



TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

El Salvador

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	1
Un turismo transversal sin fronteras ideológicas	2
Participación ciudadana incluyente, abierta transparente	4
Importancia del turismo para el país	5
Turismo: Impulsor de la economía	6
Turismo: Oportunidades para todos	6
Turismo: Valorador del patrimonio	6
Turismo: Motivo de orgullo	6
Turismo: Imagen que inspira	6
TURISMO Y DESARROLLO LOCAL EN EL SALVADOR	7
Prioridad del Estado	8
Desarrollo local como respuesta al cambio	9
Articulación de oportunidades en el territorio	10
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	12
EJES ESTRATÉGICOS	14
Eje I. Innovación creativa para el desarrollo local	15
Eje II. Inversión enfocada en el territorio	21
Eje III. Ofertas singulares y significativas	29
RESUMEN	49



PRESENTACIÓN

La actividad turística está fuertemente ligada con el concepto de desarrollo local, que representa el esfuerzo de las comunidades organizadas para enfrentar los desafíos de la modernización económica, la reestructuración productiva global, las transformaciones científicas y tecnológicas, la apertura de los mercados, la desregulación y la privatización, que han tenido repercusiones significativas en los territorios.

Los nuevos paradigmas de desarrollo parten de la necesidad de crear y mejorar capacidades locales para gestionar y comunicar conocimientos que permitan transformar los sistemas productivos fortaleciendo la organización interna a través de redes sociales, presenciales y cibernéticas, que se traducen en engranajes de confianza mutua que impulsan la creación de cadenas de valor para aprovechar las singularidades de las diferentes unidades territoriales del país y su conexión con otros territorios subnacionales o con otros lugares del mundo.

La interconexión y la interactividad del turismo favorecen la conexión de acciones individuales y colectivas en una escala geográfica reducida para generar innovaciones basadas en la diferenciación. De esta manera, el turismo no solo constituye una estrategia para el desarrollo económico, social y ambiental por

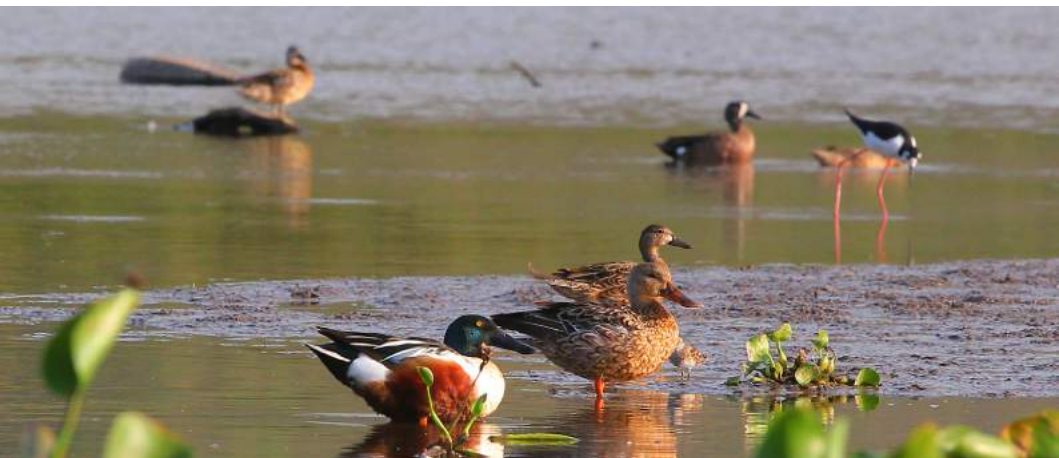
su capacidad para generar ingresos y empleos; es también eje articulador de los encadenamientos productivos en el ámbito local y de las localidades en el ámbito territorial.

Es así que en El Salvador se trabaja desde diferentes escalas geográficas: una localidad, un municipio, grupo de municipios circunvecinos, conectados unos con otros en una microrregión, un departamento o una región. También se refiere a una zona con características comunes que pueden ser ambientales como cuencas o ecosistemas, o relacionados con grupos étnicos o con características sociales específicas que requieren una gestión particular.

El desarrollo local tiene varias dimensiones que se interrelacionan en el territorio como son las de carácter político, económico, social, institucional y cultural, las cuales deben ser consideradas para lograr un desarrollo integral. Es un proceso que está orientado a la cooperación y negociación entre diversos actores nacionales, municipales e internacionales que actúan en el ámbito local.

A través del Programa **Pueblos Vivos** que actualmente se refuerza con el Programa **Pueblos Encantadores** se ha impulsado de forma determinante el desarrollo local a través del turismo, lo que ha permitido dinamizar las economías locales, propiciando la creación, la mejora y la promoción de productos originarios que imprimen cualidades de singularidad que fortalecen el posicionamiento de los territorios.

Esas estrategias también favorece el incremento de la producción de bienes y servicios a través de la integración de cadenas de valor, pues apoyan de manera decidida a los oferentes de las micro, pequeña y medianas empresas locales y regionales, con clara distinción de instrumentos y regulaciones para aquellos productores y prestadores de servicios que reúnan las mejores condiciones de sostenibilidad en sus actividades.



La Política de Turismo y Desarrollo Local se enmarca en la Política Nacional de Turismo de El Salvador (PNT) que contiene un conjunto de lineamientos rectores para que la actividad turística contribuya 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, por lo que se reconoce como un asunto de interés nacional.

Un turismo transversal sin fronteras ideológicas

Al ser una política de Estado transversal y transideológica convoca a los actores públicos, privados y sociales que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de organización, inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad frente a los constantes cambios del entorno ambiental, sociocultural y de mercado, para que el turismo incida en el desarrollo sostenible del país.

De esta manera busca convertir al turismo en un eje articulador que estimule el aprovechamiento responsable de la riqueza cultural y natural del territorio para reducir la pobreza y la desigualdad, promover la inclusión, la integración productiva de la sociedad y la conciencia ambiental. Así mismo, propone mecanismos

para ofrecer experiencias significativas para los visitantes nacionales y extranjeros para incrementar su satisfacción, prologar su estadía y convertirlos en agentes multiplicadores que recomienden los destinos de El Salvador.

La Política de Planificación para el Desarrollo Sostenible, responde al segundo objetivo de la PNT:

Impulsar el desarrollo local mediante la articulación de cadenas de valor que amplifiquen la distribución del ingreso turístico, fortalezcan la calidad de la oferta local, propicien la atracción de inversiones y promuevan el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales en el territorio salvadoreño.



Participación incluyente, abierta y transparente

Con el objetivo de aprovechar la indiscutible influencia del turismo para el desarrollo del país, el Ministerio de Turismo (MITUR), encargado de la rectoría del sector ha llevado a cabo un proceso de actualización de la Política Nacional de Turismo creada en 2013, que parte de un análisis sobre las transformaciones que influyen en el desempeño de la actividad y un amplio proceso de consulta ciudadana.

Esta fórmula mixta ha permitido identificar nuevas oportunidades para el sector, especialmente en lo que se refiere a estructuras de gobernanza, planificación, cadenas de producción, intermediación y manejo de visitantes.

La participación ciudadana en la construcción de la política y su difusión pública, han generado una oportunidad para establecer un espacio permanente de diálogo incluyente, abierto y participativo para todos los actores que inciden en el desarrollo del turismo, sin distinciones sociales, ideológicas, religiosas, o de cualquier otra índole; pues el desarrollo del turismo no puede ni debe interpretarse como el compromiso o tarea de un sólo actor.

Para lograrlo se requiere la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y de las municipalidades, las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, las agencias de integración y cooperación internacional, la academia, la sociedad civil organizada, los turistas y la ciudadanía en general.

La consulta que se llevó a cabo durante

el año 2018 tuvo un alcance de más de 225 mil personas, mujeres y hombres por igual, representantes de todos los grupos de edad de la población salvadoreña, del sector público, privado y social; ciudadanos de diversos contextos socioeconómicos y culturales de todos los municipios del país, quienes a través de una herramienta en línea y la participación en diez foros presenciales brindaron sus opiniones y recomendaciones.

Es relevante mencionar que el 99% de los participantes consideró que el turismo debe ser prioridad nacional, porque contribuye a que el país sea más próspero, multicultural, soberano, incluyente, sostenible, solidario, independiente y con mayor nivel educativo.

La búsqueda de mecanismos para lograr el desarrollo sostenible del turismo fue una constante en todos los grupos participantes.





Importancia del turismo para el país

El turismo se considera hoy una de las actividades más dinámicas e influyentes a nivel mundial por los impactos que genera en 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 de los países ante el mundo.

La significación de impulsar proyectos y programas vinculados la actividad turística para las instituciones de gobierno, las organizaciones civiles y los actores locales se vincula con su capacidad para impulsar el desarrollo sostenible del país:

Turismo: Impulsor de la economía

Genera divisas, distribuye la riqueza y mitiga la pobreza en los territorios en los que se desarrolla, tanto en las zonas urbanas como en comunidades rurales alejadas y con escasas oportunidades de desarrollo.

Turismo: Oportunidades para todos

Crea empleos y oportunidades de inserción productiva con equidad de género, para personas de diversas edades y con distintos niveles de educación institucional. Articula encadenamientos productivos, favoreciendo actividades sociales y económicas en zonas rurales, por lo que su impacto trasciende a los resultados directos de la actividad, contribuyendo incluso, a reducir la necesidad de migrar del campo a la ciudad y hacia otros países.

