



TURISMO Y GASTRONOMÍA

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 GASTRONOMÍA EN EL SALVADOR	7
Calidad, autenticidad y creatividad	8
Tradicición e innovación	10
El mercado verde	11
Productos emblemáticos de El Salvador	13
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	16
EJES ESTRATÉGICOS	18
Eje I. Nutrir y articular	19
Eje II. Motivo y condimento	22
Eje III. Nuestra gastronomía para el mundo	26
RESUMEN	29



PRESENTACIÓN

La gastronomía es una valiosa manifestación de la cultura que se asocia tanto con la nutrición como con la convivencia social y la relación de las comunidades locales con los recursos naturales de sus territorios.

La manera en que obtenemos los ingredientes que utilizamos, mezclamos y preparamos para alimentarnos, se va transformando en la medida en que evoluciona la tecnología, la división del trabajo, el desarrollo de los mercados, el conocimiento nutricional e incluso las modas.

El turismo y la gastronomía representan una dicotomía indivisible, pues los productos y servicios alimentarios influyen de manera determinante tanto en la satisfacción de los visitantes como en el valor de los impactos del turismo en la economía local.

La calidad, autenticidad y creatividad de los alimentos es uno de los principales factores de satisfacción de los visitantes. La Organización Mundial de Turismo (OMT) reporta que el 88.2% de los destinos consideran la gastronomía como un elemento estratégico para definir su imagen de marca. Por su parte, la Asociación Mundial de Turismo Gastronómico estima que la gastronomía genera cada año 150,000 millones de dólares, y según el informe sobre el turismo gastronómico en el mundo, desarrollado por Mintel (agencia de inteligencia de mercado),

hay 27.3 millones de turistas estadounidenses cuyo principal motivo para viajar es disfrutar de actividades gastronómicas.

Por otra parte, el consumo turístico de alimentos puede ser un importante factor de incidencia en la creación de cadenas productivas que permitan distribuir mejor los beneficios del turismo entre las comunidades locales, incluyendo a personas del sector agrícola, industrial y comercial, además de los actores directamente relacionados con la atención de los visitantes.

La Política de Turismo y Gastronomía es un instrumento para impulsar el desarrollo sinérgico de ambas actividades, estableciendo estrategias y líneas de acción como base para la formulación de planes intersectoriales que propicien el desarrollo de una vida digna, saludable y productiva para los salvadoreños, al tiempo que se mejora la satisfacción, el gasto y la distribución de beneficios de los visitantes en los diferentes destinos del país. En ella se establecen compromisos que contribuirán a la recuperación, resguardo, transmisión de conocimientos, certificaciones de servicios de calidad, innovaciones, investigaciones, inserciones de cadenas de valor, entre otros aspectos que favorecerán al desarrollo de la gastronomía Salvadoreña.

Esta Política se articula a través de tres ejes que involucran la participación de los sectores públicos, productores locales, prestadores de servicios turísticos, cocineros y cocineras, entre otros. En ellos se contempla el desarrollo gastronómico salvadoreño, su vinculación con el turismo y la estimulación de la producción agrícola abarcando las cadenas de valor de las diferentes regiones de El Salvador.



La Política de Gastronomía y Turismo se enmarca en la Política Nacional de Turismo de El Salvador 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

Dicha Política, tiene como visión ser una política de Estado transversal y transideológica, que articula a todos los actores y sectores públicos, privados y sociales, de manera que se pueda aprovechar el turismo como eje articulador del desarrollo sostenible del país, al tiempo que se ofrecen experiencias significativas para los visitantes, incrementando su satisfacción, gasto per cápita y estadía, convirtiéndolos en agentes multiplicadores que recomienden los destinos de El Salvador.



La misión de la Política Nacional de Turismo es transformar la actividad turística en pilar del desarrollo sostenible del país aprovechando

responsablemente 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.

En este sentido, establece como uno de sus objetivos el estimular la producción agrícola y el desarrollo gastronómico del país a través del turismo y el fortalecimiento de experiencias culinarias creativas y significativas para los visitantes y las comunidades locales, que se desarrollen bajo criterios de sustentabilidad.

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 sector 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 promoción de la gastronomía fue mencionada en todos los foros, pues se considera tanto un factor de competitividad de la actividad turística, como un elemento que posibilita la distribución de sus beneficios entre los pobladores de todas las regiones del país.





