad debe estar presente en todas las etapas de un proyecto turístico. Desde su diseño, los riesgos deben ser identificados y evaluados para así prever una posible respuesta ante un fenómeno. Tomando en cuenta las condiciones geológicas e hidrológicas de la zona así como los eventos naturales que han ocurrido previamente y posibles modificaciones ocurridas por efectos del cambio climático.
- Que el emprendimiento turístico promueva la elaboración de un Plan Comunal de Protección Civil, prevención y mitigación de Desastres, en conjunto con autoridades, otras empresas y miembros de la comunidad donde se encuentra. Así como la elaboración de un mapa de riesgo de la zona.
- Diseñar planes de respuesta en caso de emergencias y colocar la señalización adecuada.
- Incluir en las etapas de diseño, construcción y operación del proyecto turístico criterios de Seguridad e higiene

Industrial, seguridad y salud ocupacional, esto incluye formación a trabajadores para que conozcan cómo desarrollar su trabajo de forma segura.

- Tener siempre en lugares visibles y accesibles un directorio de número de emergencia actualizados para ser usados en caso de emergencia (policía, hospitales cercanos, farmacias, Cruz Roja, Cruz Verde, Cuerpos de socorro y bomberos, así como del delegado de Protección Civil de la zona.
- Procurar que los trabajadores conozcan cómo reaccionar ante una emergencia.
- Conocer el marco legal con el que cuenta el País en materia de seguridad y riesgos: Ley General de Prevención de Accidentes en los Lugares de Trabajo, Ley de Protección Civil, prevención y mitigación de desastres.

• Buenas prácticas de Salud y Seguridad para en la actividad turística:

- La seguridad es una de las principales pautas para elegir un destino, no tiene que ver únicamente con la ausencia de peligro sino con la percepción de confianza que brinde un emprendimiento turístico, un producto turístico, un destino o un prestatario de servicios turísticos. La Organización Mundial del Turismo ha definido la seguridad turística como la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. La seguridad turística implica brindar confianza al turista, identificar y controlar los riesgos durante los servicios turísticos.
- Capacitar al personal a todo nivel en primeros auxilios, evacuación, reanimación Cardiopulmonar (RCP). Toda excursión a balnearios, ríos, lagos y playas se recomienda contar con servicio de guardavidas profesional.
- Los servicios turísticos deben acompañarse con una serie de recomendaciones de seguridad para los turistas, teniendo en cuenta que ellos no conocen el territorio.
- Para brindar un clima de confianza es necesaria una relación honesta y transparente con el turista, tomando en cuenta sus deberes y derechos como consumidor. Las empresas deben conocer los derechos de los consumidores establecidos en la Ley de Protección al Consumidor.
- Si el proyecto turístico incluye actividades de aventura o deportes extremos debe conocer el tipo de equipo de protección necesario para cada actividad, poseer la cantidad suficiente y en buen estado.
- Contar con controles necesarios en actividades que impliquen riesgo (hojas de descargo, bitácora para el guía turístico y otros).
- Proveer a los turistas de un número de contacto al cual llamar en caso de necesidad.
- Contar con un botiquín en el establecimiento turístico, y que éste contenga los implementos necesarios para atender las emergencias más comunes.

ASPECTO CULTURAL DE LAS BUENAS PRÁCTICAS

La cultura mucho más allá de ser un conjunto de normas y tradiciones, compartidas por un grupo social, es parte fundamental del producto turístico y muchas veces se convierte en el mismo producto cuando es un motivo cultural el que origina el desplazamiento.

Entre los tipos de turismo cultural se encuentra: el turismo religioso, el etnoturismo, el turismo gastronómico, el turismo arqueológico, y todos aquellos productos turísticos que se relacionan de manera directa con la producción artística, cultural de una sociedad así como el desarrollo de su vida cotidiana.

Para quienes formulan un proyecto turístico, operan una empresa turística o trabajan en el sector de manera directa o indirecta, en puestos gerenciales u operativos es necesario el conocimiento de la cultura del país y la localidad donde se encuentra ubicado, ya que esto es un elemento que atrae a los turistas.

El patrimonio cultural está constituido por todos los elementos que podemos tocar y aquellos que no. Por ejemplo la arquitectura ancestral, colonial y moderna de un lugar, manifestaciones religiosas, tradiciones, creencias, música, danza, elaboración de instrumentos musicales, procesos industriales y artesanales, elaboración de bebidas y comidas típicas, la medicina natural, rituales ancestrales y otros propios de las comunidades originarias o pueblos indígenas del país. Es también parte del patrimonio cultural toda la producción intelectual, literaria, creaciones científicas y técnicas.

En El Salvador el potencial para el turismo cultural es enorme, la presencia de rica historia tanto precolombina como contemporánea facilita la creación de productos turísticos únicos, entre los cuales están: Rutas artesanales, visitas educativas, turismo estudiantil, visitas a museos, festivales, congresos y eventos culturales, participación en actividades cotidianas de comunidades.

El país también posee la riqueza de contar con pueblos Originarios, o pueblos indígenas cuya cultura está viva y aún conservan sus rituales, lugares sagrados y manifestaciones religiosas, espirituales y culturales que vale la pena conocer y difundir a través del turismo.

Cuando se trabaja en el aspecto cultural de un proyecto turístico debe de tomarse en cuenta que este debe ser: auténtico y propio del lugar sin caer en la imitación o en convertir a la cultura en una simple “representación” alejada de la realidad cotidiana del lugar. Teniendo presente que una actividad cultural también es toda aquella que implique pautas de comportamiento de una localidad por ejemplo que el turista pueda sentarse a cenar conjuntamente con una familia local, compartiendo los alimentos que tradicionalmente ésta consume, también es una actividad cultural, hacer participar al turista en la elaboración de una taza de chocolate, o de un ponche tradicional es también una forma de realizar turismo cultural, turismo rural, turismo vivencial. Asimismo son experiencias que aportan un gran valor agregado a la visita de un destino turístico, que quedan en la memoria del turista y que le transmiten una idea real de una cultura o un grupo étnico. Además, este tipo de producto, no requiere una gran inversión, más que la adecuación de una casa para recibir a los turistas. Es importante recordar la inocuidad de alimentos, es decir que aquellos alimentos que se le ofrecen al visitante sean almacenados, preparados y servidos higiénicamente.

