



# TURISMO Y MANEJO DE VISITANTES

---

POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

*El Salvador*



# CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b>	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
<b>TURISMO Y MANEJO DE VISITANTES EN EL SALVADOR</b>	7
Pueblos autónomos e interconectados	8
El reto de poner límites	9
Tour Operadores: Gestores de la experiencia	10
<b>OBJETIVOS DE LA POLÍTICA</b>	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
<b>UNA POLÍTICA INCLUYENTE</b>	14
<b>EJES ESTRATÉGICOS</b>	16
Eje I. Preparar los destinos y motivar a los viajeros antes del viaje	17
Eje II. Aprovechar el impacto de llegada y salida para orientar a los visitantes	22
Eje III. Conducir a los visitantes durante su viaje	25
Eje IV. Fidelizar a los viajeros y retroalimentar la experiencia turística	32
<b>RESUMEN</b>	42



## PRESENTACIÓN

---

El sector turístico se enfrenta a profundos cambios en sus estructuras y formas de operar, especialmente en lo que se refiere a cadenas de producción, operación e intermediación. La tendencia de los turistas cada vez más independientes y los nuevos sistemas de comunicación y reservaciones en línea están marcando las nuevas pautas de actuación.

El reto al que nos enfrentamos no es solamente captar y fidelizar visitantes, sino conducirlos de forma apropiada en los territorios de manera que se logre distribuir mejor los beneficios que genera la actividad y minimizar los impactos negativos que puede generar si no se opera de manera apropiada.

Tomando en cuenta que los flujos de visitantes influyen de manera determinante en el carácter de las localidades en que se desarrolla el turismo, además, son un elemento activo que es necesario controlar y aprovechar para impulsar el desarrollo sostenible de las localidades visitadas. Por lo que, es fundamental establecer estrategias concretas para influir en el movimiento y el comportamiento de los turistas durante su viaje.

Los distintos momentos de interacción entre anfitriones, visitantes e intermediarios se van tejiendo para generar una experiencia compleja que se alimenta de

mensajes, imágenes, infraestructuras, servicios, actuaciones y actitudes que generan y comparten los diversos interlocutores que participan en los distintos momentos que acontecen antes, durante y después del viaje.

Partiendo de la base que el potencial de desarrollo, la competitividad y la capacidad de carga de cada localidad, dependen de sus atributos diferenciadores, hace que sea necesario buscar fórmulas que estandaricen generalidades, al tiempo que permiten trabajar con singularidades locales, incluyendo el perfil y el comportamiento de los turistas que llegan a ellas en diferentes momentos, con diferentes actitudes y diferentes intenciones. Los visitantes de un país, territorio o localidad se reconocen como parte intrínseca del sistema, como elementos diferenciadores y dinamizadores del entorno.

La Política de Manejo de Visitantes de El Salvador, que es la primera en su género a nivel internacional, permitirá armonizar la actividad con el devenir transformador del entorno nacional e internacional, e incidir en él desde la multidimensionalidad del turismo para interconectar a las personas en el ámbito local y a las localidades en el ámbito territorial.

Esta Política se articula a través de cuatro ejes que han requieren el entendimiento y mutuo acuerdo de diversos actores para propiciar que el turista tenga la mejor experiencia posible, basado en la certidumbre de la información y disfrutando de un servicio de calidad y con bases de sustentabilidad. Donde el beneficio del consumo turístico se distribuya mejor al preparar los destinos y motivar a los viajeros antes del viaje, aprovechar el impacto de llegada y salida para orientar a los visitantes, conducir a los visitantes durante su viaje, fidelizar a los viajeros y retroalimentar la experiencia turística.



La Política de Turismo y Manejo de Visitantes 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:

**Generar mecanismos operativos para influir en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales.**



## 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.

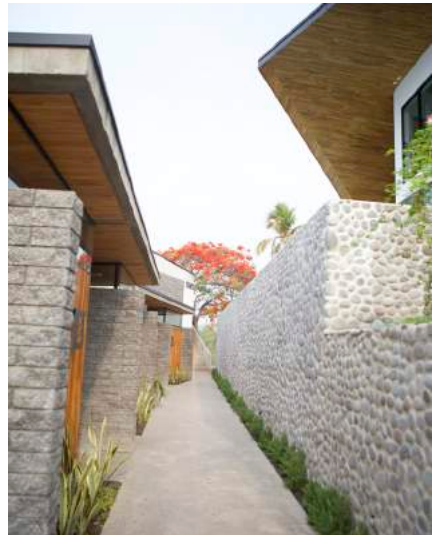
Para lograrlo se requiere la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y de las municipalidades, las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, las agencias de integración y cooperación internacional, la academia, 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 MANEJO DE VISITANTES EN EL SALVADOR

---

La Política de Operación y Manejo de Visitantes parte de la base de que el potencial de desarrollo, la competitividad y la capacidad de carga de cada localidad dependen de sus atributos diferenciadores, lo que hace necesario buscar fórmulas que estandaricen generalidades, al tiempo que permiten trabajar con singularidades locales, incluyendo

el perfil y el comportamiento de los turistas que llegan a ellas en diferentes momentos, con diferentes actitudes y diferentes intenciones. Los visitantes de un país, territorio o localidad se reconocen como parte intrínseca del sistema, como elementos diferenciadores y dinamizadores del entorno.

## *Pueblos autónomos e interconectados*

El programa de Pueblos Vivos que se ha implementado en El Salvador responde a la idea de que cualquier localidad que pueda ser visitada en un momento dado por algunos o por miles de los viajeros nacionales o internacionales que recorren el país pueda considerarse como un destino turístico en tanto sea visitada y funcionar como una entidad autónoma y a la vez interconectada.

Esta experiencia se reconoce como una fórmula vanguardista que requiere ser estudiada y replicada a nivel internacional y fortalecida en el país para controlar mejor los flujos turísticos y generar una experiencia más satisfactoria para los visitantes y los anfitriones, asegurando que los beneficios del turismo se distribuyan mejor y que sus impactos nocivos se minimicen en el espacio y en el tiempo.

La Política de Operación y Manejo de Visitantes reconoce que los flujos de visitantes influyen de manera determinante el carácter de las localidades en que se desarrolla el turismo y son un elemento activo que es necesario controlar y aprovechar para impulsar el desarrollo sostenible de las localidades visitadas y establecer estrategias concretas para influir en el movimiento y el comportamiento de los turistas durante su viaje.

Los distintos momentos de interacción entre anfitriones, visitantes e intermediarios se van tejiendo para generar una experiencia compleja que se alimenta de mensajes, imágenes, infraestructuras, servicios, actuaciones y actitudes que generan y comparten los diversos interlocutores que participan en los distintos momentos que acontecen antes, durante y después del viaje.