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 GASTRONOMÍA EN EL SALVADOR

La gastronomía va tomando un papel primordial dentro del turismo, en El Salvador muchos lugares han desarrollado propuestas gastronómicas a manera de recibir a los turistas nacionales y extranjeros.

La inclusión de la gastronomía salvadoreña en la oferta turística ha permitido el diseño de experiencias más profundas y significativas, capaces de dejar una huella más duradera entre los visitantes.

A través de la estrategia Pueblos Vivos en El Salvador, MITUR y CORSATUR se han dado la tarea de generar fórmulas que potencian la creatividad a través de la exposición de manifestaciones

culinarias en las localidades y regiones del país, propiciando el desarrollo gastronómico como vehículo para contribuir al bienestar de las poblaciones locales.

En este sentido se trabaja de manera coordinada con las dependencias y entidades del gobierno, las autoridades nacionales y locales, los actores del sector, la comunidad, los prestadores de servicios turísticos relacionados a este tema, los agricultores, los pescadores, los comerciantes y las cocineras para desarrollar productos gastronómicos que encierran en cada plato la esencia de la cultura salvadoreña para el disfrute de los visitantes y las comunidades receptoras.

La gestión adecuada entre turismo, agricultura y alimentación debe ser una prioridad de las autoridades nacionales y representantes de la iniciativa privada, en la cual los Ministerios de Turismo, Agricultura y Ganadería, Medio Ambiente y Recursos Naturales, Salud y otras dependencias relacionadas, deben considerar a este sector como un medio para incrementar los beneficios potenciales de la actividad, ya que los turistas están deseosos de probar los frutos y productos locales propios de las diferentes zonas del país.

En el caso de los diferentes destinos turísticos de El Salvador, se observa que la oferta local de producción primaria está débilmente integrada a los prestadores de servicios turísticos. Las referencias existentes y la bibliografía en la materia es escasa por lo que la riqueza culinaria del territorio es una materia pendiente para trabajar y un desafío a explotar para transformarla como oferta gastronómica de interés para los viajeros.

En el salvador el turismo cultural está en proceso de fortalecimiento resaltando el rico acervo y las tradiciones que

posee, involucrando el entorno social, el eslabonamiento hacia atrás, para lograr la relación de los productores básicos, los intermediarios y los negocios donde se degusta la gastronomía.

Calidad, autenticidad y creatividad

La gastronomía ha representado siempre una condición necesaria y relevante en los viajes. La relación del turismo y la gastronomía tiene diferentes matices en función de los gustos y preferencias de los visitantes a los destinos y es cada vez más relevante.

Hoy la calidad, autenticidad y creatividad de los alimentos es uno de los principales factores de satisfacción de los visitantes.

La OMT reporta que el 88.2% De los destinos consideran la gastronomía como un elemento estratégico para definir su imagen de marca y se estima que aproximadamente el 30% del gasto de los turistas obedece a consumos alimenticios.



El desarrollo de la oferta alimentaria para el turismo contempla tanto los tiempos de consumo, los horarios de las comidas, en dónde y cómo se presentan los alimentos. Implica desde una comida rápida para llevar, hasta las visitas para conocer los procesos relacionados con las técnicas agropecuarias o agroindustriales de las localidades, la participación en prácticas rituales, la preparación, festivales gastronómicos o la búsqueda de restaurantes o lugares específicos donde la degustación de alimentos o su maridaje con bebidas locales se complementa con el ambiente, la arquitectura, la decoración y el servicio. Algunos nichos más especializados se relacionan con los llamados

mercados agroecológicos, vitivinícolas, moleculares y de alta sofisticación, que atienden segmentos de turismo con estándares específicos.