Implementando las buenas prácticas culturales en un proyecto turístico:

Participación de la comunidad.	Generar un proyecto turístico inclusivo minimiza la posibilidad del surgimiento de conflictos y proporciona la oportunidad de abordar de manera conjunta temas de interés para residentes y visitantes.
Patrimonio cultural como atractivo.	Exaltando y rescatando los valores culturales del lugar para ser parte del producto turístico.
Transmisión de la oferta cultural a los operadores turísticos y a los trabajadores del proyecto turístico.	Programando cada cierto tiempo charlas sobre aspectos culturales de la localidad a fin que los agentes implicados sean capaces de transmitir a los turistas y operadores la oferta cultural local.
Promover el conocimiento sobre la producción artesanal de la zona.	Promover y vender los productos y obras realizadas artesanalmente por la comunidad. Trabajar en el desarrollo o rescate de una identidad propia.
Manteniendo información disponible para los turistas.	Sobre lugares y empresas de la comunidad que ofertan productos artesanales y otros con valor cultural.
Incentivar a los turistas a experimentar la cultura local.	Incorporando al producto turístico presentaciones artísticas durante eventos especiales que reflejen la verdadera cultura local.
Promocionar el uso y aprendizaje de lenguas nativas por parte de los turistas.	Investigando e implementando palabras y frases en el producto turístico.
Promover espacios que favorezcan el intercambio cultural	Determinando cuales rituales o costumbres ancestrales pueden ser presentadas al turista, y ofreciendo visitas programadas a estos rituales.

EL TURISTA ACTUAL

Actualmente el turista ambientalmente sensibilizado y responsable busca ser parte del desarrollo de una localidad, contribuyendo en lo que se le solicita, como por ejemplo a ahorrar agua, a proteger la biodiversidad, a conservar y respetar las costumbres locales.

Es por ello que toda acción ambiental y social que el proyecto turístico implemente debe ser dada a conocer a los visitantes y colocada en la publicidad y las redes sociales del establecimiento. Si se implementan medidas amigables con el ambiente y no se comunica a los clientes, estaremos perdiendo la oportunidad de integrar al turista en la construcción del turismo sostenible ya que ellos son parte de este sistema.

Decálogo del Turista Responsable

1. Todos los lugares tienen su propia historia, naturaleza y cultura. Los turistas debemos informarnos sobre estos temas, de manera que nuestra conducta y actitud no les provoque ningún daño.
2. Conviva en armonía con la naturaleza. Observa la fauna silvestre desde cierta distancia sin perpetuar su hábitat.
3. Respete el silencio. La naturaleza tiene sus propios sonidos, permitirse escucharlos es una buena forma de conocerla un poco más.
4. Si visita ecosistemas sensibles, como zonas desérticas, bosques o selvas, infórmese de cómo hacerlo para causar el menor impacto posible y no degradarlos.
5. Utilice los recursos naturales, como el agua y la energía, con moderación. Recuerde que son bienes escasos.
6. No arroje residuos. Consérvelos con usted hasta su regreso o hasta encontrar recipientes habilitados al efecto.
7. Sea cuidadoso con el fuego. Puede provocar daños irreparables al medio ambiente.
8. Consuma productos que sean expresión de la Cultura Local, pruebe su gastronomía artesanal, conozca su patrimonio natural, histórico y cultural.
9. Trate de contribuir con su presencia al desarrollo de un turismo responsable y sostenible, construyendo con su viaje un planeta más saludable y solidario.
10. En un espacio natural procure que la única huella que deje detrás de él sea la de sus pisadas.

**“El Verdadero Viaje no consiste en Buscar nuevas paisajes sino en mirar con nuevos ojos”
Marcel Proust.**

Factores Ambientales de las Buenas Prácticas en Turismo



ALCANCES DE LAS BUENAS PRÁCTICAS

Si bien las buenas prácticas se pueden implementar con en un emprendimiento turístico que ya se encuentre funcionando. Es mucho mejor comenzar desde el Diseño del Proyecto e incluyen aspectos como la Planificación, la gobernanza y otros.

Desde el diseño del proyecto

- Los procesos de elaboración del proyecto y de sus acciones deben ser participativos, tener consulta, contar criterios de género y ser incluyentes.

Durante la operación

- En las relaciones con clientes, proveedores, empleados y otras empresas.
- En la gestión ambiental y social de proyecto.

TODOS SON IMPORTANTES

De la diversidad proviene la riqueza, es por ello que cuando se diseña el proyecto Turístico se debe buscar contar con un amplio número de participantes que tengan diferentes ocupaciones, profesiones, y de diversas edades. Para así lograr recopilar diferentes visiones sobre una misma propuesta que permita satisfacer las necesidades del grupo. Todas las opiniones deben ser escuchadas.

De igual forma en el diseño del producto turístico se debe realizar un proceso de consulta o validación de su propuesta, para saber si el producto es accesible y de interés para el público meta al que va designado.

Todo camino comienza con un primer paso. Cada proyecto es diferente según sus características y objetivos, se puede definir cómo empezar a implementar las Buenas Prácticas, a medida éstas se incorpore a la vida diaria del proyecto turístico en su diseño y operación mejorarán la imagen del establecimiento y ayudarán a construir un espacio turístico sostenible e integrado.

Buenas prácticas en el Diseño de Productos Turísticos.

- Observar y escuchar activamente: a través de una mirada atenta a la realidad se pueden detectar oportunidades de nuevos productos turísticos, a través de alianzas estratégicas, encadenamientos productivos un ejemplo de esto es: si se propone un hotel, y cerca del hotel existe una parcela agrícola se puede incluir una visita a esta parcela, ganando ambas partes y extendiendo así los beneficios económicos del turismo a diferentes miembros de la comunidad que no se dedican necesariamente al turismo, de ésta forma se puede incluir artesanos, productores de miel, mermelada, alfareros y otros.
- Crear el producto pensando en quien lo va a consumir: muchas veces se vende lo que "nosotros quisiéramos comprar" y no lo que "el cliente quiere comprar" por ello el diseño debe basarse en el tipo de cliente/ turista que se desea recibir. Por ejemplo si se piensa en un restaurante familiar o un parque familiar, deben diseñarse actividades para todas las edades y los senderos deben ser aptos para personas de todas las edades y condiciones físicas, tomando en cuenta que algunos pueden presentar dificultades de movimiento a las cuales la empresa turística debe facilitar opciones.
- Aplicar el diseño para Todos: desde el diseño concebir la instalación turística para ser usada por diferentes tipos de público: adulto mayor y población discapacitada. Existen instituciones que pueden brindar asesoría técnica en este tema (VER ANEXO).
- Generar información veraz sobre las condiciones del destino: informando de las condiciones de los senderos (terreno, dificultad, humedad, inclinación) así como de los servicios que se ofrecen. La publicidad debe corresponder a la realidad y no crear falsas expectativas en el cliente.
- Actualización constante: nunca se deja de aprender, el informarse sobre experiencias de otros países e indagar sobre las tradiciones propias pueden surgir ideas de nuevos productos turísticos. El rescate de la memoria histórica, y tradiciones es vital para la sostenibilidad del turismo, en especial del turismo cultural en todas sus formas.
- Incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el producto turístico: actualmente la internet y la telefonía móvil son herramientas indispensables en el mundo de los negocios y por lo tanto en el turismo, debido a que el cliente muchas veces no reside en el mismo país, y este es el medio más rápido para conocer de la oferta turística de un lugar. Es necesario contar con presencia en la Internet y redes sociales y que éstas sean actualizada periódicamente para no perder oportunidades.