Turismo: Valorador del patrimonio

Propicia la puesta en valor, divulgación y disfrute del patrimonio natural y cultural, pues origina actividades recreativas, de entretenimiento y educación para el disfrute de las comunidades receptoras y los visitantes, motivando la conservación, protección y renovación del patrimonio.

Turismo: Motivo de orgullo

Fortalece el sentido de identidad, el orgullo local y el respeto a la diversidad cultural de los pueblos en los que se desarrolla. Contribuye a propiciar la integración familiar, así como a combatir la discriminación.

Turismo: Imagen que inspira

Muestra una imagen positiva del país, lo que motiva el deseo de conocer sus destinos, propicia las inversiones en el territorio, y el consumo de otros productos nacionales, fortaleciendo el liderazgo del país en el ámbito internacional.



TURISMO Y DESARROLLO LOCAL EN EL SALVADOR

El desarrollo local, se define como aquel proceso que es socialmente construido, cuyo contenido y esencia difiere de lugar en lugar, ya que se fundamenta en la identidad cultural y social, cuyo fin es la construcción de un proyecto en común, que requiere de la participación y articulación de los diversos actores y sectores.

Desde esta perspectiva, las políticas

públicas, los programas y proyectos de carácter nacional que, buscan promover el desarrollo del sector turístico, solo tendrán éxito de largo plazo si están claramente diseñados bajo la óptica de la diversidad de recursos que tiene cada localidad y región del país, para ofrecer a los visitantes nacionales y extranjeros la mejor experiencia de viaje.

Prioridad del Estado

Teniendo en cuenta que el desarrollo del turismo sostenible implica la articulación de los esfuerzos a nivel local con los planes de desarrollo que tengan un alcance nacional, tal como con el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019, El Salvador Productivo, Educado y Seguro, cuyo objetivo principal se basa en dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, a las empresas y al país.

Por lo que, en coherencia con dicho Plan el Gobierno de El Salvador a través de la Secretaría Técnica de Planificación – SETEPLAN-, ha propuesto lineamientos para territorializar las Políticas Públicas, a fin de articular las relaciones entre las instituciones nacionales y locales de gobierno y los diferentes actores territoriales con los que deben existir sinergias, complementariedades, espacios de diálogo y de participación en las decisiones más importantes de su territorio y sus sectores.

A nivel de política sectorial, para el logro de los objetivos del Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019, el Ministerio de Turismo ha elaborado el Plan

Quinquenal de Turismo 2014-2019 en el cual se plantean ocho programas identificados con las líneas de acción para el quinquenio. En el tema del desarrollo local a través del turismo se plantea: Dinamizar las economías locales a través del Programa Pueblos Vivos y del Programa Pueblos Encantadores, creando y promoviendo productos originarios que impriman singularidad, atractivos y marcas en los territorios.

El turismo constituye una estrategia para el desarrollo económico, social y ambiental por su capacidad para generar ingresos y empleos, por ello es necesario contar con una Política de Turismo y Desarrollo Local que oriente a los actores presentes en los territorios a través del diseño de estrategias y líneas de acción para que el desarrollo turístico sea ordenado y atractivo para la inversión pública y privada nacional e internacional, y se propicie un entorno para el surgimiento de micro, pequeñas y medianas empresas. Estas estrategias también buscan propiciar la responsabilidad en el uso de los recursos naturales y culturales del territorio.

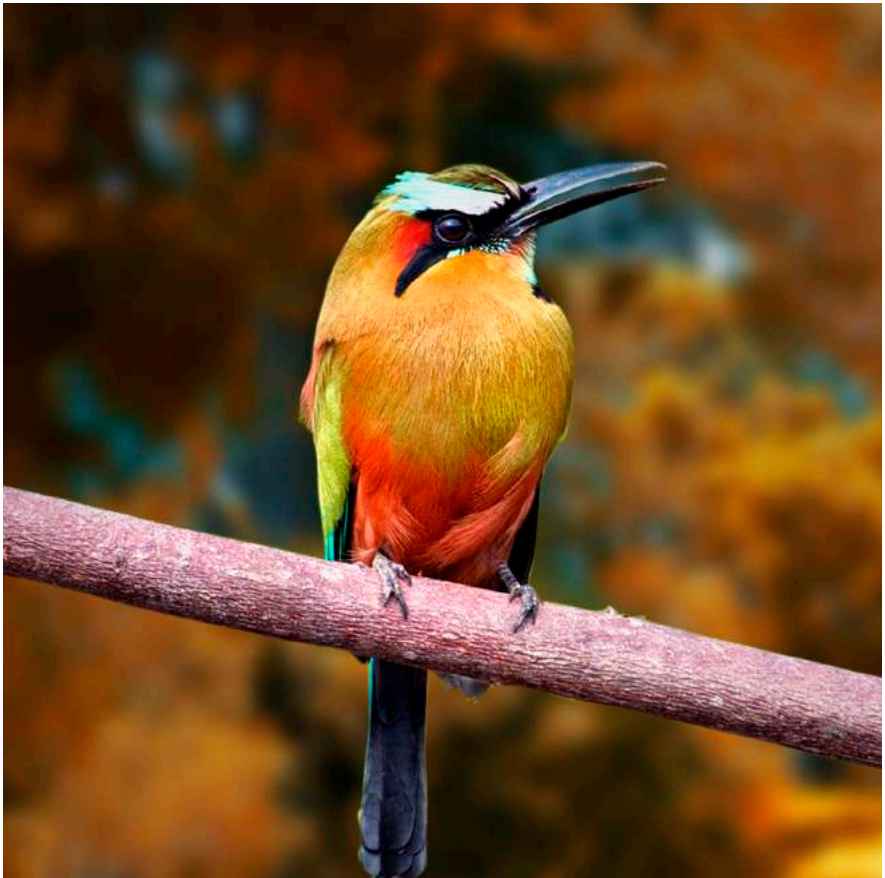


Desarrollo local como respuesta al cambio

Las primeras experiencias de desarrollo local en el mundo no fueron el resultado de la aplicación de una teoría del desarrollo en particular, sino que fueron el resultado del esfuerzo de las comunidades organizadas territorialmente y que se sentían amenazadas por los procesos de cambio. Estas comunidades encontraron en la movilización de su potencial local de desarrollo, la posibilidad de una respuesta para adaptarse a estos cambios. Aparece como una forma lógica de ver el territorio y de actuar con un enfoque

integral para mejorar la calidad de vida de la población, considerando los aspectos económicos, sociales y ambientales, pero también reconociendo que los diversos territorios son afectados de distintas maneras por los intereses regionales, nacionales e internacionales.

Esos impactos son diferentes de acuerdo con las características de los recursos humanos, culturales y naturales en las diversas regiones del territorio nacional.



Articulación de oportunidades en el territorio

En El Salvador, se trabaja el concepto aplicado tanto a una localidad, municipio o grupo de municipios circunvecinos, conectados unos con otros en una microrregión, un departamento o una región que abarca varios departamentos. También se aplica a zonas con características comunes, ya sean ambientales que contemplan ecosistemas específicos o sociales a partir de la distribución de grupos étnicos que requieren una gestión particular.

Uno de los ejemplos más importantes que tiene El Salvador como estrategia de desarrollo local a través del turismo es el Programa Pueblos Vivos, que busca convertir las localidades en destinos turísticos ordenados y atractivos gracias a la promoción y estimulación de la participación de la comunidad, beneficiando el desarrollo de la economía nacional y a sus habitantes.

La implementación de la estrategia transversal de Pueblos Vivos recoge la relación con el territorio y es el vínculo entre las instituciones gubernamentales de turismo y los actores locales para impulsar el turismo.

En este sentido la Política de Turismo y Desarrollo Local, fomenta el involucramiento de los actores locales para generar procesos de desarrollo turístico a escala local, en la medida en que son dichos actores quienes tienen un mayor conocimiento de los territorios en que habitan, así como por su mayor capacidad para dar seguimiento a los objetivos de desarrollo turístico local.

El énfasis de esta Política es el desarrollo económico local a través del turismo promoviendo la organización turística local a partir de la promoción turística y como un instrumento para fortalecer a los gobiernos locales para impulsar inversiones turísticas en los territorios, así generando espacios de intercambio de experiencias exitosas con el objetivo de robustecer el enfoque estratégico en la oferta turística nacional y promoverla a nivel nacional, regional e internacional.



La presente Política se orienta a fortalecer el desarrollo de productos turísticos, la atracción de inversión a los territorios que dinamicen las economías locales para que ofrezcan una oferta turística local diferenciada, de alta calidad y que genere beneficios a toda la cadena de valor del Turismo en El Salvador.



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Impulsar el desarrollo local mediante la articulación de cadenas de valor que amplifiquen la distribución del ingreso turístico, fortalezcan la calidad de la oferta local, propicien la atracción de inversiones y promuevan el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales en el territorio salvadoreño.

Objetivos Específicos

- Estimular el desarrollo y articulación de encadenamientos productivos que impulsen la competitividad de los destinos del país y aumenten su atraktividad frente a los mercados nacionales e internacionales.
- Promover inversiones estratégicas para incrementar la competitividad local y asegurar la sostenibilidad y diferenciación de los destinos, teniendo en cuenta su capacidad de carga en el manejo de turistas y su vocación productiva
- Desarrollar mecanismos para identificar, fortalecer y apoyar la comercialización efectiva de la oferta turística local.