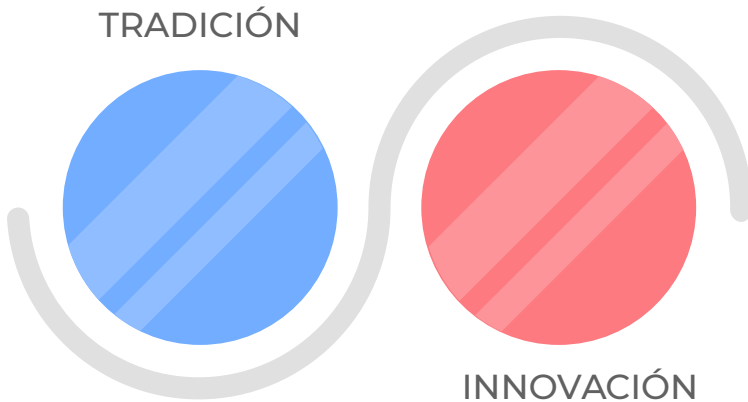
Las guías y turoperadores suelen hacer referencia a probar y experimentar sabores, conocer la forma de preparación de los alimentos o degustar ingredientes emblemáticos con valores nutricionales y significados culturales o hasta mágicos como atributos diferenciadores de los destinos. En este aspecto, se valora el aprovechamiento de productos locales, particularmente aquellos con denominación de origen, la relación con buenas prácticas ambientales, sociales y saludables en la producción de alimentos.



Tradición e innovación

En términos de consumo, se reconocen dos tendencias principales en la promoción de la gastronomía: la relacionada con la comida tradicional

u originaria y la comida fusión contemporánea, que también se reconoce como comida de autor:



El rescate de ingredientes y recetas tradicionales transmitidas de generación en generación, que recogen los saberes y prácticas alimentarias y culinarias que representan parte de la herencia de los saberes culinarios, las costumbres y los rituales relacionados con la preparación de los alimentos reconocidas y su consumo.

La cocina fusión que promueve la creatividad con diferentes grados de osadía, para encontrar nuevas fórmulas de mezclar sabores y presentar platillos innovadores al mezclar las tradiciones culinarias con intención de obtener nuevos resultados o utilizan tecnologías de vanguardia para preparar los alimentos. Esta tendencia refleja la transformación de la relación de la sociedad con la naturaleza, la tecnología y la cultura.

En ambos casos una narrativa con bases sociales y culturales sólidas, relacionadas con los orígenes, las tradiciones de las cocinas locales, el

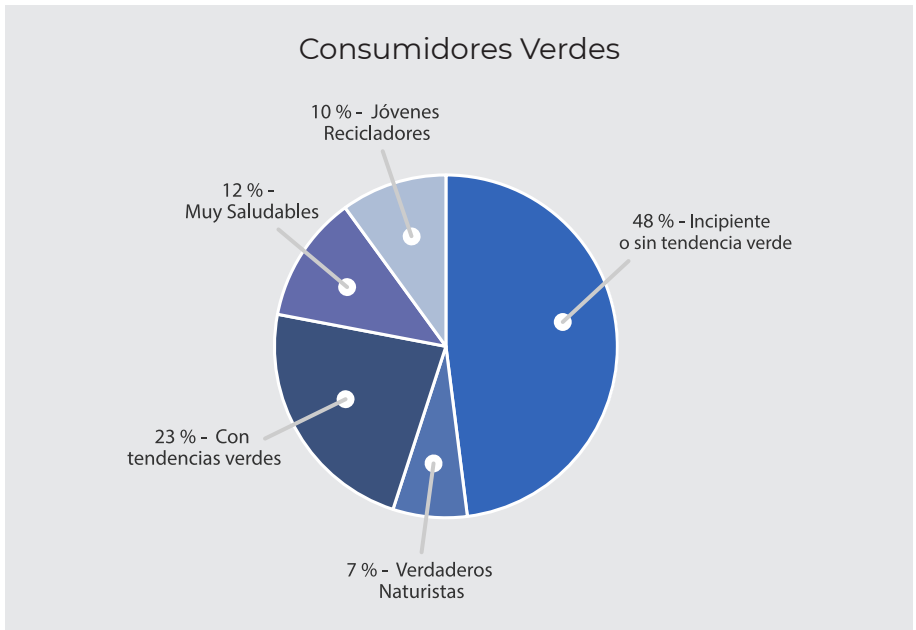
uso de tecnologías o buenas prácticas ambientales en la preparación culinaria son útiles para el relanzamiento que se busca para un nuevo consumidor.

El mercado verde

Durante los años noventa los consumidores verdes eran un pequeño grupo que comenzaban a privilegiar la compra de productos que aseguraban una procedencia limpia para el entorno. Para la segunda década siglo XXI el crecimiento en las preferencias de los consumidores hacia productos definidos como orgánico, sostenibles, ambientalmente amigables, verdes, justos u otra acepción similar que implique el cuidado del ambiente y la justicia social

comenzó a ser más significativa.