REFLEXIONES FINALES Y RECOMENDACIONES

La formulación de un proyecto turístico implica la toma de decisiones acerca de los resultados que se quieren obtener y a la forma en que se quiere tener incidencia en un territorio tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta, las potencialidades y las limitaciones. Por esta razón, la elaboración de proyectos debe enmarcarse en un proceso continuo de planificación participativa de manera que vaya aparejado a la agenda de la organización y al proceso de formulación de proyectos y propuestas que tengan como finalidad su presentación ante organizaciones nacionales o internacionales para obtener financiamiento.

Es importante que los proyectos se vinculen estrechamente con una agenda de planificación de acuerdo a la experiencia de trabajo de nuestra organización y no orientar la formulación de los proyectos según las convocatorias u ofertas de financiamiento que sean ajenas a las líneas de trabajo propias de la organización.

El proceso de planificación también incluye la reflexión y la evaluación sobre el trabajo que se ha realizado a fin de aplicar las lecciones aprendidas a las futuras acciones. La evaluación permite realizar un análisis crítico sobre el cumplimiento de los objetivos y de la capacidad que se tiene para poder alcanzarlos lo que constituye una importante fuente de información para la toma de decisiones futuras. La evaluación también nos permite identificar algunas debilidades que deben corregirse para así mejorar la calidad en el desarrollo de los productos y servicios turísticos.

Una vez que se tiene formulado el proyecto es necesario proceder a la identificación de las fuentes de cooperación tanto a nivel nacional como internacional, puede elaborarse un mapa de cooperantes lo que le permitirá a la organización contar con un instrumento para identificar oportunidades provenientes de organismos e instituciones cooperantes que se ajusten a la misión, programa y actividades que lleva a cabo nuestra organización (Se adjunta un documento con algunos de los principales cooperantes para el desarrollo del turismo que puede servir de base para un documento del Mapeo de cooperantes más completo).

Una vez se ha seleccionado una fuente cooperante se debe identificar las convocatorias específicas a las que la organización pueda aplicar; se debe proceder a la investigación de las características del cooperante, sus áreas geográficas de intervención, prioridades temáticas, cuáles son sus principales líneas de apoyo en el país (por ejemplo si apoyan proyectos turísticos), las organizaciones que ha financiado anteriormente, quienes son sus socios o aliados y los requisitos que solicitan, ya se trate de una institución nacional, una agencia de cooperación internacional o de una fundación donante y si encaja con el perfil del proyecto, se debe proceder a establecer una eventual comunicación con el potencial cooperante.

En base a la experiencia en la formulación y ejecución de proyectos turísticos con el apoyo de instituciones cooperantes tanto nacionales como internacionales, consideramos que las organizaciones que trabajan en el sector turístico que deseen presentar un proyecto a consideración de la cooperación internacional deben cumplir algunos requisitos que contribuirán al éxito de su gestión.

En primer lugar están los requisitos formales que exigen la mayoría de las convocatorias de cooperación tales como el de ser una organización que cuente con su personería jurídica.

Otro requisito es el de tener al menos dos años de funcionamiento como organización formal y con todos sus documentos en orden e informes, particularmente si ya tiene experiencia en la formulación y ejecución de algún proyecto que aseguren que han efectuado un buen uso de los recursos otorgados.

Otro elemento importante es la pertenencia a redes o alianzas ya que cada vez más las instituciones cooperantes están interesadas en conocer la manera en que las organizaciones se relacionan con otras similares y también les confiere un mayor grado de legitimidad.

Las referencias de otras organizaciones que conozcan y recomienden el buen desempeño de la organización que presenta el proyecto son muy importantes, de esta manera si el proyecto tiene un alcance regional será positivo contar con estas referencias.

Es muy importante contar con informes de proyectos ejecutados, folletos, publicaciones, fotografías, videos, testimonios de los beneficiarios, página web, esto demuestra la experiencia de la organización.

Los montos a solicitar deben ser montos similares a los que ha recibido la organización en proyectos similares, si es el primer proyecto, no se debe solicitar montos muy altos si no que deben ser montos que la organización pueda administrar.

Ser innovadores, pero se pueden presentar proyectos con temáticas en las que la organización se desempeñe mejor, presentar nuevos enfoques y formas de hacer el turismo de acuerdo a las tendencias mundiales tales como: turismo médico, turismo rural comunitario, ecoturismo, turismo de aventura, entre otros.

No hay que precipitarse, muchas veces se aprende caminando, es decir que no hay que esperar a tenerlo todo para empezar.

La base es fortalecer la organización comunitaria. Los proyectos deben ser decididos, diseñados y ejecutados desde lo local, ambientados en el territorio y de acuerdo al momento histórico en el que surgen estas iniciativas.

Los productos turísticos deben estar basados en la experiencia y las condiciones locales pero con una proyección de acuerdo a las tendencias del turismo mundial, que incluyan, además de la estrategia económica, otras relacionadas con la gastronomía local y su potencial turístico, la preservación del entorno, la mejora de las infraestructuras locales, la capacitación de la población, el fortalecimiento de las organizaciones sociales y su incidencia en los ámbitos de decisión política.

En algunos territorios que tiene vocación agropecuaria, los proyectos de turismo deben ser una actividad complementaria y no sustitutiva de las fuentes de ingreso existentes, que persigan la diversificación de las economías locales y la ampliación de espacios de empleo y ocupación, por lo tanto no se deben abandonar las otras actividades productivas.

Los proyectos deben ser gestionados y controlados desde lo local, que promuevan los espacios de participación y decisión, fomentando la participación de las mujeres, jóvenes, adultos, comunidades indígenas y buscar la vinculación con grupos que puedan tener interés en el proyecto turístico y de esta manera se pueda contribuir a la generación de empleo e ingresos a través del consumo de los servicios turísticos que se ofrezcan.