UNA POLÍTICA INCLUYENTE

La diversidad de actores que participan en el desarrollo del turismo constituye uno de los mayores retos para la rectoría de la actividad, pues se requiere la participación alineada de todos ellos para que los elementos que conforman la oferta del país funcionen de forma armónica y competitiva. Esta diversidad es una oportunidad para generar esquemas de coordinación que generen sinergias productivas que beneficien al país en su conjunto.

Los actores más relevantes para el desarrollo del turismo en el ámbito del desarrollo local son:

Los empresarios del turismo, el comercio, los servicios, y la producción industrial que dinamizan el desarrollo económico, entre los que se cuentan representantes de las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, que se benefician a la vez que inciden en el desarrollo local.

Los funcionarios de organismos de cooperación regional e internacional que intervienen en los distintos programas de fortalecimiento económico, social y ambiental que inciden en el turismo.

Los medios de comunicación que producen y difunden información sobre los destinos, las actividades y los beneficios del turismo a nivel local, nacional, regional e internacional.

Los funcionarios públicos de las diversas instituciones del gobierno nacional y los gobiernos municipales que participan en la actividad turística.

Presidencia de la República, Consejo de ministros, Asamblea Legislativa, Comisión de Turismo de la Asamblea Legislativa, Comisión de Asuntos Económicos de la Asamblea Legislativa, Secretaría de Asuntos Legislativos y Jurídicos de la Presidencia, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación y Desarrollo Local, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Cultura, Ministerio de Salud –MINSAL-, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Policía Nacional Civil, Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillado, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, Asociaciones de Desarrollo Comunitarios, Centros de Amigos del Turista, Comités de Desarrollo Turístico, Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador, Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal.

Los representantes de organizaciones privadas y de la sociedad civil: gremiales, comunitarias, regionales, nacionales e internacionales, que participan en el desarrollo económico, social y ambiental de los destinos.

Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH), Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje, Asociación Salvadoreña de Touroperadores (ASOTUR), Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas en El Salvador (AVA), Comités de Desarrollo Turístico en el ámbito local (CDT) y asociaciones de desarrollo comunal (ADESCO) entre otras.

Los académicos, científicos y artistas que participan en la educación, ciencia, tecnología, arte y cultura fortalecen el conocimiento y desarrollo del turismo.

Las comunidades receptoras de las regiones y microrregiones que participan en la operación de la oferta turística del país, particularmente las y los cocineros tradicionales, chefs y proveedores de insumos alimentarios.





EJES ESTRATÉGICOS

La Política de Desarrollo Turístico Local se basa en tres ejes estratégicos los cuales buscan asegurar su implementación en los territorios del país a través de la promoción del Programa Pueblos Vivos como una estrategia transversal de integración de la oferta turística local a la oferta turística nacional e internacional, el impulso a la inversión turística en los territorios y la identificación, desarrollo y comercialización de la oferta turística local.

Con la implementación de estos ejes en los territorios del país se busca impulsar el turismo como una estrategia transversal de integración de la oferta turística local a la oferta turística nacional e internacional.





Eje I. Innovación creativa para el desarrollo local

La promoción del Programa Pueblos Vivos tiene la finalidad de fomentar acciones para poner en valor turístico la identidad, las costumbres y valores de las localidades del país, sirviendo de plataformas para presentar la oferta de los municipios de forma innovadora, competitiva y sostenible; generando la creación de nuevas fuentes de empleo e ingresos; el rescate de la identidad y el aprovechamiento y disfrute de los recursos naturales y culturales, así como la contribución a la protección del medio ambiente natural y cultural.

La estrategia se orienta a convertir a los actores locales en protagonistas del desarrollo de sus comunidades, aprovechando sus iniciativas para incorporarlas a la planificación y articulación de la oferta turística en los destinos y optimizando las inversiones públicas y privadas a través de un proceso de intercambio de conocimientos y asesoría técnica, así como también, identificando acciones que posibilitan un mayor impacto del turismo en el corto, mediano y largo plazos.

La dinamización del turismo interno, puede constituirse en el detonador del desarrollo local a través del turismo para lo cual deben establecerse mecanismos para promover la visitación a las localidades desde los principales centros urbanos hacia los destinos turísticos y atractivos ubicados en los alrededores, y los encadenamientos con las micro, medianas y pequeñas empresas prestadoras de servicio turístico; así mismo, se deben establecer mecanismos para la atracción de turistas extranjeros y de los salvadoreños en el exterior, quienes tienen un vínculo con sus lugares de origen.

Objetivo

Estimular el desarrollo y articulación de encadenamientos productivos que impulsen la competitividad de los destinos del país y aumenten su atraktividad frente a los mercados nacionales e internacionales.

Estrategias

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales.

B. Potenciar la vocación turística de los destinos del país.

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales

La evolución motivacional de la demanda turística y la búsqueda de destinos más auténticos, así como las iniciativas sociales y comunitarias que reconocen el turismo como instrumento de desarrollo, han favorecido la aparición de un nuevo modelo turístico basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades turísticas mediante la recuperación del patrimonio natural y cultural, la gastronomía y el acercamiento a lo rural, provocando una revalorización y la participación ciudadana en el cuidado del medio ambiente y la creación de experiencias diferenciadas de alto valor.

La articulación de los esfuerzos de los actores locales con las diversas instancias del gobierno nacional que inciden en el desarrollo del turismo, los gobiernos municipales, las organizaciones civiles y las comunidades locales es la clave para fortalecer diversificar y orientar el desarrollo de localidades turísticas promoviendo la visita a los destinos locales.

Líneas de acción

- Promover la participación de los actores locales en actividades, obras y proyectos que contribuyan a convertir las localidades en destinos atractivos, limpios y ordenados.
- Gestionar la clasificación de los Pueblos Vivos con mayor desarrollo, e impulsarlos para que se posicionen como pueblos encantadores, convirtiéndose en modelos de desarrollo turístico sostenible y de calidad, cumpliendo los siguientes criterios:
 - a) Mejora de la infraestructura turística incluyendo la capacidad de alojamiento.
 - b) La oferta gastronómica local y las artesanías.
 - c) El cuidado del patrimonio cultural y natural.
 - d) El fomento de iniciativas turísticas innovadoras.
 - e) La capacitación del recurso humano para la atención de calidad.

Promover la utilización de tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para que los actores trabajen en red, mejoren sus procesos y demandas del mercado interno e internacional.

B. Potenciar la vocación turística de los destinos del país

El trabajo coordinado en las localidades turísticas permite establecer un tratamiento integrador en distintas escalas, que trascienden al sector turístico, pues abarcan elementos como infraestructura y servicios de soporte, equipamiento, sistemas de manejo de residuos, calidad del medio ambiente, urbanismo, sistema de abastecimiento de agua y energía, tecnología de comunicaciones, aguas negras, limpieza, seguridad y salud pública, entre otras.



La Política de Turismo y Desarrollo Local, busca generar una diferenciación sustancial de los destinos aprovechando las oportunidades de mercado y el patrimonio cultural y natural de los municipios del país. Para facilitar el desarrollo de estrategias y modelos replicables a las distintas tipologías de las localidades turísticas del país, se han categorizado a partir de parámetros de clasificación diseñados en función de la dinámica turística particular de El Salvador, considerando las condiciones logísticas, de infraestructura y posicionamiento de cada destino, para visualizar su posición en el sistema, y poder priorizar su importancia en función del impacto que tienen en el espacio turístico nacional, regional y local, así como su capacidad de recibir y distribuir los flujos turísticos.

La visión de desarrollo turístico de las localidades de El Salvador contempla por un lado, la consolidación de los centros turísticos y polos de desarrollo con mayor impacto en el desarrollo turístico y por el otro el fortalecimiento de los centros complementarios para diversificar la oferta, aumentar la distribución de los beneficios del turismo en todo el territorio nacional, como principio de la consolidación de un modelo de un desarrollo responsable, distributivo y rentable, que asegure la sustentabilidad del desarrollo regional.

Líneas de acción

- Dar continuidad a la estrategia de consolidación de las ciudades de San Salvador, Santa Ana y San Miguel como destino autónomo y como centro de distribución turística, a través de:
 - a) Diseñar propuestas creativas que generen diferenciación sustancial de los barrios que conforman la zona urbana de San Salvador.
 - b) Revitalización del Centro Histórico de San Salvador.
 - c) Fortalecer el desarrollo de festivales locales para captar la atención de visitantes nacionales e internacionales.
 - d) Fomentar la realización de congresos y convenciones.
 - e) Identificar y apoyar la instrumentación de proyectos prioritarios.
 - f) Promover el desarrollo de excursiones internas y hacia otros destinos rurales con tour operadores y transportistas.
 - g) Impulsar el desarrollo de proyectos culturales.
 - h) Promover en los municipios del departamento las bases para el desarrollo y certificación de Pueblos Encantadores que puedan funcionar como íconos turísticos.
- 2. Dar seguimiento a la estrategia de consolidar la posición de San Miguel y Santa Ana como subcentros de distribución turística, a través de:
 - a) Revitalización de los centros históricos.
 - b) Fortalecer el desarrollo de festivales locales para captar la atención de visitantes nacionales e internacionales.