El estudio realizado por Center of Responsible Travel CREST en 2015, identifica que más del 50 % de los consumidores internacionales se vincula con el mercado verde, y son susceptibles a realizar viajes ecoturísticos en ambientes naturales que ofrezcan actividades, artesanías, gastronomía y productos agrícolas que incorporen buenas prácticas ambientales y sociales que propicien un entorno saludable.



Este estudio ha sido vinculado con las prácticas turística dando como resultado las siguientes tendencias :

- Verdaderos naturalistas. Su compromiso con salvar al planeta sobrepasa el costo y la conveniencia. Compran productos orgánicos certificados, libres de hormonas, pesticidas y antibióticos, consumen

café con certificación de comercio justo y productos que permiten el reúso de recursos. Están dispuestos a pagar un sobreprecio por lo verde y no toleran el sobreempaque. Se puede esperar que estos consumidores elegirían hoteles, servicios turísticos y alimentos que certifiquen la limpieza ambiental de sus procesos.

· Con tendencia al consumo verde. Atribuyen un valor agregado a las certificaciones sociales y ambientales, pero no pagarían más ni se desviarían de su camino para encontrarlos. Algunos se incorporan a asociaciones verdes aunque no son particularmente activos. Privilegian el consumo de productos libres de residuos de pesticidas, preservantes, aditivos, colores artificiales y los que parecen hechos con recursos reciclados. Valorán las marcas con prestigio verde. Se puede esperar que privilegien propuestas ecoturísticas pero el precio y la comodidad sigan siendo su mayor preocupación.

· Muy saludables. Están más interesados en su salud personal que en la del mundo, se interesan más por productos asociados con la buena nutrición y el bienestar. No les importa que los productos sean más caros si los perciben de mejor calidad. Se puede esperar que les interese más viajar a lugares certificados como higiénicos y ambientalmente limpios y que busquen entornos, actividades y alimentos saludables.

· Jóvenes recicladores. Prefieren productos certificados como orgánicos y empaques reciclables, están menos preocupados por la nutrición y más preocupados por los pesticidas, aunque aceptan el uso de algunos químicos en las comidas prácticas precocinadas.

Se puede esperar que busquen viajar a lugares cómodos, de bajo

costo, que ofrezcan un entorno limpio, actividades para divertirse y participar en el cuidado de los ecosistemas.

Desde cualquiera de las perspectivas antes mencionadas, la innovación gastronómica se vincula con la creación de nuevos alimentos y nuevas formas de conservación, producción y preparación de productos alimenticios industriales o artesanales. En la actualidad el trabajo, la moda y la mercadotecnia son aspectos que inciden de manera importante en nuestra forma de comer y en nuestra cocina.

El arte culinario y el reconocimiento de la gastronomía en el turismo, ha generado la creación de rutas gastronómicas que no necesariamente son logísticamente viables, ni se visitan en un solo viaje. Sin embargo, esta estrategia apoya el posicionamiento y diferenciación de la gastronomía de las distintas regiones del país, que se relaciona tanto con las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como con marcas regionales.

Por otra parte, el consumo turístico de alimentos puede ser un importante factor de incidencia en la creación de cadenas productivas que permitan distribuir mejor los beneficios del turismo entre las comunidades locales, incluyendo a personas del sector agrícola, industrial y comercial, además de los actores directamente relacionados con la atención de los visitantes.

· Jóvenes recicladores.

Prefieren productos certificados como orgánicos y empaques reciclables, están menos preocupados por la nutrición y más preocupados por los pesticidas, aunque aceptan el uso de algunos químicos en las comidas prácticas precocinadas. Se puede esperar que busquen viajar a lugares cómodos, de bajo costo, que ofrezcan un entorno limpio, actividades para divertirse y participar en el cuidado de los ecosistemas.

Desde cualquiera de las perspectivas antes mencionadas, la innovación gastronómica se vincula con la creación de nuevos alimentos y nuevas formas de conservación, producción y preparación de productos alimenticios industriales o artesanales. En la actualidad el trabajo, la moda y la mercadotecnia son aspectos que inciden de manera importante en nuestra forma de comer y en nuestra cocina.