1- ANEXOS

BANCO DE DATOS DE ORGANISMOS Y AGENCIAS COOPERANTES

Nombre: Banco Mundial
 Dirección: Urbanización de Santa Elena, Boulevard Orden de Malta Sur, Edificio Naciones Unidas, Antiguo Cuscatlán, La Libertad
 Teléfono: 2526-5900, 2526-5959; Fax: 2526-5945
 Correo: rarevalo@worldbank.org
 Página Web: www.worldbank.org ; <http://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador>
 Línea de apoyo: Acabar con la pobreza extrema. Promover la prosperidad compartida

Nombre: BID – Banco Interamericano de Desarrollo
 Contacto: Marco Carlo Nicola
 Dirección: Edificio WTC, piso 4 89 Av. Norte y Calle El Mirador San Salvador, El Salvador
 Teléfono: 2233-8900; Fax: 2233-8921
 Correo: BIDEISalvador@iadb.org
 Página Web: <http://www.iadb.org/es/paises/el-salvador/el-salvador-y-el-bid,1062.html> Línea de apoyo: Reducir pobreza y la desigualdad

Nombre: BCIE – Banco Centroamericano de Integración Económica
 Dirección: Calle La Reforma, No.130, Colonia San Benito, San Salvador, El Salvador.
 Teléfono: 2267-6100; Fax: 2267-6130
 Correo: recursoshumanos@bcie.org
 Página Web: <http://www.bcie.org/?lang=es>

Línea de apoyo: Promover la integración y el desarrollo de los países fundadores. Desarrollo Social, Integración Regional y Competitividad.

Nombre: CENPROMYPE – Centro de la Promoción de la MIPYME en Centroamérica
 Contacto: Gilberto Alcocer (Representante del Consejo MIPYME Centroamericano)
 Dirección: Av. Circunvalación No.294, Colonia San Benito, San Salvador
 Teléfono: 2264-5207
 Correo: info@cenpromype.org

Página Web: <http://www.sica.int/cenpromype/>

Línea de Apoyo: Mejorar la competitividad y el acceso de la MIPYME a los mercados regionales e internacionales

Nombre: FIA – Fundación Interamericana
 Dirección: 1331 Pennsylvania Avenue. NW, Suite 1200 North Washington, DC 20004
 Teléfono: 202-360-4530
 Correo: inquiries@iaf.gov
 Página Web: <http://www.iaf.gov/>
 Línea de Apoyo: inversión social, desarrollo local

Nombre: GEF - Fondo para el Medio Ambiente Mundial
 Dirección: Km. 5 1/2 Carretera a Santa Tecla Calle y Colonia Las Mercedes Edificio Marn (Instalaciones ISTA) San Salvador El Salvador
 Teléfono: 2267 9418; Fax: 2267 9420
 Correo: despacho@marn.gob.sv
 Página Web: www.thegef.org
 Línea de Apoyo: financiador del mundo de proyectos que buscan generar beneficios ambientales globales, a la vez que contribuye al financiamiento de iniciativas nacionales de desarrollo sostenible. Protección ambiental, reducción de pobreza, empoderamiento local.

Nombre: OEA – Organización de los Estados Americanos
 Contacto: Jonathan Ivan Ochaeta
 Dirección: Calle El Mirador, Edificio Torre Futura, Local 10-02 Col. Escalón, San Salvador
 Teléfono: 2263-7126; 2263-6776
 Fax: 2263-6780
 Correo: OASEISalvador@oas.org
 Página Web: http://www.oas.org/es/acerca/offices_detail.asp?sCode=ELS

Línea de Apoyo: Reducir la pobreza y lograr el desarrollo económico. Contribuye a la consolidación de las democracias, el fortalecimiento de la gobernabilidad, la confrontación de amenazas a la seguridad hemisférica y la defensa de los derechos de los ciudadanos de la región.

Nombre: Organización Mundial del Turismo (OMT)
 Capitán Haya 42
 28020 Madrid, España
 Tel +34 91 567 81 00
 Fax +34 91 571 37 33
 Fax +34 91 253 40 36

omt@unwto.org

www.unwto.org

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

Nombre: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD-

Dirección: Edificio Naciones Unidas Blvd. Orden de Malta Sur, No. 2-B Santa Elena, Antiguo Cuscatlán La Libertad El Salvador

Teléfono: 2263-0066

Fax: 2209-3588

Correo: pnud.sv@gmail.com

Página Web: <http://www.pnud.org.sv>

Línea de apoyo: Desarrollo sostenible y reducción de desastres naturales, Reducción de pobreza, desarrollo humano, Prevención de crisis (desastres naturales), equidad de género.

Nombre: SICA – Sistema de la Integración Centroamericana

Contacto:

Dirección: Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador

Teléfono: 2248-8800

Correo: info.sgsica@sica.int

Página Web: <http://www.sica.int/>

Línea de Apoyo: Apoyar a los órganos e instituciones de Integración y sociedad civil, para hacer progresivamente de Centroamérica una "Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo", mediante la integración en lo político, económico, social, cultural, y ecológico, procurando el fortalecimiento y ampliación de la participación de la región, en su conjunto, en el ámbito internacional.

Nombre: SITCA – Secretaría de Integración Turística Centroamericana

Dirección: Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán La Libertad, El

Salvador, Centroamérica

Teléfono: 2248-8838; Fax: 2248-8897

Correo: info.stcct@sica.int

Página Web: <http://www.sica.int/>

Línea de Apoyo: seguimiento a mandatos presidenciales en materia de turismo y a los acuerdos del Consejo, con el fin de contribuir a los objetivos del mismo. Consecución de los programas de integración y desarrollo sostenible del turismo en Centroamérica.

Nombre: Fundación Universitaria Iberoamericana – FUNIBER-

Contacto: Benjamín Jiménez

Colonia San Benito, Av. Las Palmas No. 183, Interior del edif. 2do. Nivel. Zona Rosa, San Salvador, El Salvador C.A.

Teléfono: 00 (503) 2246-0173 - 76

elsalvador@funiber.org

Línea de Apoyo: formación en difusión y aplicación de herramientas TIC (Tecnologías de Información y Comunicación)

Nombre: AECID – Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Contacto: D. Ignacio Nicolau Ibarra (Coordinador General)

Dirección: Calle 2 No. 285 entre C/ La Reforma y C/Loma Linda, Colonia San Benito San Salvador, El Salvador

Teléfono: 2211-2324; Fax: 2275-7525

Correo: otc@aecid.org.sv

Página Web: <http://www.aecid.org.sv/>

Línea de Apoyo: Reducción de pobreza, Reforma de la administración, Participación Social

Nombre: ACCD- Asociación Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo

Dirección: Via Laietana, 14 4a planta, 08003 Barcelona

Teléfono: 93 554 54 00, 93 554 50 22

Fax: 93 554 78 05

Correo: cooperacio@gencat.cat.

Página Web: <http://www20.gencat.cat/portal/site/cooperaciocatalana>

Línea de Apoyo: Gestionar políticas de cooperación al desarrollo y acción humanitaria.