## El reto de poner límites

Entre los grandes retos que tienen hoy los destinos turísticos, tiene que ver con una dicotomía entre el crecimiento en su actividad turística y económica, y los límites y manejo que debe hacerse de este incremento; a nivel global, diversos estudios, pero en especial aquellos del World Travel and Tourism Council y del Center for Responsible Travel, han documentado el fenómeno de la sobre densificación como una consecuencia de una promoción excesiva, un mal manejo de visitantes y una pobre planeación.

Este fenómeno, que hoy inunda las noticias relacionadas con el sector de los viajes y turismo, solo es posible abordarlo con estrategias locales que definan el rumbo de los destinos, el tipo de actividad turística que quieren y pueden gestionar, las capacidades de sus atractivos y espacios públicos y fomenten una colaboración estrecha entre los actores.

El World Travel and Tourism Council, en el reporte “Coping with success: managing overcrowding in tourism destinations”, menciona que hay cinco retos asociados con la sobre densificación turística y que son: 1) Residentes locales sin identidad propia, 2) Una experiencia turística degradada, 3) Infraestructura sobrecargada, 4) Daños a la naturaleza y, 5) amenazas a la cultura y al patrimonio.

El reporte, uno de los más avanzados hasta el momento sobre el tema, explora algunas posibles soluciones. Sin embargo, el tema de la sobre densificación es aún poco abordado por los gobiernos nacionales y locales a nivel global; de ahí, que esta política sea una de las primeras en su tipo, demostrando el liderazgo y la innovación de El Salvador por ir a la vanguardia en los temas de turismo, y prepararse para futuros impactos de la actividad.



## Tour Operadores: Gestores de la experiencia

Aunque establecer un sistema de manejo de visitantes es un asunto que requiere la participación de todos los actores locales que inciden en el turismo y el control de flujos, los touroperadores nacionales o locales, los Destination Management Companies (DMC) y los guías locales, que intervienen en la gestión de los destinos, son determinantes para el establecimiento de mecanismos de planeación y control de flujos, así como para incidir en el comportamiento de los visitantes y el cumplimiento de las reglas que se establezcan en los destinos.

La diversidad de funciones, tamaños y áreas de influencia de los tour operadores, han generado diversas clasificaciones para estos actores, aunque por definición, son quienes consolidan servicios diversos que van desde alojamiento, alimentación, traslados hasta eventos especiales o visitas a sitios sagrados, participación en rituales, actividades culturales,

de aprendizaje o aventura. Así, proveen servicios de intermediación y desarrollan productos integrados. Sus principales funciones son recomendar y conducir a los visitantes en un entorno que garantice una experiencia segura y satisfactoria y actualmente, se han convertido en gestores de destinos y de emociones, lo que dificulta clasificarlos de manera tradicional.

Apoyar y promover su afiliación a programas de certificación relacionados con el turismo sostenible y su participación activa en el cuidado del entorno, la selección de proveedores responsables y la distribución de beneficios a las comunidades locales, facilitará el posicionamiento del turismo salvadoreño y afirmará la sostenibilidad del turismo y de los destinos en que se lleva a cabo la actividad.

Entre los de mayor prestigio a nivel internacional para estos actores se encuentran los siguientes:



### Biosphere Responsible Tourism

Otorgado por el Instituto Turismo Responsable en alianza con la UNESCO y TUI, aplica tanto para establecimientos de alojamiento como para destinos, ciudades y empresas de transporte. Incorpora los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y las directrices emanadas de la Cumbre del Clima de París.

### EarthCheck

Apoyado por World Travel & Tourism Council (WTTC), WWF, SECTUR, FONATUR, Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), aplica para empresas de turismo activo, destinos, establecimientos de alojamiento y cruceros. Contribuye con el desarrollo y gestión de soluciones sostenibles y apoya a empresas, comunidades y gobiernos a crear destinos turísticos limpios, seguros, prósperos y saludables para visitar, vivir, trabajar y divertirse, bajo el lema de que lo que es bueno para el planeta, también es bueno para los negocios.

### Green Globe

Apoyado por EVVC, GCB, UNWTO, Skal, aplica a touroperadores, transportistas, establecimientos de hospedaje, eventos, restauración y spa. La membresía está reservada para empresas y organizaciones que están comprometidas a hacer contribuciones positivas a las personas y al planeta.

### Green Growth 2050

Apoyado por The Global Compact, Travel Forever, The UNEP, se vincula con salud, seguridad, sostenibilidad del diseño y construcción de infraestructuras, derechos humanos y prácticas laborales. Fue desarrollado para satisfacer las necesidades del turismo y aplica a empresas que buscan soluciones de hoy a las cuestiones que impulsan el cambio social, cultural y medioambiental y van más allá de la actual unidimensional, legado, basado en la certificación.

### Green Leaf Eco-Standard

Apoyado por el Wilderness Foundation aplica para touroperadores, establecimientos de hospedaje, eventos y conferencias. La etiqueta tiene como objetivo lograr cambios mensurables para las políticas de gestión, ambientales basadas en indicadores de sostenibilidad ecológica y social.

### ISO

Aplicado por entidades certificadoras privadas en asociación con figuras nacionales de normalización, aplica a todo tipo de ámbitos. "ISO (Organización Internacional de Normalización) es el mayor desarrollador y editor mundial de Normas Internacionales. La norma ISO 14000: 2004 es un sistema de gestión ambiental también aplicable a los servicios turísticos

## Travelife

Establecido por ABTA y ECEAT, es apoyado por TUI, Thomas Cook, Virgin Holidays, DER Touristic y Rain Forest Alliance. Aplica tanto touroperadores y agencias de viajes como a hoteles. Se propone a hacer las vacaciones más sostenibles. Y trabaja con empresas de viajes de todo el mundo para ayudarles a mejorar sus impactos sociales, económicos y ambientales.

Fuente: IASCA, 2018

La adopción de prácticas de turismo responsable por parte de estos actores y su compromiso con el desarrollo y el equilibrio del aprovechamiento de los recursos socio-culturales, económicos y ambientales de los destinos no solo garantiza la satisfacción de los visitantes. Su participación activa para evitar o minimizar los impactos negativos sobre la población anfitriona y

el medio ambiente, así como su capacidad para identificar y denunciar las prácticas turísticas inadecuadas de otros actores, y promover la mejor distribución de los beneficios de la actividad, la dispersión de flujos, la creación de experiencias innovadoras y el cuidado del entorno, los convierten en un sector de máxima prioridad para el desarrollo del turismo.





## OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

---

### Objetivo General

Generar mecanismos operativos para influir en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales.