El arte culinario y el reconocimiento de la gastronomía en el turismo, ha generado la creación de rutas gastronómicas que no necesariamente son logísticamente viables, ni se visitan en un solo viaje. Sin embargo, esta estrategia apoya el posicionamiento y diferenciación de la gastronomía de las distintas regiones del país, que se relaciona tanto con las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como con marcas regionales.

Por otra parte, el consumo turístico de alimentos puede ser un importante factor de incidencia en la creación de cadenas productivas que permitan distribuir mejor los beneficios del turismo entre las comunidades locales, incluyendo a personas del

sector agrícola, industrial y comercial, además de los actores directamente relacionados con la atención de los visitantes.



*Productos emblemáticos de
El Salvador.*

La comida tradicional de El Salvador, como la de la mayoría de los pueblos de Mesoamérica está basada en el maíz. Las pupusas son de los productos más emblemáticos de la gastronomía tradicional, que incluso se considera un elemento fundamental de la identidad salvadoreña, tanto por su forma de preparación como por el ritual que implica degustarlas,

en pupuserías populares donde personas de distintas condiciones se reúnen y comparten la mesa evidenciando el estilo familiar y de los salvadoreños .

Entre las más tradicionales se encuentran las revueltas con queso, frijoles y chicharrón, no obstante, han evolucionado con variantes de queso con loroco, chipilín, ayote e inclusive modificando su tamaño al de una pizza con la pupusa loca que incluye muchos ingredientes.

La pupusa no solo abarca el mercado local, sino que trasciende a un producto exportable hacia un mercado nostálgico que en su mayoría se encuentra en Estados Unidos y en Europa.

Por otro lado, el café variedad PACAMARA es otro ejemplo de un producto nacional cuya aceptación en el mercado internacional resulta muy apreciado, sin embargo es poco ofrecido a los visitantes, a pesar de considerarse el café más valorado de Centroamérica.

También se destaca históricamente el consumo de plantas como un elemento de la gastronomía local, aunque en la actualidad ha disminuido notablemente, a pesar de que se cuenta con una tradición milenaria. Entre ellas, se conocen las frutas de la tuna o, loroco, flor de izote, huiscoyol, espinaca silvestre (verdolaga), papelillo, aceituno, chaparrón, y sincuya, jocote, entre algunos de los más utilizados.





OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

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.



UNA POLÍTICA INCLUYENTE

La diversidad de actores que participan en el desarrollo del turismo y la gastronomía 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 de actores es una oportunidad para generar esquemas de coordinación que generen sinergias productivas que beneficien al país en su conjunto. Los actores que constituyen la comunidad del desarrollo del turismo en el ámbito de gastronomía son:

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

Principales instituciones públicas relacionadas con la política de turismo y gastronomía: Presidencia de la República, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Economía, Ministerio de Salud, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria, Instituto Salvadoreño de Transformación Agrario, Banco de Fomento Agropecuario, Gobiernos municipales, Protección Civil, Defensoría del Consumidor.

Los empresarios del turismo, el comercio, los servicios, y la producción industrial, agropecuaria y gastronómica 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 la actividad turística.

Representantes de organizaciones privadas y de sociedad civil: Asociaciones de Restaurantes de El Salvador, Asociación de Hoteleros de El Salvador, Cámara Salvadoreña de Turismo, Comités de Desarrollo turístico.

Los integrantes de organizaciones no gubernamentales comunitarias, regionales, nacionales e internacionales, que participan en el desarrollo económico, social y ambiental de los destinos.

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.

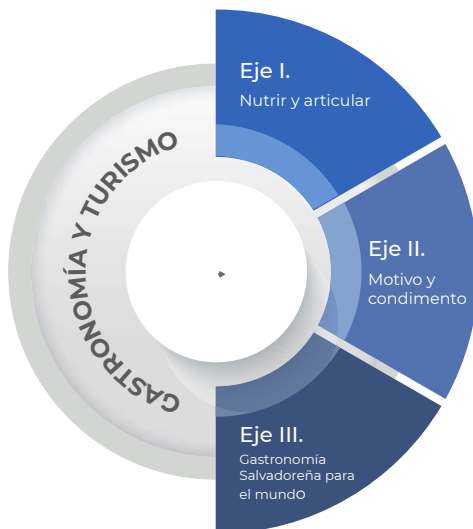
Los visitantes nacionales e internacionales cuyas actuaciones y actitudes nutren el carácter de los destinos que visitan.