Nombre: ALBASUD – Investigación y Comunicación para el Desarrollo

Contacto: Ernest Cañada
 Correo: info@albasud.org
 Página Web: <http://www.albasud.org/>
 Línea de Apoyo: Investigaciones sociales sobre cuestiones relacionadas con el desarrollo. Materiales de educación para el desarrollo. Desarrollo de imagen corporativa de instituciones, productos o servicios

Nombre: GIZ- Agencia Alemana para la Cooperación Internacional
 Dirección: Boulevard Orden de Malta, Edificio GIZ Urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán
 Teléfono: 2121-5100; 2121-5105
 Correo: giz-el-salvador@giz.de; info@giz.de
 Página Web: <http://www.giz.de/en/>
 Línea de Apoyo: Cooperación internacional para el desarrollo sostenible

Nombre: Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
 Dirección: Torre Futura 8 nivel 803, Calle del Mirador y 87 Avenida Norte, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador
 Teléfono: 2565-8700
 Fax: 2263-0935
 Correo: el_oso_rep@jica.go.jp
 Página Web: <http://www.jica.go.jp/elsalvador/english/index.html>
 Línea de apoyo: Promover desarrollo sostenible, estimular la economía y la expansión de empleo, conservación del medio ambiente

Nombre: Unión Europea
 Contacto: Jaime Segura Socias; embajador
 Dirección: Calle Cortez Blanco Poniente y Calle Holcim #2, Urbanización Madreselva Antiguo Cuscatlán
 Teléfono: 2243-2424; Fax: 2243-2525
 Correo: delegation-el-salvador@eeas.europa.eu
 Página Web: http://eeas.europa.eu/delegations/el_salvador/index_es.htm
 Línea de Apoyo: Apoyo a la democracia y derechos humanos relacionados con el asilo y la emigración. Ayuda humanitaria en catástrofes

Nombre: USAID – US Agency for International Development

Contacto: Mileydi Guilarte
 Dirección: Embajada de los Estados Unidos de América Bulevar y Urbanización Santa Elena Antiguo Cuscatlán La Libertad, El Salvador, C.A.
 Teléfono: 2501-2999; Fax: 2501-3401

Correo: mguilarte@usaid.gov; webmaster_es@usaid.gov
 Página Web: <http://www.usaid.gov/el-salvador>
 Línea de Apoyo: Promover la democracia y la gobernabilidad, expandir y diversificar la economía, contribuir a mantener una población más sana y con mejor educación y ayudar al país a recuperarse de los desastres naturales.

Cooperación Internacional. En su acepción más general alude a todo aquel esfuerzo de cooperación entre dos o más países para abordar una temática, solucionar un problema o hacer frente a situaciones negativas de mutuo acuerdo.

Clasificación de las fuentes de cooperación internacional
 Fuentes oficiales. Son aquellas que representan a gobiernos u organismos internacionales de carácter estatal.

Bilaterales. Las fuentes bilaterales son aquella establecidas por los países a través de sus Agencias de cooperación o de sus embajadas.

Multilaterales. Son organismos multilaterales que otorgan o ejecutan cooperación con sus propios recursos o con fondos entregados por los países miembros para programas concretos.

Fuentes no oficiales. Corresponden a organizaciones internacionales de carácter privado, sin ánimo de lucro, más conocidas como Organizaciones No Gubernamentales, ONG's, o las organizaciones internacionales de asistencia no oficial, como por ejemplo las fundaciones (Por ejemplo la Fundación Interamericana).

2- Glosario Básico

Principales modalidades de cooperación internacional

Cooperación técnica. Es la cooperación destinada a apoyar a países en desarrollo, mediante la transferencia de técnicas, tecnologías, conocimientos, habilidades y experiencias, en determinadas áreas donde un país o una fuente tenga mayor nivel de desarrollo. Por tanto, es la provisión de Recursos con el propósito fundamental de aumentar el nivel de conocimientos, habilidades y técnicas productivas (capital humano) de la población de los países en desarrollo.

Cooperación financiera. Es la cooperación ofrecida por las fuentes bilaterales y multilaterales mediante la asignación de recursos financieros con el objeto de apoyar proyectos de desarrollo, y se divide en reembolsable y no reembolsable. La cooperación financiera no reembolsable es aquella en donde no hay reintegro de los recursos monetarios. La cooperación financiera reembolsable asume la forma de créditos blandos, bajo condiciones de interés y tiempos más favorables.

Cooperación técnica entre países en desarrollo (CTPD), cooperación sur-sur o cooperación horizontal. Es un tipo de cooperación técnica, y su especificidad radica en que se da entre países de similar o menor nivel de desarrollo. En este tipo de cooperación, un país ofrece asistencia técnica en áreas donde hayan tenido experiencias exitosas o desarrollo de tecnologías específicas, que ameriten ser implementadas en otros países.

Triangulación, es decir una tercera forma de cooperación cuya potencialidad es creciente en los ambientes de la cooperación internacional por su capacidad de movilizar recursos adicionales, permitiendo responder a demandas crecientes de cooperación horizontal entre países en desarrollo, contando para ello con el apoyo de las fuentes tradicionales.

Cooperación científica y tecnológica. Transferencia e intercambio de tecnologías aplicadas a servicios básicos de educación, salud y saneamiento. Investigaciones compartidas.

Ayuda de emergencia o humanitaria. Tiene por finalidad asistir a los afectados por catástrofes humanas o naturales mediante el envío de bienes y equipos de primera necesidad.

Ayuda Alimentaria. Es el aporte de productos alimenticios a países en desarrollo para potenciar el autoabastecimiento y garantizar su seguridad alimentaria.

Cooperación Descentralizada. La cooperación descentralizada se está transformando crecientemente en un instrumento de apoyo innovador a los Gobiernos y comunidades locales. A través de ella se establecen relaciones directas entre entidades

regionales y órganos de representación local, buscando estimular sus capacidades de proyectar y llevar a cabo iniciativas de desarrollo participativo,

Cooperación no gubernamental. Es la Cooperación surgida en el seno de la sociedad civil y gestionada por las ONGs. Esta Cooperación se ha convertido en los últimos años en un elemento esencial para completar el panorama internacional en la materia.

Instrumentos de cooperación internacional

Algunos de los instrumentos o mecanismos comúnmente utilizados en la gestión de la cooperación internacional son:

El proyecto. Es un Conjunto de actividades interrelacionadas para ser llevadas de manera coordinada, a fin de lograr un objetivo específico de relevancia, en un plazo previamente establecido y mediante la utilización de recursos predeterminados.

Comisiones Mixtas. Son reuniones de trabajo, entre el Ministerio de Relaciones Exteriores y las agencias de cooperación de los países amigos y/o los Organismos de Cooperación e instituciones del sector público con el objetivo de definir las áreas de Cooperación, los criterios, plazos y mecanismos operativos para presentar solicitudes de Cooperación (proyectos).

Organismo ejecutor o unidad ejecutora. Es la entidad pública designada para ejecutar directamente o a través de unidades definidas, proyectos con recursos que se han obtenido de fuentes cooperantes, ya sea de carácter reembolsable o no reembolsable.