### Objetivos Específicos

- Establecer estrategias previas a la llegada de los visitantes para generar expectativas realistas y experiencias significativas que aumenten la satisfacción de los visitantes y las comunidades anfitrionas de los destinos del país.
- Apoyar a los visitantes que viajan por El Salvador a definir y acotar sus expectativas sobre lo que podrán encontrar en los diversos destinos y regiones del país.
- Impulsar el desarrollo de experiencias significativas que generen impactos positivos para los visitantes y anfitriones.
- Fidelizar a los turistas que visitan El Salvador y convertirlos en promotores del país en sus lugares de residencia.





## 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 de la operación y el manejo de visitantes son:

**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, Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, Secretaría de Asuntos Legislativos y Jurídicos de la Presidencia, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Defensa, Ministerio de Transporte, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Viceministerio de Transporte, Gobiernos municipales, Protección Civil, Red Consular, Policía Nacional Civil, Centro Internacional de Ferias y Convenciones.

**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.

**Cámara Salvadoreña de Turismo, Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo, Asociaciones de Hoteleros y Restaurantes, Universidades, Institutos de formación turística, Comités de Desarrollo Turístico, asociaciones de desarrollo comunal (ADESCO).**

**Los empresarios** del turismo, la producción, el comercio y los servicios 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 del turismo en todas sus dimensiones.

**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 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.

**Los salvadoreños en el exterior** que inciden de forma determinante en el desempeño del turismo interno y en el posicionamiento de El Salvador, en los países que habitan.

**Los visitantes** nacionales e internacionales cuyas actuaciones y actitudes nutren el carácter de los destinos que visitan.



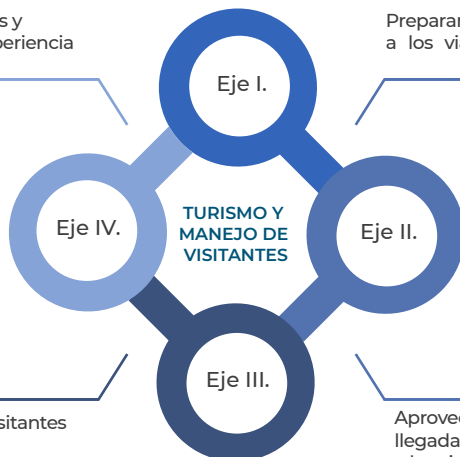


## EJES ESTRATÉGICOS

La Política de Operación y Manejo de Visitantes se conforma por cuatro ejes estratégicos que articulan 15 estrategias, las que permitirán generar y fortalecer los mecanismos operativos y programáticos que influyen en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador, para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales.

Fidelizar a los viajeros y retroalimentar la experiencia turística

Preparar los destinos y motivar a los viajeros antes del viaje



Conducir a los visitantes durante su viaje

Aprovechar el impacto de llegada y salida para orientar a los visitantes



## Eje I. Preparar los destinos y motivar a los viajeros antes del viaje

Antes del viaje, el viajero potencial se informa sobre los productos y servicios que se ofrecen en los destinos y se crea una expectativa. Con esta expectativa en mente toma la decisión de viajar o entrar en contacto con el destino, se prepara e incluso anticipa las situaciones y las emociones que espera encontrar. De esta expectativa depende en gran medida su comportamiento y su satisfacción durante el viaje.

Actualmente la importancia de preparar e ilustrar a los visitantes para asegurar que puedan sacar mejor provecho de los productos y servicios que compran durante su viaje y conforman su experiencia o costumer journey, se ha convertido en una norma básica para optimizar procesos y aumentar el éxito de los destinos.

La información puntual y detallada sobre las condiciones, características y reglas del lugar que se visita genera una sensación de mayor seguridad, motiva a los viajeros a realizar actividades, comprar productos y comportarse de acuerdo con las definiciones que decide la comunidad anfitriona. De esta manera, se garantiza su satisfacción y se hace posible aumentar los beneficios que representa su visita y minimizar los impactos negativos que pueda generar.

## Objetivo

Establecer estrategias previas a la llegada de los visitantes para generar expectativas realistas y experiencias significativas que aumenten la satisfacción de los visitantes y las comunidades anfitrionas de los destinos del país.

## Estrategias

A. Analizar las condiciones y relaciones de las localidades para definir hacia dónde y cuándo es conveniente orientar los movimientos de los turistas en el territorio.

B. Promover el diseño participativo de herramientas de gestión de visitantes que se adapten a las necesidades de cada destino.

C. Generar y difundir información puntual sobre los destinos que permita profundizar en sus características específicas.

D. Acotar las expectativas de las comunidades receptoras y los visitantes respecto a la experiencia turística en los destinos de El Salvador.

### **A. Analizar las condiciones y relaciones de las localidades para definir hacia dónde y cuándo es conveniente orientar los movimientos de los turistas en el territorio.**

Para establecer mecanismos específicos para conducir a los visitantes en función de su potencial, capacidad de carga, competitividad y elementos diferenciadores es fundamental analizar la estructura turística del país teniendo en cuenta los siguientes factores:

- El tamaño de las localidades que determina la capacidad de carga turística y los impactos de la actividad en las comunidades receptoras.
- La combinación de las modalidades de las actividades humana que ahí se llevan a cabo para asegurar que el turismo como actividad terciaria, las aproveche y dinamice.
- Las características físicas, geográficas, bióticas y climáticas que determinan la fragilidad de los ecosistemas.

- La accesibilidad y vinculación con otras localidades.
- La presencia y el nivel de desarrollo de infraestructuras y servicios turísticos, culturales, ambientales, públicos, privados y sociales que facilitan la vinculación de quienes viajan, invierten, operan y promueven el turismo.
- Las condiciones y particularidades del patrimonio natural y cultural que favorecen la atractividad de los destinos.
- Las características, necesidades y deseos de los visitantes potenciales, así como la temporalidad turística determinada por fechas vacacionales, ferias y eventos locales, nacionales e internacionales.
- Establecer alianzas con touroperadores locales para promover la movilidad responsable en el territorio y dispersión de flujos en temporadas altas.

El análisis de indicadores turísticos tradicionales, como la ocupación y la llegada de visitantes en los puntos fronterizos en conjunto con los factores establecidos permitirán estimar la afluencia turística y las posibles sobrecargas de turistas durante determinados momentos, además, se podrá identificar complementariedades de la oferta con el fin de establecer estrategias que permitan distribuir a los visitantes de manera planificada.

## Líneas de acción

- Aprovechar las estadísticas disponibles para identificar la estacionalidad de visitantes en los sitios turísticos.
- Generar calendarios de eventos de alta afluencia en el territorio salvadoreño y generar mapas de relaciones territoriales para la posible distribución y recepción de flujos que superen la capacidad de carga de los destinos.
- Generar y aplicar metodologías de caracterización, dimensionamiento e interrelación logística de los sitios y destinos turísticos.
- Identificar la oferta turística complementaria para la distribución de la demanda durante temporadas de alta afluencia.
- Establecer capacidades de carga o límites de cambio aceptable para destinos administrados por instituciones durante temporadas de alta afluencia de visitantes.