- c) Fomentar la realización de congresos y convenciones de pequeñas y medianas empresas del sector turístico.
 - d) Identificar y apoyar la instrumentación de proyectos prioritarios.
 - e) Promover el desarrollo de excursiones internas y hacia otros destinos con tour operadores y transportistas.
 - f) Fortalecer las conexiones comerciales de los subcentros de distribución para la integración turística regional.
 - g) Diseñar e implementar proyectos y programas de acuerdo con las estrategias de la política de diseño ambiental.
 - h) Mejorar e incrementar la infraestructura hotelera, restaurantera y actividades recreativas.
 - i) Promover la operación de excursiones partiendo de los subcentros de distribución.
 - j) Promover el involucramiento de las comunidades receptoras en la prestación de servicios turísticos.
- Fortalecer los destinos complementarios a través del intercambio de experiencias y conocimientos mediante la realización de eventos nacionales y regionales en los que participen las comunidades receptoras, los comités de desarrollo local, los gobiernos municipales, organizaciones sin fines de lucro, así como también los Centros de Amigos del Turista, como promotores de la descentralización y la vinculación con el territorio, a través de:
 - a) Generar modelos de intervención sensibles y respetuosos para la implementación de proyectos.
 - b) Promover la creación de alternativas gastronómicas
 - c) Incorporar a las tiendas y comercios locales existentes.
 - d) Fomentar el desarrollo de recorridos de senderismo y ciclismo
 - e) Establecer mecanismos de interpretación y señalización en los principales puntos turísticos.



- f) Promover la incorporación de tiendas y otras MIPYMES locales a la prestación de servicios turísticos. g) Promover el desarrollo de oferta gastronómica tradicional, mediante la realización de eventos culturales y muestras artesanales y gastronómicas locales y regionales que faciliten la integración de los actores.
- h) Fomentar las vinculaciones locales de campesinos, pescadores, tour-operadores, restaurantes y otros actores locales para mejorar oferta promover la inclusión.
- i) Incentivar el desarrollo de infraestructura a partir de las capacidades de organización local y capital humano local.
- j) Promover la participación local en iniciativas ambientales locales (recolección de basura, reforestación).
- k) Promover la inversión del gobierno nacional y los Gobiernos Municipales en servicios básicos. l) Promover la implementación de proyectos de tecnologías alternativas y ecotecnias (energía solar, captación de agua, composta, permacultura).
- m) Fomentar la inversión privada y social en proyectos de turismo rural comunitario con la participación de las comunidades receptoras.
- n) Promover las localidades tradicionales y rurales como punto de partida para recorridos a las áreas naturales y zonas arqueológicas.
- o) Promover la participación en las ferias nacionales y regionales de Pueblos Vivos.
- p) Gestionar capacitaciones para la formación de guías turísticos locales y de sitio, debidamente certificados y capacitados en inglés básico.





Eje II. Inversión enfocada en el territorio

El impulso a la inversión turística en las localidades no sólo compete a los gobiernos municipales, sino que también a la comunidad y a las diversas instituciones que trabajan en el ámbito local, departamental y nacional. En este sentido es necesario aunar esfuerzos para superar de manera conjunta algunos de los desafíos, tales como la simplificación administrativa para agilizar los trámites de las empresas turísticas, desarrollar y fortalecer programas para acceso a financiamiento e incentivos, especialmente aquellas con potencial desencadenante para generar empleos e ingresos y fortalecer la creación de riqueza en el territorio.

Estas instituciones deben, además, establecer una adecuada coordinación y articulación interinstitucional, que atienda las demandas de inversión para los proyectos de emprendedores, propiciando que los procesos productivos se desarrollen a partir de una cultura turística emprendedora, innovadora y responsable.

Los Gobiernos Municipales tienen un papel determinante en el impulso de la inversión para el desarrollo turístico de sus destinos. En términos de gestión turística, se reconoce que la proximidad de los gobiernos municipales con los empresarios locales y la ciudadanía en general permite una relación continuada y directa con ambos y les permite conocer directamente las necesidades de inversión, así como la facilitación de información sobre oportunidades de atraerlas de manera que equilibren las presiones del crecimiento del turismo con las necesidades de desarrollo en las poblaciones locales.

La importancia de impulsar la inversión turística local radica en la capacidad que tienen los actores locales para lograr que las inversiones actúen complementariamente con el propósito de detonar un mejor y más rápido crecimiento y generación de riqueza que incida directamente en el bienestar de las personas.

Objetivo

Promover inversiones estratégicas para incrementar la competitividad local y asegurar la sostenibilidad y diferenciación de los destinos teniendo en cuenta su capacidad de carga en el manejo turístico y su vocación productiva.

Estrategias

A. Orientar la inversión turística de los destinos en función de su vocación y oportunidades de negocio.

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión.

C. Fortalecer e incrementar la inversión en proyectos de interés turístico nacional.

A. Orientar la inversión turística de los destinos en función de su vocación y oportunidades de negocio.

Para que las inversiones en los destinos del país estén correctamente orientadas en el territorio, es fundamental considerar las particularidades del entorno y los recursos específicos de cada región teniendo en cuenta tanto los atractivos locales como las tendencias de la demanda, que dan lugar a la identificación de oportunidades de inversión y desarrollo que fortalezcan la diferenciación de la oferta de cada territorio, al tiempo que se desarrollan y proyectan los atributos de la marca país empatía, positivismo y dinamismo-, y se promueven los valores de solidaridad, tolerancia y orgullo a nivel local.

Es así que se han identificado siete regiones que integran elementos complementarios relacionados con la producción agrícola e industrial, el comercio, los servicios públicos y el desarrollo de infraestructura turística que dan soporte al desarrollo de una oferta competitiva y diferenciada.

Regiones que integran elementos complementarios al turismo

A. Ahuachapán, Sonsonate y Zona Sur y Central de Santa Ana

Ahuachapán, Apaneca, Concepción de Ataco, Jujutla, San Francisco Menéndez, Tacuba, Candelaria de La Frontera, Chalchuapa, El Congo, Santa Ana, Acajutla, Armenia, Caluco, Izalco, Juayúa, Salcoatitán, Nahüilingo, San Antonio del Monte, Sonsonate y Sonzacate.

B. Chalatenango y Zona Norte de Santa Ana

Chalatenango, Citalá, La Palma, San Ignacio, San José Las Flores, San Rafael, Tejutla, Metapán.

C. San Salvador, La Paz y La Libertad. (excluyendo el AMSS)

Chiltiupán, Ciudad Arce, Comasagua, Jayaque, Jicalapa, Colón, Nuevo Cuscatlán, Puerto de La Libertad, Quezaltepeque, San Juan Opico, Tamanique, Teotepeque, Zaragoza, Cuyultitán, San Juan Talpa, San Luis La Herradura, San Luis Talpa, San Pedro Masahuat, Tapalhuaca, Zacatecoluca, Aguilares, Panchimalco.

D. Cuscatlán, San Vicente y Cabañas

Cinquera, Ilobasco, Tejutepeque, Cojutepeque, Suchitoto, San Vicente, Santo Domingo.

E. Morazán

Arambala, Guatajiagua, Jocoaitique, Meanguera, Perquín, San Fernando, San Francisco Gotera.

F. Usulután

Alegría, Berlín, Jiquilisco, Jucuarán, Puerto El Triunfo, San Dionisio, Santiago de María, Tecapa, Usulután.

G. San Miguel y Golfo de Fonseca

Anamorós, Conchagua, Intipucá, La Unión, Meanguera del Golfo, Santa Rosa de Lima, Carolina, Chapeltique, Chirilagua, Quelepa, San Miguel.

Líneas de acción

- Involucrar a los locales en el desarrollo turístico, promoviendo la creación de instrumentos o mecanismos de cooperación que faciliten el acceso a fondos para el desarrollo de proyectos turísticos.
- Promover las inversiones para el desarrollo turístico local mediante programas que se vinculen con las características específicas de cada región o localidad.
- Difundir información sobre los diversos programas de financiamiento de la banca de desarrollo y otros actores financieros para apoyar en la diversificación de productos, particularmente para los segmentos de turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo médico y de aventura.
- Promover la simplificación de trámites para el acceso a financiamiento y la utilización de tecnologías para destinos y empresas desarrolladores de turismo en mejores condiciones en términos de plazos, montos e intereses, así como oportunidades de socios para proyectos turísticos que propician el desarrollo de este sector.

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión

El fomento empresarial se considera un tema determinante para la competitividad del país, e implica que el Gobierno Nacional y los Gobiernos Municipales, en conjunto con los representantes de la sociedad, logren crear las condiciones para fomentar la inversión y el desarrollo de empresas más rentables, incluyentes y responsables, con principios y valores sólidos que orienten la toma de decisiones, y la definición de indicadores que permitan evaluar la satisfacción de los colaboradores y clientes, así como los impactos de sus actividades en el entorno económico, social y ambiental.

El conjunto de empresas grandes, medianas, pequeñas y micro que conforman el sector turístico, representan el motor del turismo en El Salvador. Su influencia sobre la sociedad, la economía, la calidad de vida

de las personas, la experiencia de los visitantes y la sustentabilidad del medio ambiente de los territorios en que funcionan, es determinante para el desarrollo sostenible y el posicionamiento competitivo de la oferta turística del país.