3- Glosario Básico Turístico

Agenda 21: es un documento que recoge el acuerdo de las Naciones Unidas para el logro del Desarrollo Sostenible que se presentó en la Cumbre de las Naciones Unidas que se celebró en Río en 1992. Este acuerdo se firmó junto con la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. La agenda es una lista de asuntos económicos, sociales, culturales y ambientales que requieren se les preste atención en el siglo XXI.

Análisis Expost: "ex - post" significa después del hecho, por lo tanto, este análisis se debe realizar una vez han pasado las acciones.

Análisis FODA: el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es una técnica de planeación que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de organización, promoción, comercialización, comunicación o relaciones públicas. Este análisis permitirá conformar un cuadro de la

situación, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso para la toma de decisiones.

Atractivo Turístico: Lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico y que es capaz de motivar el desplazamiento.

Atractivo Turístico: Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y constituyen la principal atracción para el turista, dando paso al establecimiento de la infraestructura necesaria para llegar a conformar un producto turístico.

Alojamiento: Es aquel cuya actividad exclusiva o principal es brindar el servicio de alojamiento por cortos períodos de tiempo, contando con recepción y en la mayoría de los casos, servicio de comida

Artesanías: Grupo de manifestaciones materiales de uso doméstico generalmente, que se caracterizan por su elaboración manual e individual y llevan el reflejo y sello personal de su hacedor o artesano”.

Capacidad Instalada: Es la capacidad que tiene una zona, región o país de albergar a los visitantes, satisfaciendo sus necesidades a nivel de alojamiento, gastronomía y otros relacionados, al momento de desplazarse a un destino.

Blog: es una página web que se aloja en internet, generalmente de carácter personal o empresarial donde se trata un tema en particular. El blog presenta información sobre un tema concreto. Buenas Prácticas: son experiencias que tienen como guía principios y objetivos y que han dado resultados positivos, si se ponen en práctica se convierten en modelos a imitar. Existen diversos tipos de buenas prácticas entre ellas están las buenas prácticas ambientales, las buenas prácticas empresariales.

Capacidad de Carga Turística: la Organización Mundial del Turismo (OMT) máximo rector del turismo a nivel internacional la define como “el número máximo de turistas visitando en un mismo momento un sitio dado, sin causar al ambiente destrucción alguna de orden físico, biológico o económico y sociocultural, ni una degradación inaceptable del grado de satisfacción del visitante”. En términos más sencillos es hasta dónde pueden recibirse visitantes sin que la calidad del medio ambiente y de la experiencia turística se deteriore.

Clientes potenciales: son aquellas personas que todavía no realizan compras a la empresa pero podrían hacerlo en el futuro. Se consideran clientes potenciales a aquellos que tienen la posibilidad económica y física de comprar y usar el producto que la empresa ofrece

Calidad: Grado en que un producto o servicio satisface la necesidad de un consumidor.

“Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso, persona o servicio que cuentan con capacidad y aptitud para satisfacer una necesidad o expectativa implícita o explícita.

Competitividad: Es la habilidad para sostener una rentabilidad alta y a largo plazo relativa a sus competidores.

Circuito turístico: Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido.

Conciencia turística: Se puede definir como el conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar, tanto frente a sus atractivos y recursos, como con los viajeros o turistas que los visitan.

Destino Turístico: Es una región perteneciente a un país determinado que permite la generación de estadísticas turísticas.

Desarrollo sostenible: Se puede definir como aquel que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.

Demanda Turística: En términos generales es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

Ecoturismo: Se basa en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

Excursionista: Se define como todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un período inferior a 24 horas sin incluir pernoctación en el país visitado y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Empresa turística: Por extensión, unidad de organización dedicada a la prestación de servicios turísticos, entre otras, Aerolíneas, Hoteles, Agencias de Viaje, Restaurantes, Arrendadoras de Vehículos etc.

Gastronomía: Establecimientos cuya actividad exclusiva o principal consiste en la venta y el servicio de alimentos preparados.

Inventario Turístico: Es una recopilación útil y de fácil interpretación de recursos, atractivos, productos, infraestructura

y capacidad instalada de una región. El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, además representa un instrumento valioso para la planificación turística.

Ocio: Es el tiempo del que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo; es un elemento compensador de las condiciones de trabajo y de la vida moderna.

Oferta Turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes.

Producto Turístico: Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Recurso Turístico: Factores físicos y culturales de una región determinada potencialmente explotables por el turismo.

Ruta turística: la ruta turística es un recorrido que tiene como objetivo: permite admirar paisajes, rememorar sitios históricos, disfrutar de zonas de playas o montañas, de actividades deportivas o de aventura, siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos, para quienes están de paseo y deseosos de admirarse con la geografía natural y/o humanizada del sitio.

Servicios Asociados al Turismo: Se refiere a la infraestructura y servicios presentes en la zona de influencia de visitantes, donde lo primordial es satisfacer las necesidades de los turistas como la calidad de servicio y la satisfacción que brinden en su momento las empresas requeridas por ellos (bancos, hospitales, gasolineras, mercados, carreteras, etc.)

Turismo: Es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual.

Tour Operadores: Se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y puestos a la venta con anticipación a la demanda real. Dichas agencias forman grupos empresariales mediante la integración horizontal o vertical.

Turista: Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

Turismo rural: Es el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, las artesanías.

Turismo de aventura: Comprende las actividades que implican la participación de una persona como una respuesta al desafío que ofrecen principalmente el mundo físico y natural.

Turismo cultural: Es el viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, materiales, intelectuales, y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico".

Turismo deportivo: Es el que se basa en las prácticas o actividades deportivas como por ejemplo el surf, ciclismo, navegación, senderismo, canopy, paracaidismo, etc.

Turismo de sol y playa: El turismo de sol se da en localidades costeras en las que se encuentran playas y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves. En estas localidades suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre.

Turismo de Negocios: Es aquel que se desarrolla con el objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. También está relacionado con actividades profesionales y laborales.

Turismo de Reuniones: Es aquel que genera un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales El turismo de reuniones es de gran importancia para las ciudades capitales.

Turismo religioso: Es la actividad generada por el desplazamiento de personas a lugares santos, Templos, monumentos, santuarios, etc., por motivos religiosos.

Turismo Social: Es aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.

Turismo Médico: está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son más económicas las atenciones.

Turismo comunitario: Es un tipo de turismo que se desarrolla especialmente en las zonas rurales y en el que participan las poblaciones locales, particularmente las familias campesinas y los pueblos indígenas a través de distintas estructuras organizativas de carácter colectivo y que ejercen un papel activo en su planificación, desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios.

4- Modelo de Política Socio Ambiental de la Empresa turística

(Nombre de la empresa) empresa responsable de referencia en el sector turismo, se compromete al cuidado y respeto del medio ambiente en el ejercicio diario de sus actividades.

Para lograr que este compromiso sea una realidad, nombre de la empresa considera necesaria la máxima implicación de la Dirección y de todos sus colaboradores mediante la aplicación de soluciones eficientes y la búsqueda de alternativas sostenibles e innovadoras para sus oficinas centrales, hoteles, restaurantes, servicios y productos según aplique para la empresa).