- Fortalecer los vínculos institucionales con organizaciones que gestionan sitios turísticos y generan información cualitativa y cuantitativa sobre los flujos turísticos que reciben los destinos en distintas temporadas.
- Favorecer el desarrollo y aplicación de modelos gestión de datos y tableros de control que puedan ser consultados por diversos actores de acuerdo con su relación y función en el sistema turístico de los destinos y regiones turísticas.

## B. Promover el diseño participativo de herramientas de gestión de visitantes.

Cada localidad y sitio con visitación turística tiene particularidades que requieren mecanismos y fórmulas de gestión específicos para aprovechar al máximo su potencial mientras que se mitigan los potenciales impactos negativos que pudieran comprometer su atractivo o viabilidad turística en el mediano y largo plazo.

Los diversos actores de las comunidades receptoras que conviven con los visitantes, ya sea de manera activa o pasiva, también se crean expectativas respecto a la experiencia que tendrán al recibir turistas. Estas expectativas incluyen los impactos positivos del turismo, como la derrama económica, el aprendizaje y la convivencia, así como los negativos, vinculados con el uso de recursos y la generación de residuos, entre otros.

Los modelos de planeación en acción permiten fortalecer las capacidades de actuación y decisión conjunta, al tiempo que se generan vínculos de colaboración para aprovechar oportunidades y afrontar los retos particulares de los destinos turísticos. Por otro lado, Las herramientas de gestión de visitantes deben alinearse con el concepto rector y los objetivos específicos de cada destino.



Fuente: [www.identidadydesarrollo.com](http://www.identidadydesarrollo.com)

## Líneas de acción

- Promover el desarrollo de redes locales y regionales a través de la planeación participativa del espacio turístico y las estrategias de desarrollo.
- Fortalecer los Centros de Amigos del Turista como espacios de vinculación entre actores locales interesados en promover y desarrollar el turismo a nivel local.
- Impulsar el desarrollo de capacidades de los actores turísticos locales y regionales en materia de mapeo del espacio turístico, diseño de rutas y corredores atractivos, interpretación y puesta en valor del patrimonio.
- Fomentar el desarrollo de proyectos colaborativos entre distintos actores a nivel local, regional y nacional.
- Promover que los gestores locales de los sitios y destinos turísticos establezcan reglas claras de comportamiento para los turistas.
- Fortalecer la capacidad de gestión de los operadores locales.

### C. Generar y difundir información puntual que permita incidir en el comportamiento de los turistas

Los esfuerzos de promoción y mercadeo para posicionar la oferta turística del El Salvador, tanto dentro como fuera del país, resultan determinantes para aumentar la llegada de turistas a los destinos del país, prolongar su estadía, aumentar su gasto e incidir en su comportamiento.





Las campañas de promoción y publicidad se desarrollarán con la participación dinámica del sector privado y social, de acuerdo con las estrategias de imagen y comunicación del país, teniendo en cuenta que el eje de las campañas será el posicionamiento de la marca país, de los destinos específicos y las líneas de producto convenientes para cada público objetivo, dando prioridad a los segmentos que generan mayor beneficio de acuerdo con los costos de promoción. En todos los casos se buscará comunicar las ventajas competitivas con información que motive la actitud empática y respetuosa de los viajeros.

Para que la información sobre los destinos sea de utilidad para los gestores de la actividad turística, así como para los visitantes, antes, durante y después del viaje, esta información debe incluir detalles sobre sus condiciones, características, riesgos, reglas de la visita y formas de viaje, motivando los movimientos y comportamientos de los turistas de acuerdo con los tipos de destinos.

### Líneas de acción

- Generar una base de conocimientos detallados sobre la oferta cultural, natural y turística de los destinos en colaboración con otras instituciones nacionales y actores locales.
- Desarrollar contenidos originales, detallados y de alto valor sobre los destinos, atractivos y actividades emblemáticas de El Salvador para su difusión a través de medios digitales y tradicionales, incluyendo artículos, infografías, videos y documentales.
- Promover el aprovechamiento de los medios digitales, las alianzas comerciales y los tiempos oficiales como escaparates para la promoción de alto rendimiento en términos de costos – efectividad.
- Fomentar la reusabilidad de los contenidos generados por las instituciones públicas y privadas a través del fomento al registro de contenidos bajo licencias de uso público.

### D. Promover el desarrollo de una oferta diversificada

El desarrollo de productos turísticos competitivos se relaciona tanto las condiciones y oportunidades de la oferta local como de la demanda turística. En este sentido, es necesario diseñar nuevos productos turísticos, así como reestructurar los existentes para adecuarlos a los objetivos estratégicos de cada destino, teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad en el desarrollo y puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura turística, los servicios básicos, las actividades turísticas y los proveedores turísticos locales, así como las diferentes fórmulas de intermediación.

Tanto los touroperadores que integran transportación, actividades, alimentos y alojamiento, como los prestadores de servicios locales que reciben viajeros independientes, deberán orientar el diseño y conceptualización de los productos hacia las temáticas principales de los destinos, considerando lo que hace especial cada experiencia, el recuerdo que se pretende que los visitantes se lleven y la posibilidad de superar las expectativas creadas.

## Líneas de acción

- Documentar y difundir paquetes, productos y servicios turísticos que destaquen por su innovación y calidad a través de los canales de promoción institucionales y privados.
- Promover el desarrollo de alianzas comerciales entre proveedores de servicios turísticos especializados nacionales con agencias de turismo especializadas que cuenten con acceso a mercados nacionales e internacionales.
- Fomentar la creación y consolidación de experiencias turísticas con alto nivel de diferenciación a través del involucramiento de emprendedores que promuevan el aprovechamiento responsable del patrimonio cultural y natural de El Salvador.
- Fortalecer la formación de guías de turistas capaces de conducir a los visitantes y poner en valor los atributos diferenciadores de los destinos.
- Promover que los prestadores de servicios turísticos de El Salvador incorporen opciones de reserva y pago a través de canales y tecnologías digitales que les permitan acceder a nuevos mercados.
- Generar y difundir catálogos de productos y servicios locales que pongan en valor los elementos diferenciadores de los destinos.

## E. Facilitar el uso de plataformas de reservaciones en línea.

Las plataformas de reservas en línea permiten llegar a un mercado mucho más amplio desde cualquier lugar del mundo. Adicionalmente, agrega un posicionamiento a los destinos al aparecer en sitios que cuentan con un tráfico que supera las decenas de millones de visitantes mensuales.