El reto de todas ellas, desde las más grandes hasta las micro empresas unifamiliares, es efectuar operaciones rentables, al tiempo que fortalecen su responsabilidad social y ambiental, lo que repercute sinérgicamente en su capacidad productiva y su permanencia en el mercado.



El impulso empresarial promueve la implementación de iniciativas y proyectos bien planeados y fundamentados, enfocados en la innovación y creación de valor, que consideren el bienestar común y el desarrollo integral, fomentando la sustentabilidad de acuerdo con la definición de la Comisión Brundtland: satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.

En este sentido, se requiere promover el financiamiento público y privado, o en sociedad, en apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas sociales, enfocadas al desarrollo, operación, comercialización o promoción de productos turísticos utilizando energías limpias y otras amigables con el medio ambiente.

Líneas de acción

- Promover asociaciones público privadas para financiar proyectos de inversión para consolidar el turismo sostenible en los municipios del país.
- Promover la participación de la Banca de desarrollo y comercial en la inversión y financiamiento a tasa preferencial para el turismo en las localidades, así como la responsabilidad social.
- Difundir las convocatorias de cooperación no reembolsable de organismos financieros y agencias de cooperación para el desarrollo de proyectos de turismo locales.
- Estimular la creación y fortalecimiento de empresas turísticas a través de incentivos fiscales.
- Fortalecer programas e iniciativas enfocadas en el desarrollo empresarial.



- Facilitar los trámites y reducir los costos para la formalización e inclusión de prestadores de servicios y proveedores de productos turísticos independientes.
- Generar estrategias para vincular sectores productivos con la demanda del sector turístico empresarial.
- Apoyar iniciativas productivas a partir de alianzas con los salvadoreños en el exterior.
- Integrar a la inversión de impacto como una línea innovadora de consecución de fondos para los emprendedores con iniciativas que resuelven los principales retos ambientales y sociales del país.

C. Fortalecer e incrementar la inversión en proyectos de interés turístico nacional

Considerando la importancia de invertir en proyectos de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos que aporten valor a los atractivos recreativos, culturales, históricos, naturales o ecológicos, el Gobierno Central ha aprobado la implementación de un programa de incentivos que concede la Ley de Turismo.



El MITUR es el encargado de otorgar la calificación o denegatoria de los proyectos previa opinión favorable del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de la Cultura de la Presidencia de la República, y en caso de proyectos mayores a cincuenta mil dólares, del Ministerio de Hacienda.

Para proyectos pequeños existen también apoyos específicos en capacitación y equipamiento que impulsan el desarrollo turístico de las Mipymes, por lo que fortalecen los programas de apoyo y financiamiento de la inversión privada permitiendo mejorar el desarrollo, equipamiento y modernización de la infraestructura turística del país.

Líneas de acción

- Identificar necesidades de infraestructura turística estratégica para gestionar recursos, especialmente para productos turísticos como: gastronomía local, artesanías, transporte, alojamiento y de información que son parte importante de la oferta local, su producción y acceso a mercados para su comercialización.
- Apoyar a los actores locales del sector turístico en la elaboración de carpetas técnicas con los requerimientos de inversión en infraestructura y equipamiento para los segmentos turísticos de mayor demanda en el territorio, tales como el turismo rural comunitario, turismo de naturaleza y turismo de aventura, entre otros.
- Impulsar el desarrollo de infraestructura y equipamiento de carácter público para mejorar las condiciones competitivas de los negocios relacionados con los segmentos de turismo de naturaleza, turismo cultural, rural, de aventura y otros que se identifiquen en coordinación con el programa de Pueblos Vivos y otros programas que estén en esta línea de acción y de esta estrategia.
- Promover conjuntamente con los gobiernos locales, la elaboración de un programa de seguimiento, evaluación y mejora continua del aprovechamiento de la infraestructura básica en destinos turísticos locales.
- Para optimizar esfuerzos y recursos, y obtener mejores resultados en promover la inversión turística, los gobiernos locales deben vincularse con las instituciones de turismo y mantener una comunicación constante, para lograr que los programas y proyectos turísticos locales estén alineadas con los planteamientos de desarrollo nacional.



Eje III. Ofertas singulares y significativas

El fortalecimiento de los actores locales para el fomento del turismo como eje de desarrollo económico local hace necesario el desarrollo de capacidades para diseñar propuestas creativas que generen una diferenciación sustancial de los destinos, aprovechando las oportunidades de mercado y el patrimonio cultural y natural del que disponen.

El proceso de identificación, desarrollo, promoción y comercialización de la oferta turística local debe impulsarse en las distintas localidades del país, para lo cual se deben considerar las condiciones logísticas, de infraestructura y de posicionamiento de cada destino para lograr resultados en la capacidad de recibir y distribuir los flujos turísticos.

Es por ello necesario que la oferta turística local sea de bajo impacto medioambiental, se constituya como una organización adecuada que incorpore al trabajo productivo de las comunidades locales, fomente la infraestructura y

equipamiento acorde y respetuosa con el entorno, capacite y profesionalice a quienes prestan los servicios, logre la calidad de los servicios ofertados, pero sobre todo que permita la innovación en el diseño de actividades que resulten satisfactorias para el turista consumidor y motiven las visitas.

La innovación de productos turísticos debe ser constante, de manera que a nivel local se mantenga una oferta turística competitiva, que impulse el desarrollo turístico de los diferentes productos orientados a segmentos como el turismo rural comunitario, el turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo de aventura. Lo anterior con el objetivo de promover una mayor estadía, una experiencia única y mayores beneficios sociales, económicos y ambientales.

La promoción y comercialización de la oferta turística, puede realizarse a través de herramientas tecnológicas o de empresas sociales que permitan acceder de forma más sencilla la información acerca de la oferta y hacer viable su venta al consumidor final.

Los productos-mercados que se han identificado para el país deberán ser la base de análisis para vincular la oferta y la demanda de cada una de las localidades turísticas, buscando la especialización y la relación entre la vocación local, las cualidades que ofrece para contribuir al desarrollo local y la oportunidad de mercado para cada una.

Principales sellos relacionados con el turismo sostenible:

Turismo cultural, rural y ecoturismo

CIRCUITOS, RUTAS Y TOURS: Integran la oferta de los destinos y distribuyen el ingreso.

VIAJES DE CONTACTO Y DISFRUTE DE LA NATURALEZA: Favorecen la distribución del ingreso y el reconocimiento de la importancia del cuidado y protección del patrimonio natural.

VISTAS A COMUNIDADES RURALES: Favorecen el posicionamiento de los destinos rurales y complementan el ingreso de los productores agrícolas del país.

EXCURSIONES A PUEBLOS ENCANTADORES Y PEQUEÑAS CIUDADES DEL INTERIOR: Propician la movilidad, la distribución del ingreso, el fortalecimiento del sentido de identidad y el orgullo local.

VIAJES DE SOL Y PLAYA: Permiten el desarrollo sostenible del litoral a través del disfrute responsable de la costa.

Ocio y esparcimiento

VIAJES DE SOL Y PLAYA: Permiten el desarrollo sostenible del litoral a través del disfrute responsable de la costa.

VISITAS A PARQUES RECREATIVOS: Permiten el sano esparcimiento y recreación de los salvadoreños y complementan los viajes de los visitantes internacionales.

Turismo de negocios y motivos profesionales

VIAJES DE NEGOCIOS INDEPENDIENTES: Impulsan la economía del país y fortalecen la hotelería y servicios de alimentos, bebidas y entretenimiento en los destinos.

VIAJES A CONGRESOS, CONVENCIONES, REUNIONES Y EXPOSICIONES: Potencian las actividades económicas, culturales, científicas y tecnológicas relacionadas con los temas centrales de los eventos, y son espacios que favorecen la transferencia y generación conocimientos. Equilibra la temporalidad y fortalecer el posicionamiento del país y los destinos en que se desarrollan.

Turismo Religioso

VIAJES POR MOTIVOS DE FE. Genera sentido de comunidad, motiva la movilidad entre los destinos del país y propicia la distribución del ingreso.

Deportes y turismo de aventura

VIAJES DE SURF: El reconocimiento de las playas salvadoreñas entre las mejores del mundo para realizar este deporte, genera una imagen positiva y dinámica del país, y complementa el ingreso de las comunidades en que se desarrolla.

VIAJES RELACIONADOS CON DEPORTES EXTREMOS: Complementa el producto de naturaleza, favorece la distribución del ingreso en los sitios en que se desarrolla.

VIAJES RELACIONADOS CON OTROS DEPORTES: Complementa la oferta turística e impulsando el deporte.

Turismo de salud y bienestar

TURISMO MÉDICO: Estimula la mejora de los servicios médicos del país y aumenta su posicionamiento como destino vanguardista y seguro.

VIAJES DE BIENESTAR: Complementa la oferta de los destinos y aumenta el gasto per cápita de los visitantes de otros segmentos.

Turismo educativo

VIAJES ACADÉMICOS: Propicia el intercambio cultural entre estudiantes salvadoreños e internacionales y fortalece el posicionamiento del país.

VIAJES POR CURSOS ESPECIALIZADOS: Atrae a segmentos específicos y fortalece el posicionamiento y recomendación del país.

Turismo social e inclusivo

VIAJES DE PERSONAS CON ESCASOS RECURSOS: Permiten el disfrute y la recreación de personas menos privilegiadas, mejorando su calidad de vida.