Es por ello que adoptamos esta Política Socio Ambiental que proporciona el marco de referencia para establecer y revisar los objetivos y metas medioambientales, basada en el siguiente decálogo:

- 1) Aplicar los criterios ambientales en todos los procesos de planificación y toma de decisiones sobre cuestiones que pudieran afectar al medio ambiente.
- 2) Cumplir la legislación turística y ambiental que es de aplicación a nuestra actividad, así como los compromisos adquiridos de forma voluntaria. Incluyendo los códigos internacionales de conducta que rigen la actividad.
- 3) Implementar las herramientas necesarias para prevenir la contaminación.
- 4) Utilizar racionalmente los recursos, minimizando los consumos de agua, papel y energía; reduciendo la generación de residuos y emisiones; favoreciendo el reciclado y buscando soluciones eco-eficientes.
- 5) Implicar a todos los colaboradores en el logro de los objetivos ambientales propuestos mediante programas de formación y sensibilización.
- 6) Aumentar la conciencia ambiental entre nuestros asociados, clientes, huéspedes, comensales según sea el giro de la empresa, proveedores y las comunidades promoviendo buenas prácticas ambientales fomentando la equidad y participación.
- 7) Colaborar con las administraciones públicas y entidades del sector en la implementación de las condiciones para el desarrollo del Turismo Sostenible.
- 8) Contribuir con nuestras actividades a la mejora de las condiciones medioambientales y culturales de las regiones donde operamos, identificando puntos de mejora y trabajando en soluciones eficientes adaptadas a cada entorno.

9) Incorporar la visión de adaptación al cambio climático y gestión de riesgos en las operaciones de la empresa.

10) Compromiso de mejora continua en todos aquellos aspectos ambientales y sociales que la empresa identifique.

5- Carta Mundial del Turismo Sostenible:

• **Destino Turístico:** la Organización Mundial del Turismo (OMT) máximo ente rector del turismo a nivel internacional lo define como "El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también motivo principal de un viaje turístico." Son ejemplos de destinos turísticos nacionales: Suchitoto, Golfo de Fonseca y otros. Son ejemplos de destinos turísticos internacionales: Miami, Cancún, París y otros.

• **Diagnóstico Turístico:** es un proceso para conocer el potencial turístico de los recursos turísticos de un determinado lugar. Es un instrumento fundamental para la planificación del turismo.

• **Ecoturismo :** Es la forma de turismo que cumple con las siguientes características: 1) se basa en la naturaleza y la principal motivación de los turistas para viajar es conocer, observar, disfrutar la naturaleza y la cultura del lugar; 2) incluye elementos de educación e interpretación; 3) generalmente intervienen las comunidades o pequeñas empresas locales en su desarrollo; 4) procura reducir al máximo posible los impactos negativos en la naturaleza y la cultura del lugar; 5) contribuye a la protección de las áreas naturales donde se realizan las actividades turísticas buscando incrementar la concienciación de los visitantes sobre una determinada especie, ecosistema o problemática ambiental. Son ejemplo de ecoturismo: tour de observación de aves, liberación de tortugas, caminatas, acampar al aire libre, kayaking, entre otras.

I+D: significa investigación y Desarrollo, se aplica a aquellos departamentos de la empresa que se dedican a desarrollar nuevos productos o mejorar los existentes haciendo uso de conocimientos y tecnología.

• **Inocuidad de alimentos:** son condiciones y prácticas que preservan la calidad de los alimentos para prevenir la contaminación de los mismos y el riesgo para la salud de aquellos que los consumen. En el turismo y particularmente en la restauración es fundamental conocer de este tema para evitar que un turista se enferme por la ingesta de un alimento o bebida contaminado.

• **Inventario Turístico:** es una herramienta que permite registrar los recursos con que se cuenta para identificar su potencialidad. Se basa en el trabajo de campo mediante recorridos por la zona

identificada para el proyecto, se anota todo lo visto desde el inicio del recorrido hasta el final, todos los detalles (lagunas, cascadas, cuevas, bosques) acontecimientos relevantes (historias y relatos) y eventos culturales, todos los registros ayudarán a tomar las decisiones para el desarrollo del proyecto.

• **Mapa geo referenciado:** es un tipo de mapa que incluye numeración en un sistema de coordenadas, y el sentido de las calles, así como los tipos de suelo y empresas que existen en un determinado lugar. Colocar este tipo de datos en la información turística de un negocio será útil para que el turista pueda ubicarlo.

• **Plan de Negocios Sostenibles:** es aquel mapa de acciones donde cada área de la empresa se compromete a una adecuada gestión, manejo y conservación de las áreas donde se establece el negocio turístico sin perder su rentabilidad y calidad en el servicio que ofrecen.

• **Producto Turístico:** conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el turismo. Son ejemplos de productos turísticos: servicios culturales, de alojamiento, de alimentación, de transporte, de entretenimiento, servicios característicos del turismo en cada país.

• **Recurso Turístico:** son los recursos naturales, culturales, folklore, realizaciones técnicas, artísticas, científicas contemporáneas, acontecimientos que se programan como festivales, fiestas, carnavales y otros que posee una determinada zona.

• **Registro Nacional de Turismo (RNT):** es un registro del Ministerio de Turismo de El Salvador y tiene como objetivo principal inscribir empresas turísticas nacionales como internacionales que operen en el país, en los rubros de: alojamiento, alimentación, recreación, información y transporte para que éstas empresas puedan ser parte de las dinámicas de la promoción del turismo a nivel nacional e internacional.

• **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** es aquella contribución que una empresa brinda a la sociedad y lo hace de forma activa y voluntaria, con el objetivo de mejorar su imagen a través de diversas actividades en lo social, lo ambiental, lo cultural en la comunidad donde se encuentran o lejos de ella, con el objetivo de mejorar su imagen corporativa y competitiva a través de dar una contribución a la sociedad.

• **Seguridad Ocupacional:** Conjunto de medidas o acciones para identificar los riesgos de sufrir accidentes a que se encuentran expuestos los trabajadores con el fin de prevenirlos y eliminarlos. En el Salvador se cuenta con la Ley General de prevención de riesgos en los Lugares de trabajo.

• **Salud Ocupacional:** es el grado de bienestar físico, emocional y mental de un trabajador independientemente de su profesión, busca prevenir todo daño a la salud así como colocar y mantener al recurso humano en puesto adecuados según sus aptitudes físicas y psicológicas. En el Salvador se cuenta con la Ley General de prevención de riesgos en los Lugares de trabajo.

• **Servicios Turísticos:** conjunto de actividades turísticas que pretenden satisfacer las necesidades de un tipo de turista determinado, así como la transferencia y venta de bienes turísticos del proveedor al consumidor (turista). Son ejemplos: servicios de transporte, servicios de información, de intermediación, de guiado turísticos, entre otros.