Si bien suelen cobrar una comisión por la participación dentro de ellos, esta comisión es poco a comparación del incremento de visibilidad y tráfico que se puede obtener y no hay costo alguno en caso de que no se hagan reservaciones a

través de las herramientas en línea. Los viajeros experimentados buscan a través de estos portales para tomar una decisión de dónde ir y dónde quedarse, tanto de forma directa como a través de motores de búsqueda como Google para llegar directamente en la página del destino y comprobar precios o condiciones.

### EXPEDIA

Alcance internacional y enfocado en hoteles  
Mercado principal: Norteamérica

### BOOKING

Portal de rentas de hoteles más grande del mundo  
Mercado principal: Europa

### AIRBNB

Permite llegar a personas que buscan una manera alternativa de viajar, buscando relacionarse con un anfitrión y conocer la cultura local. Es posible agregar experiencias, y no únicamente hospedaje.  
Mercado principal: Norteamérica / Europa.

### TRIPADVISOR

Principal portal de búsqueda en línea para buscar comentarios de la gente y calificación de un lugar. Al ser una especie de "Red Social", es importante estar al pendiente para responder comentarios y resolver problemas.  
Mercado principal: Norteamérica.

## Líneas de acción

- Promover el uso de sistemas de reservaciones entre los empresarios locales ofreciendo capacitación específica.
- Generar contenidos públicos que se vinculen con los sistemas de reservaciones.
- Vincular las páginas promocionales con los portales de reservaciones globales.



## Eje II. Aprovechar el impacto de llegada y salida para orientar a los visitantes

Diversos estudios sobre buenas prácticas de posicionamiento y manejo de destinos turísticos han confirmado que el momento de llegada es clave para presentar y posicionar los elementos de identidad de un lugar y generar representaciones recordables, que incidirán de forma determinante en la experiencia del viaje y su posterior recordación y recomendación. El momento de llegada permite además matizar o revisar las preconcepciones de los turistas, presentarse de forma más personal, proporcionar información clara sobre lo que los visitantes pueden esperar durante su estadía, transmitir lo que se espera de ellos y motivar el deseo de permanecer y explorar el lugar de acuerdo con estrategias prediseñadas para aumentar sus beneficios y reducir sus impactos nocivos.

En este sentido, los puntos de llegada serán utilizados para comunicar a los recién llegados los elementos de mayor relevancia y los valores de mayor orgullo local, apoyándose en personas capaces de: transmitir esta sensación de bienvenida, proporcionar información clara sobre lo que los visitantes pueden esperar durante

su estadía, transmitir lo que se espera de ellos y sembrar el deseo de permanecer y explorar el lugar. Esta estrategia será consistente con los atributos de la marca país y permitirá matizar o revisar las preconcepciones que los turistas han generado respecto al país.

Así mismo, en todos los puntos de llegada se dará orientación general sobre cómo se espera que los visitantes se comporten y se muevan durante su estadía creando un ambiente motivador y empático que los motive, congruente con la marca país. Los principales puntos para generar impactos de llegada y salida son: el aeropuerto, las fronteras terrestres, los puertos durante la llegada de cruceros y las estaciones de autobús.

## Objetivo

Apoyar a los visitantes que viajan por El Salvador a definir y acotar sus expectativas sobre lo que podrán encontrar durante su visita a destinos y regiones que visitan.

## Estrategias

A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador.

B. Impulsar el proyecto Stop Over

C. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres.

D. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas.

E. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús.

## A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador

Además de ser un lugar en el que un número significativo de viajeros internacionales y salvadoreños que residen en el exterior, llegan al país, el Aeropuerto Internacional de El Salvador es un importante hub distribuidor, por lo que alberga por unas horas, a pasajeros en tránsito hacia otros destinos. Esto lo convierte en un punto idóneo para manifestar lo que El Salvador es y ofrece; generando un impacto de llegada y salida que motive a los visitantes a permanecer, explorar y regresar al país.

Los principales actores de primer contacto identificados en el aeropuerto son:

- Personal de líneas aéreas
- Personal de migración y aduanas
- Arrendatarios
- Módulos de información

La estrategia de impacto de llegada y salida del aeropuerto internacional, tiene por objeto, crear un ambiente para cautivar a los visitantes y motivarlos a permanecer en el país, visitar los destinos prioritarios y generar recomendaciones hacia sus amigos y familiares.

### Líneas de acción

- Diseñar una propuesta creativa para dar la bienvenida a El Salvador, a través de distintos sistemas sensoriales (sonido, imagen, olfato, movimiento).
- Montar exposiciones de fotografías y artesanías representativas.
- Desarrollar un programa de anfitrionía y visitas guiadas para los turistas en tránsito.
- Fortalecer los módulos de información turística.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.
- Ordenar el área externa al aeropuerto ocupada por el transporte terrestre.
- Desarrollar programas de anfitrionía, para los proveedores de transportación terrestre que brindan servicios desde el aeropuerto.

## B. Impulsar el proyecto Stop Over.

Un número importante de los pasajeros que visitan el Aeropuerto Internacional de El Salvador, son turistas en tránsito que permanecen en el país por menos de 48 horas. El proyecto Stop Over, motiva a estos visitantes de corta estadía a visitar el país a través de paquetes y tours.

Esta visita temporal, genera una oportunidad para que además de que los turistas visiten algunos de los atractivos representativos del país, se promueva la intensión de visitas posteriores de mayor estadía y derrama turística.

### Líneas de acción

- Fortalecer las herramientas digitales y de promoción del proyecto Stop Over y vincularlas con otros medios digitales de promoción turística del país.
- Impulsar la creación de ofertas exclusivas para que los turistas que realizan alguno de los recorridos, regresen al país por un plazo.
- Fortalecer las alianzas con líneas aéreas para promover la estadía en El Salvador para disfrutar de la experiencia de Stop Over.
- Obtener información sobre los turistas que participan en el proyecto Stop Over para el desarrollo de campañas de promoción personalizadas y orientadas a sus necesidades.



## C. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres

Más de la mitad de los visitantes que llegan a El Salvador, entran o salen del país por tierra y encuentran su primera experiencia en la frontera, por lo que es necesario hacer evidente que se ingresa a un país dinámico, con una cultura emprendedora, moderna, socialmente incluyente y responsable con el medio ambiente.

En cada frontera terrestre se generarán acuerdos y alianzas con los actores de primer contacto con los visitantes; de manera que todos ellos se incorporen a la maniobra y extiendan la bienvenida a los visitantes, tanto de forma personal, como manteniendo los lugares limpios y atractivos para recibir a los visitantes.

Los principales actores de primer contacto identificados en las fronteras terrestres son:

- Personal de migración y aduanas.
- Personal de los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.
- Personal de los módulos de información.