VIAJES DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD: Mejoran la calidad de vida de personas con discapacidad y promueven su integración a la sociedad.

Cruceros

EXCURSIONES DE CRUCERISTAS: El reconocimiento de los puertos salvadoreños por parte de las navieras turísticas, valida la posición competitiva del país en el ámbito internacional; genera divisas adicionales para las comunidades que se visitan y propician la recomendación y repetición de los viajes.

Visita a familiares y amigos

VIAJES A LUGARES DE PERSONAS CON LAZOS AFECTIVOS: Robustece los lazos familiares entre los salvadoreños, propicia la distribución del ingreso y para los salvadoreños en el exterior es una fórmula de mantener el contacto con su país y propicia la consolidación de envío de remesas.



En todos los casos, se buscará identificar las localidades turísticas con los productos simbólicos que las diferencian.

- En el caso de sitios naturales se identificarán las cualidades del entorno natural para desarrollar actividades relacionadas con: observación de aves, el desove y liberación de tortugas, el buceo libre, la escalada en roca, el vuelo en parapente, paseos en lancha, entre otras.
- En lo que corresponde a turismo rural, las diferentes rutas que tienen que ver con la producción agrícola, ruta del café y comunidades originarias, son ejemplos de productos de interés para el turismo nacional e internacional.
- En el caso de turismo cultural a pequeñas ciudades, se tendrán en cuenta las diferentes manifestaciones artísticas y artesanales, la gastronomía, los edificios históricos y la arquitectura vernácula.
- En los productos y segmentos relacionados con visita a familiares y amigos, el concepto de vivencias y encuentros no sólo es pertinente, sino definitorio, pues de esto se trata la visita, de encontrarse con personas afines y significativas para los viajeros.
- En los productos y segmentos de negocios, congresos y convenciones, que representan una modalidad de oportunidad para el turismo en el país, particularmente en el mercado centroamericano, orientar la promoción de eventos relacionados con los principales sectores productivos del país como la agroindustria del café, los textiles, la aeronáutica, la electrónica y los dispositivos médicos que se producen en el país para logra la concurrencia productiva de los salvadoreños y sus clientes nacionales e internacionales.



Objetivo

Desarrollar mecanismos para identificar, fortalecer y apoyar la comercialización efectiva de la oferta turística local.

Estrategias

A. Identificar y promover el desarrollo de productos rentables, distributivos y responsables.

B. Posicionar la oferta local en sus mercados meta.

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad.

A. Identificar y promover el desarrollo de productos rentables, distributivos y responsables

La diversidad de recursos de El Salvador y el crecimiento de los turistas que buscan experiencias más auténticas y cercanas a la naturaleza y la cultura, hacen de estos segmentos una oportunidad para fomentar el desarrollo sustentable de los recursos del país.

La importancia del desarrollo y posicionamiento de productos turísticos relacionados con la cultura y la naturaleza se relaciona con lo siguiente:

- Funcionan como atributos diferenciadores de los destinos.
- Son base para realizar actividades que complementan la experiencia de los visitantes.
- Refuerzan de la identidad de comunidades receptoras y ponen en valor el patrimonio frente a ellas.
- La orientación de las estrategias de promoción se determina en función del nivel de especialización y profundidad de los turistas, por lo que será necesario generar una mezcla de mercado entre visitantes con interés ocasional y visitantes especializados.

Visitantes con interés ocasional

Se vinculan con diferentes intereses en cada viaje. Su aproximación a los sitios y elementos del patrimonio es generalmente de carácter recreativo o panorámico, aunque se implica en el viaje una experiencia didáctica. La oferta de cultura y naturaleza para viajeros con interés ocasional, compite directamente con otros productos de ocio y recreación, ya que el patrimonio es más bien marco para la experiencia de viaje, y el motivo principal se relaciona con el esparcimiento o la convivencia con la familia o amigos, que con el atractivo en sí. Esto provoca que sea un segmento sensible a la competencia por precio. Aunque la calidad del patrimonio incide en la selección del destino, las actividades que se ofrecen, el ambiente de los destinos, y la infraestructura y servicios turísticos son determinantes para la decisión del viaje.

Las actividades culturales y en la naturaleza, complementan el viaje de otros segmentos atraídos al país por motivos diversos como negocios, visita a familiares y amigos, turismo de salud cuando el viaje no implica riesgos mayores, entre otros. Las actividades de mayor oportunidad para turistas con interés ocasional en la naturaleza y la cultura se relacionan con:

Turistas que buscan ocio y recreación en sus viajes

- Catálogos de Pueblos Vivos.
- Agenda turística sobre: festivales gastronómicos, ferias patronales, exposiciones temporales, temporadas de cosecha y procesamiento de café, avistamiento de flora y fauna, etc.
- Campaña en medios de comunicación al público en general.
- Incorporar la oferta a circuitos y corredores través de operadores nacionales e internacionales.

Visitantes especializados

Se vinculan con un interés específico. Su aproximación a los sitios y elementos del patrimonio es de carácter estético, científico o académico, y para ellos el patrimonio tiene implicaciones más profundas que para el turista convencional, en función de un interés particular: un periodo histórico, un estilo arquitectónico o artístico, una especie biótica, un ecosistema o una característica geológica. El volumen de

turistas especializados es menor a los que se interesan en actividades culturales o de naturaleza de forma ocasional. Su influencia en el posicionamiento de los destinos se relaciona con la fuerza de la voz de los expertos y su participación fortalece la interpretación de los recursos patrimoniales.

Para los viajeros especializados, la diferenciación del patrimonio o los ecosistemas es el asunto más importante al decidir un destino de viaje. Son pequeños nichos de mercado para quienes los servicios turísticos genéricos como alojamiento, alimentos y bebidas tienen menor influencia en la selección de los destinos, pues el motivo del viaje se relaciona con cuestiones didácticas, científicas o estéticas, con implicaciones más profundas en función de un interés particular.

Los nichos de oportunidad para la promoción de El Salvador en segmentos especializados se relacionan con la historia reciente, la vida cotidiana de los mayas y la vulcanología. Para cada uno de estos segmentos se establecen mecanismos específicos de promoción.

Historia reciente vinculada con el periodo de guerra y la firma de la paz

Se realizará a través de universidades y asociaciones, buscando la publicación de ensayos y experiencias relacionadas con la firma de la paz y sus implicaciones.

Sociología arqueológica

Se realizará a través de clubes, asociaciones y universidades, buscando la publicación del valor sociológico de los vestigios arqueológicos de El Salvador.

Vulcanología

Se realizará a través de universidades, clubes y asociaciones buscando la publicación ensayos y experiencias relacionadas con los volcanes de El Salvador.

En este sentido se hace necesario identificar y desarrollar productos turísticos locales que sean sustentables, comercializables y de calidad, acordes a las exigencias nacionales e internacionales del mercado y que además generen experiencias que motiven una mayor estancia, derrama económica y el retorno de los turistas a través de las siguientes líneas de acción.

Líneas de acción

- Promover la generación de estudios, diagnósticos y/o documentos técnicos y estratégicos acerca de las características de la demanda actual y potencial, para el desarrollo adecuado de productos con bases de sustentabilidad e innovación.
- Impulsar la innovación en productos y servicios turísticos locales con la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas, cuidando que los productos estén acordes a la vocación del destino.
- Promocionar y comercializar estratégicamente y responsablemente el producto turístico local, haciendo uso óptimo de la riqueza natural y cultural del país y de acuerdo con la demanda actual y potencial.
- Fomentar el desarrollo empresarial y la asociatividad como estrategia para la diferenciación, la innovación en los productos y servicios turísticos y la inserción local en las cadenas de valor.
- Estimular la cultura emprendedora y la innovación entre mujeres y jóvenes para que desarrollen su creatividad en nuevos productos turísticos y que además puedan aumentar sus perspectivas de empleabilidad en el corto y mediano plazo.
- Planificar acciones coordinadas y permanentes que permitan desarrollar el producto turístico, tomando en cuenta el inventario real de recursos, atractivos, destinos y productos del territorio, así como aquella riqueza patrimonial, natural y cultural que puede ser aprovechada para detonar y fortalecer la misma.
- Identificar la vocación y fortalezas de los destinos turísticos respecto a los segmentos turísticos de mayor potencial, así como conocer las características y el grado de madurez que tienen sus productos para encontrar áreas de oportunidad que permitan realizar acciones concretas y enfocadas a fomentar su desarrollo:
- Mejorar la calidad de los servicios, medios y procesos, otorgando distintivos y certificaciones a las mejores prácticas de sustentabilidad enfocadas al turismo.
- Elevar la productividad mediante el aprovechamiento de instrumentos y herramientas como las tecnologías de información y comunicación, incluyendo la modernización de la infraestructura turística de calidad acorde a la vocación, imagen y tradición del destino y producto.

- Profesionalizar y capacitar de manera permanente al recurso humano que participa en toda la cadena de valor del producto.
- Difundir la oferta turística local a nivel nacional a través de campañas de promoción con la participación de los municipios, así como con los operadores del producto a nivel local.
- Promover el uso de espacios y medios de difusión del sector privado para dar a conocer los productos turísticos y la riqueza natural y cultural que tienen los municipios.
- Fortalecer la comercialización del producto turístico local a través de la participación de la Marca Pueblos Vivos en ferias y espacios de venta nacional e internacional.