• **Stakeholders:** es un término en idioma inglés que quiere decir aquellos actores que están implicados, interesados o se ven involucrados en las actividades de una empresa. Ejemplos de stakeholders de una empresa: clientes, accionistas, inversionistas, familia, sindicatos, gobierno, gobiernos locales, empleados, comunidades, entre otros. En el turismo ejemplos de stakeholders son: oficinas de turismo, ministerios, comités de turismo, edificios y lugares de interés cultural, asociaciones que se dedican a turismo, universidades, áreas naturales, touroperadoras, agencias de viajes mayoristas y minoristas, turistas y otros.

• **Turismo Sostenible:** según la OMT el turismo sostenible se define como "El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

• **Viabilidad:** es el estudio del éxito o el fracaso de un proyecto. Toda empresa debe tener una clara visión de las posibilidades de éxito que sus iniciativas pueden tener para ello debe estudiarse el mercado, a los clientes, sus gustos y preferencias, su capacidad de adquirir el producto o servicio para minimizar errores. En lo económico la viabilidad se refiere a la posibilidad de recursos existentes para echar a andar el proyecto.

Walk-in: término del idioma inglés que se refiere a aquella persona (huésped) que llega a un alojamiento sin previa reservación o previo aviso. Significa literalmente "alguien que va pasando".

Listado de Instituciones de Apoyo Técnico

TEMÁTICA	INSTITUCIÓN	DATOS DE CONTACTO
Turismo	Ministerio de Turismo (MITUR)	Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo pasaje Carbonel San Salvador. Tel.: 2241-3200 www.mitur.gob.sv
	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo pasaje Carbonel San Salvador. Tel.: 22437835 www.corsatur.gob.sv
	Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	41 Avenida Norte y Alameda Roosevelt #115 San Salvador Tel.: PBX 2260-9249 informacion@istu.gob.sv
Seguridad Turística	Policía de Turismo (POLITUR)	Oficinas centrales Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo Edificio y Pasaje Carbonel No 1 Col. Roma, Locales 4 y 7 San Salvador Tel.: 2511-8300 www.cne.gob.sv
Recursos Naturales Flora y Fauna Áreas Naturales Protegidas	Ministerio de Medio Ambiente (MARN)	Dirección de Biodiversidad y ecosistemas. Colonia San Francisco, Calle los Bambúes y Avenida Los Espliegos, Casa No. 14, San Salvador. Tel.: 2132 -9618 www.marn.gob.sv
Eficiencia Energética	Consejo Nacional de Energía (CNE)	Calle al Mirador #249, entre 9° y 11° calle Pte. Col. Escalón, San Salvador Tel.: 2233-7900 www.cne.gob.sv
Producción más limpia, tecnologías, energía renovable	Centro Nacional de Producción más Limpia (CNMPL)	87 Avenida Norte #730 Colonia Escalón, San Salvador. [Entre Calle El Mirador y Décima Tercera Calle Poniente] Tel.: 2264-3210 http://www.cnmpl.org.sv/cnmpl/Services.aspx
Derechos del Consumidor	Defensoría del Consumidor (DPC)	Oficinas Administrativas Calle Circunvalación # 20, Plan de La Laguna, Antiguo Cuscatlán. Tel:(503) 2526-9000 http://www.defensoria.gob.sv/
Prevención, Mitigación de Desastres	Dirección de Protección Civil	9 Calle Poniente y 15 Av. Norte, Centro de Gobierno San Salvador Tel.: 2281-0888 http://www.proteccioncivil.gob.sv/

Bibliografía Consultada

1. Boullón, Roberto. *Proyectos Turísticos, Metodologías para acertar sin errores*, Argentina, Primera Edición 2002.
2. Cañada, Ernest. *Experiencias de Turismo Comunitario en Nicaragua, Aportes a la Economía Campesina*, 1ª edición, Managua, Nicaragua. Edisa, 2009.
3. Cañada, Ernest. *Emprendimientos de Turismo Rural Comunitario en El Salvador, Guía de Reflexión*, ALBASUD/Fundación PRISMA, 2014.
4. Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (SITCA). *Manual Regional de Cultura Turística*
5. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), 2011, *Manual Básico para Fortalecer la Operación de Empresas Turísticas*.
6. *El Reto del Cambio en el Modelo Turístico*, Red Rural Nacional de España
7. Gómez Lara, Gonzáles. *Guía para la Gestión de Proyectos de Cooperación al Desarrollo*, Bilbao, 2007.
8. *Manual de Cultura Turística, Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica*.
9. Organización Mundial del Turismo –OMT-. *Guía de Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*, Madrid, España, 1999.
10. Secretaría de Integración Turística de Centroamérica (SITCA), Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). *Guía Práctica de Contenidos para Formulación Turísticos en Centroamérica*.
11. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales –SEMARNAT. *Introducción al Ecoturismo Comunitario*, México 2006, Segunda Edición.
12. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales –SEMARNAT. *Manual de Buenas Prácticas del Ecoturismo*, México 2006, Primera Edición.
13. Secretaría de Turismo (SECTUR). *Cómo desarrollar un proyecto de Ecoturismo*, México D.F. 2005.
14. Sergio Molina E. y Sergio Rodriguez A. *Planificación Integral del Turismo, un enfoque para Latinoamérica*, Editorial Trillas, Segunda Edición 1999.



MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)

Elaborado por: Lic. Elí Oswaldo Barillas Cabrera,
Coordinador de Cooperación (MITUR).

Revisado por: Licda. Wendy Escobar,
Directora de Planificación (MITUR)

Portada: Licda. Glenda de Cáceres
Coordinadora de Planificación (MITUR)

Capítulo VII: Buenas Prácticas Camino Hacia el
Turismo Sostenible,
Lic. Fátima Pérez (CORSATUR)

Dirección: Edificio Carbonel #1, Colonia Roma
Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje
Carbonel, San Salvador, El Salvador.

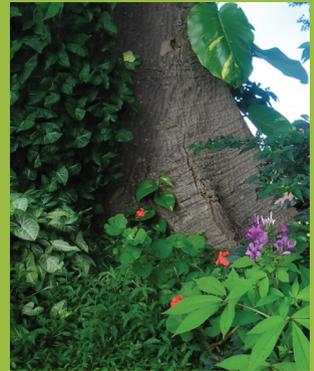
Teléfonos: (503) 2243-7835
(503) 2241-3200
(503) 2223-6120

www.mitur.gob.sv
www.elsalvador.travel

Octubre,2015

Diseño y Maquetación
Internet Mercadeo y Publicidad S.A de C.V
www.impgrupo.com





MINISTERIO DE TURISMO
GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER


El Salvador
¡Impresionante!