### Líneas de acción

- Diseñar una propuesta creativa para dar la bienvenida a El Salvador a través de distintos sistemas sensoriales (sonido, imagen, olfato, movimiento).
- Diseñar y construir módulos de atención al visitante, que cuenten con servicios e información sobre el país.
- Facilitación de trámites fronterizos y programas de mejora en la atención del personal de migración.
- Mejorar el diseño urbano de los pueblos fronterizos.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.
- Promover la mejora del nivel de servicio del personal de migración.



## D. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas

Una de las principales ventajas que representa la llegada de cruceros, se encuentra en la posibilidad de motivar a los cruceristas para que regresen posteriormente en estadías más largas.

El momento de llegada de los cruceristas es propicio para ofrecer un evento de bienvenida, que genere emociones y sensaciones que impacten a los visitantes. Este evento, incluso convocará a aquellos cruceristas que hubiesen decidido permanecer a bordo, a bajar al puerto. El evento tratará de sorprender a los visitantes, a través de todos sus sentidos, para expresar el concepto rector y dejarlo impreso en su recuerdo. El momento de salida servirá para sellar la visita y el recuerdo, para promover que los cruceristas regresen como turistas y recomienden el destino.

Los principales actores de primer contacto identificados en las ciudades puerto son:

- Personal de migración y aduanas
- Personal de los establecimientos de venta de alimentos, bebidas, artesanías y souvenirs, los tour operadores y guías que atienden a los cruceristas y módulos de información.
- Taxistas en las ciudades puerto.

### Líneas de acción

- Diseñar eventos representativos para dar la bienvenida a los cruceristas cuando llegan los barcos.
- Invitar a las MIPYMES a participar en la atención a los cruceristas.
- Proporcionar a los visitantes, información que los motive a regresar y recomendar el país.
- Mejorar el diseño urbano de las zonas turísticas de las ciudades-puerto
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.
- Promover la mejora del nivel de servicio del personal de migración.

## E. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús

La estrategia de mejora del impacto de llegada a las estaciones de autobús, está orientada tanto a los viajeros nacionales como internacionales, por lo que se combinarán elementos relacionados a la marca país, con los atributos específicos de las localidades y regiones en que se ubican; para diferenciar la identidad de cada comunidad y motivar a los viajeros a seguir las reglas de cortesía locales, así como a recorrer los destinos.

Los principales actores de primer contacto identificados en las estaciones de autobús son:

- Transportistas y choferes
- Personal de recepción de autobuses
- Personal de establecimientos de venta de alimentos y bebidas
- Personal de módulos de información

### Líneas de acción

- Mejorar y embellecer el diseño urbano de los alrededores de las estaciones de autobús.
- Diseñar un programa de limpieza y remodelación de las estaciones de autobús.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos en terminales de autobús.





### Eje III. Conducir a los visitantes durante su viaje

Las expectativas de los turistas se comparan con las realidades encontradas durante su estadía y sus impactos se manifiestan en el territorio y las comunidades locales que se relacionan con ellos en diversos grados de cercanía e interacción.

Durante el viaje, los operadores y gestores locales que inciden en la experiencia turística facilitan la visita y proveen servicios que a su vez les permite acceder a los atractivos, productos y servicios que ponen a la disposición de los visitantes al tiempo que se genera una derrama económica hacia las economías locales.

Para incrementar los impactos positivos de la actividad turística y mitigar los negativos, es necesario administrar una variedad de elementos que van desde la interpretación de los significados del patrimonio local, hasta los detalles logísticos vinculados con preferencias personales o necesidades fisiológicas de los visitantes

El nivel de profesionalismo en la organización logística, la creación y entrega de experiencias personalizadas y la habilitación de un amplio abanico de posibilidades de consumo de la experiencia turística, a través de infraestructuras y servicios

locales, juegan un papel importante para la satisfacción de los visitantes y habitantes de los destinos.

## Objetivo

Impulsar el desarrollo de experiencias significativas que generen impactos positivos para los visitantes y anfitriones.

## Estrategias

A. Incrementar la disponibilidad de información relevante, oportuna y actualizada sobre los destinos y sus sistemas complementarios

B. Promover el desarrollo de hitos del viaje, en sitios y momentos emblemáticos durante la visitación turística

C. Fortalecer la gestión sustentable los destinos y sitios turísticos con base en su capacidad carga, especialmente durante temporadas de alta afluencia de visitantes

D. Promover una relación más horizontal entre visitantes y anfitriones

### **A. Fortalecer la creación y asociación de marcas gastronómicas con la promoción turística del país**

La información en sitio es un factor fundamental para incrementar la satisfacción, el gasto y la estadía promedio de los visitantes, pues tiene la capacidad para incidir de manera efectiva en las decisiones y consumo de los turistas de manera inmediata. En este sentido, es necesario asegurar que los visitantes que han llegado a los destinos de El Salvador, puedan indagar fácilmente sobre las posibles actividades, patrimonio y significados locales, incitándolos a conocer con mayor profundidad las distintas posibilidades que complementen su experiencia general.

## Líneas de acción

- Fortalecer las capacidades de diseño y generación de información turística de los actores locales a través de la participación y colaboración en su desarrollo.
- Promover la incorporación de negocios locales de distintos sectores y estaciones de servicio en la proveeduría de información turística, especialmente aquellos ubicados en rutas, avenidas, calles o plazas con afluencia de visitantes.
- Promover la visibilidad de las reglas de comportamiento de los turistas en sitios sensibles por sus características culturales, naturales y espirituales.
- Vincular la información turística en sitio con los medios de información turística digitales que proporcionen mayor detalle.
- Fortalecer los conocimientos sobre patrimonio cultural, natural y cultura general de los guías y operadores que gestionan experiencias turísticas.

### B. Promover el desarrollo de hitos del viaje, en sitios y momentos emblemáticos durante la visita turística

Fomentar la creación de momentos significativos a partir de lugares o momentos específicos que generen recuerdos memorables y promuevan la recomendación boca a boca. Un hito del viaje es un acontecimiento puntual y significativo que marca un momento importante durante una visita.



En los recorridos guiados, este tipo de hitos pueden generarse a través de anécdotas y leyendas, rituales o la invitación a la toma de una fotografía desde un ángulo particular, entre otros. Para los recorridos independientes, la instalación y habilitación de espacios estratégicos con señalética, acceso a vistas paisajísticas urbanas o naturales privilegiadas, así como sitios de interpretación de edificios, monumentos históricos y culturales, flora y fauna emblemática, promueven la creación de recuerdos significativos entre los visitantes, con alta probabilidad de generar recomendaciones entre sus círculos sociales de influencia.