B. Posicionar la oferta local en sus mercados

Las estrategias relacionadas con el posicionamiento de El Salvador en los mercados turísticos se vinculan con el reconocimiento del estilo de vida empático, positivo y dinámico. Estos atributos se mantienen como elementos centrales en el diseño y promoción de la oferta turística de todas las líneas de producto, hacia todos los segmentos y en cada etapa que conforma la experiencia del viaje, pues cada interacción entre los visitantes y los destinos ofrece una oportunidad para mejorar el posicionamiento del país.

Esta consideración implica alinear la visión de los distintos actores que en diferentes momentos interactúan con los visitantes, para dar congruencia a los elementos que se promueven entre los turistas potenciales en sus lugares de origen y los que se presentan a los viajeros durante su estadía, que serán recordados y transmitidos a otros viajeros potenciales.



La selección de los segmentos de consumo en El Salvador trasciende al valor comercial de los mercados, pues se considera que los turistas se convierten en una parte fundamental del ambiente de los destinos, siendo parte del motivo de selección y de la satisfacción de otros turistas. En este sentido, cada destino establece el tipo de turistas a quienes convoca a través de distintas herramientas mercadológicas y su posicionamiento se orienta a partir de su perfil y sentido de identidad, alineándose a los planteamientos establecidos en esta política.

El resultado del esfuerzo coordinado, concertado y alineado permite establecer metas más ambiciosas respecto al número y calidad de los visitantes que recibe el país y que albergan los destinos que lo conforman, logrando atraer a segmentos de mayor estadía promedio, que generen un mayor gasto y distribución del ingreso, que recomienden la experiencia vivida y atraigan a más turistas cada vez más satisfechos.

La orientación de la oferta turística salvadoreña hacia los segmentos de mayor oportunidad tiene en cuenta que entre más larga es la distancia que se recorre para llegar a un destino, el tiempo de estadía y la amplitud del recorrido durante el viaje, aumentan.

Así mismo, se consideran algunas excepciones que se toman en cuenta para organizar la oferta de los destinos en cuanto a la relación con de tiempo de estadía y tipos de destinos:

Tipo de hospedaje

Los turistas que viajan a una residencia de descanso, sea propia, rentada, prestada, o quienes se hospedan con familiares y amigos, tienden a permanecer más tiempo en un destino autónomo, aunque en la medida en que se prolonga su estadía, complementan su viaje con excursiones radiales, por lo que la información de actividades in situ es determinante para aumentar su satisfacción y generar mayor derrama económica en las comunidades locales.

Motivos de viaje

La estadía de turistas de negocios puede afectarse por la distancia de su origen, entre más larga la distancia de origen, tenderán a prolongar su estadía y realizar actividades adicionales; los turistas de aprendizaje o cuyo motivo se relacione con la salud, permanecerán en un destino de acuerdo con el programa que consuman, etc.

Perfil y compañía durante el viaje

Las personas de tercera edad y las familias con hijos pequeños tienen menos movilidad y su estadía puede ser diferente a la mayoría de los otros segmentos.



Líneas de acción

- Mercado nacional

En prácticamente todos los países del mundo, el mercado interno se considera la base de despegue al desarrollo sostenible del turismo. La importancia de la demanda interna radica en la necesidad de generar fórmulas que faciliten la distribución de la riqueza. Promover turismo interno facilita que los salvadoreños tengan acceso a conocer los destinos del país y a realizar actividades lúdicas y culturales, que fortalezcan la valoración de lo propio y genere un sentido de pertenencia y orgullo; además de contribuir con la educación y cultura de los salvadoreños.

La cercanía de los destinos nacionales provoca que la mayoría de los viajes que se realizan dentro del país, sean en formato de excursión, sin pernocta y de forma independiente; por lo que la información sobre cómo llegar, dónde comer y qué hacer en los destinos nacionales, es un tema relevante para provocar la movilidad de estos viajeros dentro del país.

Para desarrollar y promover las líneas de producto adecuadas para este segmento de origen, deberán particularizarse las estrategias en función de los atributos de cada destino, lo que representará un ejercicio de diferenciación y competencia interna. Esto implica que cada destino desarrolle su propia estrategia de marca y se oriente hacia las regiones del país que mejor se vinculen con sus propuestas.

Las líneas de acción para promover la oferta turística pertinente en los mercados nacionales son:

- a) Monitorear los factores principales que inciden en la decisión de los viajeros nacionales, y las áreas de oportunidad para cada destino y línea de producto.
- b) Diseñar estrategias de diferenciación para cada destino.

- b) Diseñar estrategias de diferenciación para cada destino.
- c) Generar alianzas entre instituciones promotoras, transportistas, tour operadores, hoteles, restaurantes, guías y promotores de actividades locales.
- d) Promover al tour operadores turísticos que cuentan con una oferta adecuada para los salvadoreños.
- e) Vincular con las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- f) Integrar ofertas regionales diversificadas y complementarias para el mercado nacional.

- Salvadoreños en el exterior

Tomando en consideración el alto porcentaje de la población de salvadoreños en el exterior y el reto de generar esquemas de integración familiar, al estrechar los vínculos entre ellos y sus familias residentes en el país; una actividad como el turismo, que genera lealtad y sentido de pertenencia de estos ciudadanos salvadoreños, además de generar el ingreso de divisas directas. A su vez, el fortalecer el vínculo familiar incide en el envío de remesas; por lo tanto, las acciones que se desarrollen hacia este segmento son de carácter prioritario.

La gran mayoría de los viajeros de este segmento, se hospedan en hogares de su familia y amigos, sin embargo, la distribución del ingreso turístico se vincula con otros servicios, como restaurantes, entradas a sitios culturales, naturales y de recreación, así como compras para su familia local y souvenirs para llevar a sus destinos de residencia.

Es un segmento clásico del denominado nostálgico, y la principal competencia para los viajes de este segmento a El Salvador, es la cercanía de otros destinos en su lugar de residencia, de manera que es necesario generar motivaciones complementarias a la convivencia familiar.

Para desarrollar y promover las líneas de producto adecuadas para este segmento, deberán particularizarse las estrategias en función de los atributos de cada destino, lo que representará un ejercicio de diferenciación y competencia interna. Esto implica que cada destino desarrolle su propia estrategia de marca y se oriente hacia las regiones del país que mejor se vinculen con sus propuestas.

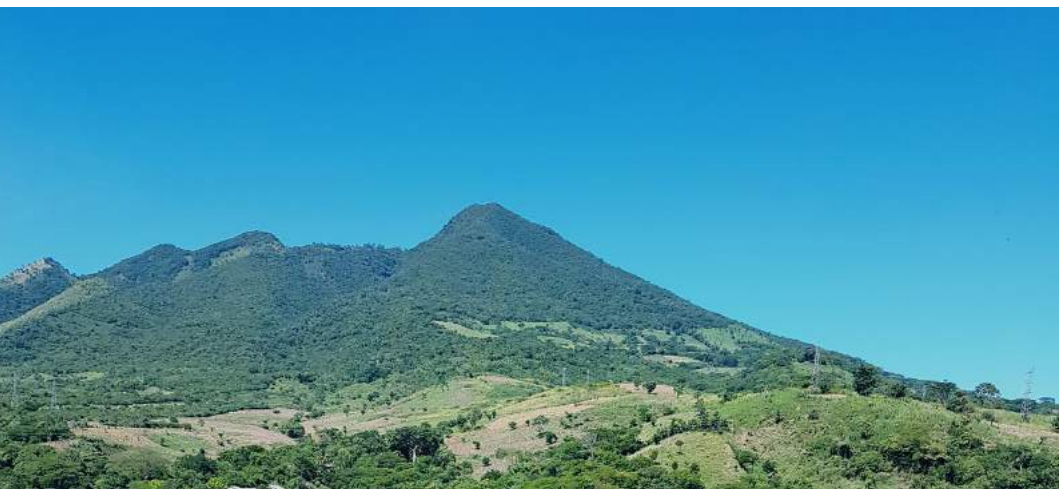
Las principales líneas de producto afines al mercado de salvadoreños en el exterior son:

- a) Generar alianzas entre instancias vinculadas con los salvadoreños en el exterior.
- b) Generar ofertas específicas para promover que los salvadoreños en el exterior viajen acompañados de sus amigos.
- c) Proporcionar información sobre las novedades de los destinos, que propongan una motivación adicional para regresar e invitar a sus amigos en sus destinos de residencia.
- d) Promoción de los destinos a través de redes sociales.
- e) Identificar e incentivar otras fechas relevantes o motivos para convocar a los salvadoreños en el exterior, de acuerdo con las regiones y localidades.

- Mercado Centroamericano

La región centroamericana es la principal fuente de turismo internacional hacia El Salvador, especialmente Honduras y Guatemala, por lo que se enfocarán esfuerzos por fortalecer estos mercados y, además de atraer mayor número de visitantes, proporcionar una oferta turística que sea atractiva para incrementar el número de días que permanecen en El Salvador y generar un mayor gasto, favoreciendo la integración social del pueblo centroamericano.

La promoción de congresos y convenciones relacionadas con asuntos de integración centroamericana en todos los ámbitos económicos, sociales, culturales, gremiales, y de intercambio de conocimientos; fortalecerá el liderazgo y posicionamiento de El Salvador en la región.