EJES ESTRATÉGICOS

Para reforzar la vinculación del turismo y la gastronomía, y generar sinergia competitiva para ambos espacios, la presente política se articula a través de tres ejes que establecen estrategias y líneas de acción que requieren la participación de las instituciones, los productores locales y los prestadores de servicios turísticos.





Eje I. Nutrir y articular

La gastronomía salvadoreña se define por los recursos culturales y naturales del entorno y se expresa tanto en lo festivo como en lo cotidiano. En una era de globalización y de comida despersonalizada, lo local se convierte en un activo muy importante para el país y los destinos que lo conforman.

Para desarrollar y potenciar la oferta culinaria en el territorio y nutrir las estrategias para su aprovechamiento turístico, es indispensable conocer las condiciones de los diversos eslabones de la cadena de valor en las diferentes regiones y localidades del país.

Esto implica el estudio de la producción agropecuaria, pesquera, servicios de acopio, industrialización, canales de distribución y promoción de insumos, productos y formas de preparar y consumir los alimentos.

Por otra parte, se hace necesario definir con claridad los ámbitos de actuación y articulación de los diferentes actores públicos, privados y sociales que participan en cada parte del proceso, desde el campo hasta la mesa.

Objetivo

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.

Estrategias

A. Impulsar la investigación de los elementos emblemáticos que conforman la gastronomía salvadoreña.

B. Vincular a las instituciones relacionadas con el turismo

A. Impulsar la investigación de los elementos emblemáticos que conforman la gastronomía salvadoreña

Existen diversas instituciones, universidades, investigadores, grupos locales y colectivos interesados en la investigación gastronómica que generan conocimiento especializado desde diferentes perspectivas. Así, se han identificado elementos del contexto histórico, sociológico, territorial y natural que determina el desarrollo y las implicaciones de las manifestaciones culinarias en la economía, la identidad local y la biodiversidad del país.

Difundir y profundizar en este conocimiento permite identificar los retos y oportunidades de su aprovechamiento turístico y potenciar la diferenciación de la oferta local.



Líneas de acción

- Ampliar la conformación de redes de conocimiento que incorporen a los actores interesados en temas de gastronomía salvadoreña.
- Crear incentivos para los grupos de investigadores interesados en el estudio y la innovación gastronómica en los centros de estudio nacionales y locales.
- Propiciar el desarrollo de eventos de intercambio de experiencias entre los destinos salvadoreños y la participación y exposición de conocimientos gastronómicos de actores salvadoreños en eventos internacionales.
- Fortalecer los vínculos con la Academia Salvadoreña de la Historia, para continuar con los eventos ligados al conocimiento de los ingredientes, tradiciones y costumbres vinculados con la gastronomía nacional.
- Fomentar conocimiento de nuevos modelos de producción y consumo en gastronomía, que tienen como base lo local y lo sustentable.
- Establecer fórmulas para documentar y aprovechar los vínculos entre los actores que inciden en la gastronomía salvadoreña y el turismo, tales como fiestas tradicionales, ritos, festivales locales y artesanías, modos de producción y preparación de alimentos.

B. Vincular a las instituciones relacionadas con el turismo y la gastronomía

En concordancia con el principio de transversalidad de la Política de Turismo y Gobernanza, es necesario trabajar en conjunto con toda la cadena de valor, convocando la participación de los actores que inciden en el desarrollo gastronómico y turístico en los diferentes ámbitos de interacción nacional, regional y local.

- Propiciar la instalación de mesas de trabajo con los actores que inciden en el desarrollo gastronómico y turístico
- Propiciar la realización de conversatorios temáticos y foros de análisis que articulen a los actores relacionados.
- Consolidar un grupo interinstitucional, y con participación del sector público, privado y social, que diseñe y opere estrategias de fortalecimiento y promoción de la gastronomía nacional a través del turismo.



Eje II. Motivo y condimento

Para fomentar la llegada de turistas especializados, mejorar la satisfacción de todos los visitantes a los destinos de El Salvador y propiciar la mejor distribución de beneficios entre los actores locales, es necesario fortalecer la cadena de valor productiva de la gastronomía en las comunidades a lo largo y ancho del país; para ello es importante la conformación de rutas gastronómica que destaquen los recursos, productos, platillos y zonas emblemáticas, sin descuidar la promoción turística incluyendo el componente gastronómico con un enfoque integral para mostrar la cultura y las tradiciones populares.