### Líneas de acción

- Fomentar la identificación de sitios e instalaciones carismáticas existentes e incorporarlos a los recorridos guiados e información turística local.
- Promover la mejora de sitios emblemáticos en los destinos y recorridos para complementar la experiencia del visitante a partir de significados locales.
- Establecer alianzas entre prestadores de servicios de transportes, touroperadores, establecimientos de hospedaje y guías.

### C. Fortalecer la gestión sustentable los destinos y sitios turísticos con base en su capacidad carga, especialmente durante temporadas de alta afluencia de visitantes

La sobrecarga de los destinos turísticos, particularmente durante temporadas altas, se ha convertido en una de las principales preocupaciones de instituciones gubernamentales, académicos y pobladores locales de destinos turísticos a nivel mundial. En El Salvador, se han documentado distintos eventos en los que el gran número de turistas que visitan un lugar en un tiempo determinado ha generado un detrimento de la experiencia turística y comunitaria.

Es importante reconocer que la capacidad de carga no representa una cantidad definida de visitantes que se mantiene estática en el tiempo, pues esta puede cambiar conforme se habilitan o deshabilitan las propias capacidades de la infraestructura y servicios de un sitio determinado.

Las líneas de acción para fortalecer la gestión sustentable los destinos y sitios turísticos con base en su capacidad carga, especialmente durante temporadas de alta afluencia de visitantes

## Líneas de acción

- Establecer y respetar los límites de carga de los sitios turísticos, de alto valor cultural y natural que presentan alta afluencia en temporadas identificadas.
- Revisar los límites de carga de visitantes en sitios de alta afluencia de manera periódica conforme se instalen nuevos elementos que permitan una gestión más eficaz.
- Fomentar el desarrollo de eventos, actividades alternativas y opciones de esparcimiento y hospedaje cercanas a destinos identificados con potencial sobrecarga durante el desarrollo de ferias, festivales, otros eventos especiales o temporadas específicas.
- Promover la instalación de señalética que vincule los atractivos turísticos de los destinos y regiones de manera clara para promover una mayor distribución de los visitantes.
- Promover la instalación de servicios e infraestructuras móviles durante eventos y temporadas altas que se espere superen la capacidad máxima de los espacios turísticos.

## D. Promover una relación más horizontal entre visitantes y anfitriones

Las tendencias del turismo muestran que los visitantes se interesan cada vez más por conocer la autenticidad de las culturas locales y entornos naturales, aquello que les hace diferente a otros y que los hace especiales para visitar, con una inmersión más profunda y relaciones más íntimas en materia intelectual y espiritual. En este sentido, es necesario reconocer que las relaciones entre turistas y anfitriones antes que nada es una relación entre seres humanos, las cuáles se verán fortalecidas en la medida que reconozcan las similitudes y diferencias, de manera respetuosa, y se genere un interés genuino por el bienestar compartido.

## Líneas de acción

- Promover una cultura de servicio basada en el respeto mutuo y la creación de vínculos de amistad entre culturas a través del turismo.
- Fomentar el acceso a servicios turísticos de calidad con un alto contenido de interpretación cultural desde la perspectiva local para turistas nacionales e internacionales.



## Eje IV. Fidelizar a los viajeros y retroalimentar la experiencia turística

Es después del viaje, cuándo los turistas recuerdan, reflexionan y reviven la experiencia que vivieron durante su visita a los destinos, incluyendo sus relatos a amigos y familiares.

El marketing de fidelización se enfoca en consolidar las relaciones de los destinos y los prestadores de servicios locales con sus clientes mediante interacciones reiteradas y satisfactorias. En este sentido, es fundamental implementar sistemas para recopilar y almacenar información personalizada y contar con programas automatizados utilizando tecnologías de información y comunicación en red.

El crecimiento de redes virtuales a través de las distintas plataformas y sitios de internet representa una oportunidad para vincularse con los que miles de millones de usuarios alrededor del mundo interactúan todos los días para comunicarse y conectar con amigos, familiares e inclusive desconocidos que se enlazan en función de intereses comunes y generan sentido de comunidad.



Los esfuerzos de fidelización de los viajeros se generan tanto de forma personal durante el viaje, como a través del uso adecuado de las principales redes sociales que se utilizan en función de los segmentos objetivo.

## FACEBOOK

Es la red social más utilizada, combina funcionalidades para compartir contenido e interactuar con publicaciones de otras personas y organizaciones. A nivel global, es una de las redes sociales con un público más maduro, con 75% de sus usuarios por arriba de 25 años y 46% arriba de 35 años. Cuenta con un robusto sistema de publicidad segmentada y estadísticas para monitorear los alcances e impactos de las campañas.

## WHATSAPP

Permite mantener conversaciones privadas o grupales a través de mensajes de texto, compartir documentos e imágenes de manera rápida y segura, pues los mensajes están encriptados. Esta red social fue adquirida por Facebook en 2014. Es una plataforma de comunicación más directa y cercana, hasta el momento no integra publicidad dentro de sus funcionalidades.

## YOUTUBE

Plataforma para compartir y ver videos en streaming, es decir, directamente desde internet sin necesidad de descargarlos a un dispositivo. Los usuarios consumidores de contenidos pueden inscribirse a canales de las organizaciones, videobloggers y otros usuarios. Permite generar campañas de publicidad principalmente basadas en las preferencias y comportamiento web de los usuarios.

## TWITTER

Es una red Social limita sus mensajes a 280 caracteres, es principalmente reconocida como un medio para intercambiar noticias sobre eventos relevantes y temas de interés. Al limitar el número de caracteres, suele mantener un tono más formal que otras redes sociales, especialmente en el ámbito de las organizaciones.

## INSTAGRAM

Una red social para compartir fotografías y videos cortos que pueden ser modificadas rápidamente con filtros y funcionalidades para hacerlos más atractivos. Fue adquirida por Facebook en 2012 y la publicidad puede ser gestionada desde el administrador de campañas de esa red social, permitiendo combinar fácilmente una estrategia con ambas redes.

## GOOGLE +

La red social de Google, tiene algunas funcionalidades similares a las de Facebook, permite compartir contenidos, generar grupos de amigos y utilizar las herramientas digitales de Google, como videoconferencias y colaboración en la edición y creación de documentos. Ha logrado captar muchos usuarios principalmente por su fácil integración con otras herramientas del gigante tecnológico, sin embargo, no le ha sido posible alcanzar los niveles de interacción y visitas continuas de otras redes sociales.

## LINKED IN

Se orienta a la conexión de personas y organizaciones en el ámbito profesional. Uno de los elementos más destacados en el perfil de los usuarios de esta plataforma es la integración de su Curriculum Vitae y la posibilidad de que otros profesionales y organizaciones validen la experiencia de los usuarios e inclusive propongan capacidades y habilidades. El objetivo principal es conectar personas y organizaciones afines para colaborar.