Las líneas de acción para orientar la estrategia de producto-mercado para viajeros Centroamericanos son:

Centroamericanos son:

- a) Posicionar a El Salvador como el destino para reuniones, congresos y convenciones, teniendo en cuenta su posición estratégica en la región.
- b) Generar ofertas específicas para viajeros centroamericanos.
- c) Fomentar el posicionamiento de tour operadores turísticos que cuentan con una oferta adecuada para los centroamericanos.
- d) Vincular las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- e) Integrar a El Salvador a los circuitos turísticos de Centroamérica con mayor contundencia y participación.

- Viajeros de larga distancia

La región centroamericana es la principal fuente de turismo internacional hacia El Salvador, especialmente Honduras y Guatemala, por lo que se enfocarán esfuerzos por fortalecer estos mercados y, además de atraer mayor número de visitantes, proporcionar una oferta turística que sea atractiva para incrementar el número de días que permanecen en El Salvador y generar un mayor gasto, favoreciendo la integración social del pueblo centroamericano.

La promoción de congresos y convenciones relacionadas con asuntos de integración centroamericana en todos los ámbitos económicos, sociales, culturales, gremiales, y de intercambio de conocimientos; fortalecerá el liderazgo y posicionamiento de El Salvador en la región.



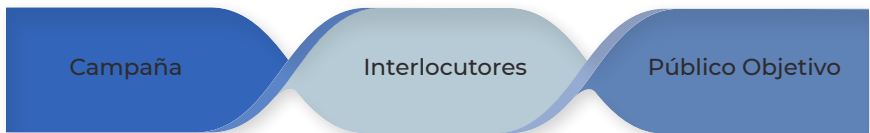
Las líneas de acción para fortalecer las estrategias para viajeros de larga distancia son:

- a) Fortalecer la oferta de los destinos que cuentan con productos vinculados con los intereses especiales y nichos específicos, identificados como prioritarios.
- b) Generar alianzas con tour operadores internacionales y regionales para el segmento de touring.
- c) Promover la publicación de productos y servicios de viaje de El Salvador, en guías de Centroamérica y Mundo Maya.
- d) Aprovechar la promoción de la oferta turística para promover la imagen del país ante el mundo.
- e) Vinculación con las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- f) Promover a El Salvador con líderes de opinión, los cuales pueden ser personalidades, artistas, empresarios, etc., de corte nacional o internacional, que fortalezcan la marca país

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad

Entre los principales retos que enfrenta el posicionamiento consistente de la marca país, está lograr que las personas que conforman la cadena de interlocución del país con sus interlocutores internos y externos reconozcan y adopten los valores que la definen, de manera que se transmita una imagen clara, consistente y relevante de lo que el país es y lo que lo identifica. La imagen de marca no sólo es una cuestión de emisión, sino de recepción, y adquiere valor, en tanto logra comunicar los valores que representa, a los públicos que le dan significado.

Las campañas de comunicación internas y externas considerarán los objetivos de comunicación establecidos para cada público objetivo identificado.



El posicionamiento de la oferta ha de tener en cuenta tres fórmulas de integración comercial que se orientarán a cada destino y segmento de origen, en función del nivel de desarrollo y atractividad de los destinos.

Todo incluido

Paquetes que incluyen transporte, alojamiento, alimentos y actividades a través de un solo proveedor, como hoteles todo incluido más transporte; circuitos guiados; eventos especiales y cruceros, entre otros.

Estos paquetes ofrecen seguridad a cambio de flexibilidad. Los viajeros de larga distancia, o quienes requieren más seguridad suelen preferir este tipo de alternativas. Esta modalidad se desarrolla a partir de tour operadores locales que se vinculan con líneas aéreas y mayoristas internacionales para promover la oferta en los países de origen de los turistas potenciales.

Parcialmente reservado

Generalmente son paquetes que incluyen transporte y hotel, aunque en ocasiones pueden incorporar alguna actividad específica. Ofrecen más flexibilidad y los viajeros más experimentados o de mediana distancia suelen preferir este tipo de alternativas. Esta modalidad se consolida a través de sistemas de reservaciones de los hoteles y líneas aéreas.

Independiente

Reserva cada servicio por separado o no reserva. Tiene la ventaja de generar beneficios más directos y mejor distribuidos entre las comunidades receptoras. Los viajeros nacionales y de corta distancia, así como los más conocedores y aventureros, prefieren este tipo de alternativas que les representa mayor libertad y flexibilidad. Requieren la publicación de información de las oportunidades de alojamiento y actividades en los destinos.

La preferencia por los diferentes tipos de consumo de viaje en términos de integración comercial, se relacionan con la percepción de seguridad, la madurez de los mercados y la especialización de la oferta. Los viajeros más experimentados o quienes se sienten más seguros en un destino por su cercanía geográfica, perceptual o idiomática, tienden a viajar de forma más independiente; por lo que la oferta orientada al mercado nacional y regional tenderá a desarrollarse de forma más independiente; y hacia el mercado de más larga distancia, de forma más organizada. En este sentido, la participación de tour operadores locales es fundamental para diseñar circuitos y paquetes que respondan a los diferentes gustos y necesidades de los mercados. Las condiciones de accesibilidad carretera a diversos destinos del país.

Para viajeros de larga distancia y estadía, el producto de touring de El Salvador, aumenta su competitividad al complementarse con otros países de Centroamérica.

Líneas de acción

- Diseñar estrategias de promoción que les permita a los operadores satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional.
- Implementar mecanismos de promoción conjunta los tours operadores para el mercado nacional e internacional.
- Integrar al tour operadores al Registro Nacional de Turismo.
- Impulsar al tour operadores para diseñar y comercializar productos innovadores y competitivos.
- Participar en ferias internacionales para promover el producto y hacer benchmarking.
- Integrar a los operadores nacionales y regionales para la creación de circuitos multidestino.
- Promover la capacitación del personal del tour operadores.
- Fortalecer la asociación de tour operadores de el Salvador.
- Promover las rutas temáticas entre los tours operadores.
- Promocionar las rutas temáticas y circuitos salvadoreños en las guías nacionales e internacionales.
- Fortalecer y diversificar las rutas y circuitos temáticos.
- Considerar las siguientes áreas de oportunidad para cada segmento de origen para evitar desperdicio en los recursos invertidos en el diseño y promoción de la oferta:



Principales líneas de producto afines al mercado nacional

TURISTAS NACIONALES

- Cultural, paisaje rural y ecoturismo
- Visita a familiares y amigos
- Ocio y recreación
- Turismo de negocios y motivos profesionales
- Turismo médico
- Turismo religioso
- Turismo social

Principales líneas de producto afines a los salvadoreños en el exterior

SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR

- Visita a familiares y amigos
- Turismo de negocios y motivos profesionales
- Cultural, paisaje rural y ecoturismo
- Turismo religioso
- Sol y playa
- Cursos de verano
- Turismo médico

Principales
líneas de
producto afines
al mercado
centroamericano

TURISTAS
CENTROAMERICANOS

- Congresos y convenciones
- Sol y playa
- Cultural, paisaje rural y ecoturismo
- Negocios independientes
- Visita a familiares y amigos
- Turismo religioso
- Turismo social

principales líneas
de producto
prioritarias para
el mercado de
larga distancia

TURISTAS DE LARGA
DISTANCIA

- Congresos y convenciones
- Cultural, paisaje rural y ecoturismo
- Cruceros

Nichos especializados

- Surf
- Sociología arqueológica
- Historia reciente vinculada con el periodo de guerra y la firma de la paz.



RESUMEN

Objetivo General

Estimular la producción agrícola y el desarrollo gastronómico del país a través del turismo y el fortalecimiento de experiencias culinarias creativas y significativas, accesibles para los visitantes y las comunidades locales, que se desarrollen bajo criterios de sustentabilidad.

Objetivos Específicos

- Identificar los espacios de articulación y aprovechamiento turístico de la gastronomía salvadoreña, así como los impactos y oportunidades de la colaboración entre productores, transformadores y comercializadores de ambos sectores.
- Impulsar la creación de actividades turísticas vinculadas con la producción, preparación y consumo de alimentos promoviendo el fortalecimiento de una gastronomía local diferenciada que se vincule con las cadenas de valor agrícola, agroindustrial y turística de El Salvador.
- Posicionar la imagen de un país empático, positivo y dinámico que combina la riqueza gastronómica con otros factores de la cultura, la naturaleza y la oferta turística nacional en los mercados objetivo.

Eje I.

Innovación creativa para el desarrollo local

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales.

B. Potenciar la vocación turística de los destinos del país.

Eje II.

Inversión enfocada en el territorio

A. Orientar la inversión turística de los destinos en función de su vocación y oportunidades de negocio.

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión.

C. Fortalecer e incrementar la inversión en proyectos de interés turístico nacional.

Eje III.

Ofertas singulares y significativas

A. Identificar y promover el desarrollo de productos rentables, distributivos y responsables.

B. Posicionar la oferta local en sus mercados meta.

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad.

CRÉDITOS

La Política Nacional de Turismo fue elaborada con la colaboración del equipo de especialistas de Identidad y Desarrollo y Sta Consultores.

www.identidadydesarrollo.com

www.staconsultores.com

MINISTERIO DE TURISMO

El Salvador

Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo
Pasaje y Edificio Carbonel 1 y 2
Colonia Roma, San Salvador C.A.

Teléfono : (503) 2241 - 3200

www.mitur.gob.sv