Objetivo

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.

Estrategias

A. Revalorizar la producción agropecuaria a través del turismo

B. Desarrollar experiencias gastronómicas significativas para los visitantes

C. Propiciar el desarrollo de emprendedores vinculados con el arte culinario del país

A. Revalorizar la producción agropecuaria a través del turismo

Para aprovechar al turismo como impulsor del desarrollo gastronómico y la mejora de vida de las comunidades locales, es indispensable revalorizar la importancia del desarrollo de los productores locales, despertando el conocimiento del activo natural y construyendo el consenso social para hacer uso de las ventajas patrimoniales de los municipios.

Así como recuperar las tradiciones culinarias a partir de los platillos y bebidas que se han consumido ancestralmente.

No se pretende retroceder al pasado, se trata de aprovechar la vocación gastronómica.



Líneas de acción

- Impulsar programas de asistencia técnica a través de las instancias correspondientes para que los pequeños y medianos productores locales mejoren su oferta y se vinculen con proveedores y prestadores de servicios turísticos.
- Informar y motivar a los prestadores de servicios sobre las ventajas de utilizar insumos producidos localmente para impulsar la diferenciación y mejorar la experiencia de los visitantes.
- Fomentar el interés de los jóvenes por la cocina tradicional como fuente de identidad y orgullo nacional, con el apoyo del Ministerio de Educación.
- Propiciar la creación de premios e incentivos a la producción gastronómica.
- Elaborar y difundir el Atlas Gastronómico de El Salvador, donde se registren los principales platillos y bebidas, poniendo en valor los insumos locales para cada uno de los territorios turísticos del país.
- Publicar un catálogo de productos y materias primas locales que pueda ser incorporados en la cadena de valor de la gastronomía turística.

B. Desarrollar experiencias gastronómicas significativas para los visitantes

Se cuenta con productores y prestadores de servicios gastronómicos interesados en innovar y escalar sus productos, por ello es importante diseñar e implantar un modelo de apoyo y fortalecimiento para empresas de la cadena de valor incluidas en el sistema turístico gastronómico en los municipios turísticos.

En primera instancia se requiere despertar el interés y divulgar los beneficios que traerá aparejado e involucrarse decididamente con el sector turístico, para dar paso a la generación de redes productivas locales que sean apoyada por las autoridades, así como de instancias de la sociedad civil nacional o internacional.

Líneas de acción

- Reconocer la oferta gastronómica de los chefs y restaurantes salvadoreños.
- Proponer la inclusión de la categoría de Gastronomía Turística en los premios de la Asociación de Restaurantes de El Salvador ARES que se realizan año con año.
- Impulsar la innovación y creatividad en la generación de nuevos productos y platillos, utilizando ingredientes tradicionales y naturales pero imprimiendo nuevas formas de preparación y de consumo.
- Desarrollar rutas gastronómicas que destaquen los recursos, productos, platillos y zonas emblemáticas del país.
- Fortalecer la promoción de festivales gastronómicos, donde se premie a los platillos tradicionales o innovadores mejores elaborados, considerando el uso de insumos y productos locales.

C. Propiciar el desarrollo de emprendedores vinculados con el arte culinario del país

Como pocas decisiones en el sector turístico, una estrategia de esta índole dispone de un relevante potencial para beneficiar a la comunidad, al tiempo que favorecería la competitividad integral del turista.

Líneas de acción

- Propiciar el emprendedurismo en las empresas relacionadas con la cadena de valor del sistema de turismo gastronómico lo que propiciará la innovación de recetas, platillos y alimentos preparados.
- Promover ferias para dinamizar la calidad, inclusión social y sustentabilidad de la cadena de valor del turismo gastronómico.
- Convocar eventos para dar a conocer la oferta gastronómica a partir de sus experiencias y tradiciones culinarias, así como provocar conversatorios temáticos.
- Invitar a la industria alimentaria nacional a participar en concursos a favor de la innovación de la gastronomía salvadoreña, partiendo de la base de cocinas o recetas que propicien el espíritu creador incrementando el interés de los turistas por disfrutar la cocina nacional.