## PINTEREST

Algunos la describen como un pizarrón de corcho en el que se pueden pegar y organizar distintos contenidos multimedia, principalmente imágenes, y funciona como un tablero de tableros que pueden ser categorizados de distintas maneras para compartirlos con otros usuarios. Permite interactuar con otros usuarios, pero sus funcionalidades de exploración destacan por la facilidad de encontrar fotografías relacionadas que pueden ser de interés para los usuarios.

## WAZE

Esta plataforma combina las funcionalidades de un mapa de tráfico y ubicación con las de una red social. Los usuarios conectados, acceden a compartir su ubicación, para que un sistema que monitorea sus movimientos calcule las velocidades y tiempos de tránsito de otros usuarios que utilizarán la misma ruta. Al contactarse con Facebook, permite a los usuarios saber si alguno de sus contactos está conectado y enviar mensajes y fotos breves, así como con usuarios desconocidos que se encuentran cercanos a ellos. Incorpora publicidad en pequeños cuadros de texto que promueven negocios y locaciones específicas.

## SNAPCHAT

Es una aplicación de intercambio de información, multimedia y mensajería que incorpora filtros de realidad aumentada. Su característica principal es que el intercambio de contenidos es efímero, es decir, tienen una duración determinada, generalmente de entre 1 y 24 horas. Es principalmente usada por segmentos jóvenes de la población, a partir de 12 años de edad.

## Objetivo

Fidelizar a los turistas que visitan El Salvador y convertirlos en promotores del país en sus lugares de residencia.

## Estrategias

A. Fortalecer los mecanismos de retroalimentación con los turistas que visitan El Salvador

B. Promover el establecimiento de mecanismos de evaluación y retroalimentación de la experiencia de viaje

### A. Fortalecer los mecanismos de retroalimentación con los turistas que visitan El Salvador

La competencia entre destinos es cada vez más intensa, con un incremento constante de la oferta a nivel internacional y regional que promete experiencias únicas e irrepetibles. Así mismo, por sus características intrínsecas vinculadas con el esparcimiento y el descubrimiento, los turistas buscan cada vez más conocer diversos destinos, conformándose como coleccionistas de experiencias. Sin embargo, la comodidad, la seguridad, la familiaridad y el sentimiento de cercanía también juegan un papel relevante en la elección de los destinos de los visitantes. El establecimiento de relaciones cercanas y de largo plazo, que contribuyan a generar un sentimiento de lealtad y amistad con quienes visitan El Salvador, requiere de un seguimiento puntual a cada visitante, el cual puede aprovechar las herramientas de masificación personificada a través de las tecnologías de información y comunicación.



## Líneas de acción

- Crear comunidades virtuales que faciliten la interacción de los viajeros con intereses comunes y generen recomendaciones hacia segmentos específicos.
- Fortalecer los programas de lealtad de las redes de operadores y prestadores de servicios turísticos que inviten a los visitantes a regresar al país.
- Fomentar que los prestadores de servicios turísticos fortalezcan su relación con los visitantes a través de herramientas digitales de seguimiento.
- Promover el desarrollo de bases de datos con información relevante sobre el perfil, las expectativas y satisfacción de los turistas vinculada con los destinos visitados.
- Generar contenidos de alto impacto y bancos de imágenes públicas que faciliten la promoción de los destinos y su aprovechamiento por influenciadores de viajes.
- Propiciar el uso de aplicaciones de administración de redes sociales que permiten publicar, programar y monitorear publicaciones y estadísticas en distintas redes sociales a través de una sola plataforma.

## B. Promover el establecimiento de mecanismos de evaluación y retroalimentación de la experiencia de viaje

La evaluación es un proceso fundamental para lograr la mejora continua del turismo en El Salvador, lo que derivará en el fortalecimiento de la competitividad y la excelencia en el servicio, además de contribuir a identificar áreas de oportunidad, fortalezas, amenazas y debilidades.

## Líneas de acción

- Fomentar el diseño e implementación de mecanismos de evaluación de la experiencia turística por parte de operadores y prestadores de servicios.
- Generar esquemas y sistemas para compartir información relevante sobre las expectativas y elementos de satisfacción e insatisfacción de los visitantes.
- Establecer fórmulas para la autoevaluación crítica de los distintos actores que inciden en el desarrollo turístico.



## RESUMEN

---

### Objetivo General

Generar mecanismos operativos para influir en el movimiento y comportamiento de los visitantes durante sus viajes en El Salvador para aumentar su satisfacción y el valor de los beneficios de su visita entre las comunidades locales.

### Objetivos Específicos

- Establecer estrategias previas a la llegada de los visitantes para generar expectativas realistas y experiencias significativas que aumenten la satisfacción de los visitantes y las comunidades anfitrionas de los destinos del país.
- Apoyar a los visitantes que viajan por El Salvador a definir y acotar sus expectativas sobre lo que podrán encontrar en los diversos destinos y regiones del país.
- Impulsar el desarrollo de experiencias significativas que generen impactos positivos para los visitantes y anfitriones.
- Fidelizar a los turistas que visitan El Salvador y convertirlos en promotores del país en sus lugares de residencia.

## Eje I.

Preparar los destinos y motivar a los viajeros antes del viaje

A. Analizar las condiciones y relaciones de las localidades para definir hacia dónde y cuándo es conveniente orientar los movimientos de los turistas en el territorio.

B. Promover el diseño participativo de herramientas de gestión de visitantes que se adapten a las necesidades de cada destino.

C. Generar y difundir información puntual sobre los destinos que permita profundizar en sus características específicas.

D. Acotar las expectativas de las comunidades receptoras y los visitantes respecto a la experiencia turística en los destinos de El Salvador.

## Eje II.

Aprovechar el impacto de llegada y salida para orientar a los visitantes

A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador.

B. Impulsar el proyecto Stop Over

C. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres.

D. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas.

E. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús.

## Eje III.

Conducir a los visitantes durante su viaje

A. Incrementar la disponibilidad de información relevante, oportuna y actualizada sobre los destinos y sus sistemas complementarios

B. Promover el desarrollo de hitos del viaje, en sitios y momentos emblemáticos durante la visita turística

C. Fortalecer la gestión sustentable de los destinos y sitios turísticos con base en su capacidad carga, especialmente durante temporadas de alta afluencia de visitantes

D. Acotar las expectativas de las comunidades receptoras y los visitantes respecto a la experiencia turística en los destinos de El Salvador.

## Eje IV.

Fidelizar a los viajeros y retroalimentar la experiencia turística

A. Fortalecer los mecanismos de retroalimentación con los turistas que visitan El Salvador

B. Promover el establecimiento de mecanismos de evaluación y retroalimentación de la experiencia de viaje

## 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](http://www.identidadydesarrollo.com)

[www.staconsultores.com](http://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](http://www.mitur.gob.sv)