Eje III. Nuestra gastronomía para el mundo

Diversos países han logrado posicionar sus productos gastronómicos como un diferenciador que suma a la marca país apoyándose por las instituciones gubernamentales relacionadas; por lo que, es necesario que en El Salvador se combinen esfuerzos entre los sectores relacionados con el turismo y la gastronomía para posicionar la imagen de un país empático, positivo y dinámico en los mercados objetivos, a través de la promoción de los productos más emblemáticos en los mercados internacionales, de manera que se puedan consumir en dichos mercados e incluso sean objetos de promoción de viajes para ser consumidos en su lugar de origen.

A partir del conocimiento y revalorización de los productos locales, su historia y su preparación (ya sea tradicional o innovadora), se deberá potenciar hacia afuera de las fronteras la calidad, identidad, y sustentabilidad de la oferta gastronómica de El Salvador.

Objetivo

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.

Estrategias

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

B. Diseñar campañas de comunicación conjuntas para la promoción del turismo, productos alimentarios de alto valor tradicional y nutricional, así como también el arte culinario salvadoreño.

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

Con el objetivo de potenciar el conocimiento y revalorización de la gastronomía del país, es necesaria la creación de marcas gastronómicas que contribuyan a la promoción del país.

Líneas de acción

- Desarrollar acciones con los actores del sector turístico, eventos para impulsar la gastronomía salvadoreña.
- Articular el concepto de marca de gastronomía a la marca país, para alinear las comunicaciones y la promoción, tanto comercial como turística, que se lleva a cabo en el extranjero.
- Promover el desarrollo de marcas colectivas y privadas que promuevan los productos y servicios locales, sustentables, de comercio justo o con producción tradicional, para consumo nacional o internacional.
- Facilitar canales de exportación de productos e ingredientes, y brindar asesoría y apoyo a productores para cumplir con las expectativas y los estándares de calidad y sustentabilidad que los mercados globales exigen.

B. Diseñar campañas de comunicación conjuntas

La promoción conjunta del turismo con productos alimentarios de alto valor y el arte culinario salvadoreño permitirá al visitante, actual o potencial, conocer, valorar, consumir y recomendar la gastronomía nacional, sumando valor a los distintos eslabones de la cadena que conforman el turismo y la gastronomía salvadoreñas.

Líneas de acción

- Trabajar con el sector turístico nacional para la promoción de la gastronomía salvadoreña hacia el exterior, a través de su integración en sus productos turísticos para mercados internacionales.
- Potenciar y articular atractivos y actividades turísticas como rutas, festivales gastronómicos, Pueblos Vivos, arqueología, parques temáticos y demás con la gastronomía local para fortalecer su conocimiento y consumo.
- Incluir elementos identitarios de la gastronomía en la señalética, en elementos de interpretación ambiental y en instrumentos de promoción para potenciar la difusión de estos.
- Continuar la promoción y articulación de esfuerzos locales especializados en gastronomía, de alto nivel y de calidad global, que puedan atraer a turistas especializados e interesados en la gastronomía no solo del país, sino de Centroamérica.
- Diseñar rutas o incluirse en rutas especializadas que toquen varios países con el objetivo de mostrar al turista los recursos naturales, culturales e históricos vinculados con la gastronomía de Centroamérica.
- Potenciar la gastronomía salvadoreña a través de eventos, festivales, ferias y otras actividades en coordinación con instituciones como el Ministerio de Relaciones Exteriores y sus oficinas consulares.
- Promover la participación de productores, restauranteros, chefs, colectivos y comercializadores en eventos internacionales, en especial en las ferias internacionales de promoción turística.



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.

Nutrir y articular

A. Impulsar la investigación de los elementos emblemáticos que conforman la gastronomía salvadoreña.

B. Vincular a las instituciones relacionadas con el turismo.

Eje II.

Motivo y condimento

A. Revalorizar la producción agropecuaria a través del turismo.

B. Desarrollar experiencias gastronómicas significativas para los visitantes.

C. Propiciar el desarrollo de emprendedores vinculados con el arte culinario del país.

Eje III.

Gastronomía Salvadoreña para el mundo

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

B. Diseñar campañas de comunicación conjuntas para la promoción del turismo, productos alimentarios de alto valor tradicional y nutricional, así como también el arte culinario salvadoreño.

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