



TURISMO Y ALOJAMIENTO

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 ALOJAMIENTO EN EL SALVADOR	7
Tendencias que marcan la pernocta	8
Alternativas de clasificación y modelos de confianza	10
La oferta salvadoreña	16
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	18
EJES ESTRATÉGICOS	20
Eje I. Alojamiento con certidumbre e impacto.	21
Eje II. Impulso a la mejora continua	27
Eje III. Promoción al alojamiento responsable.	31
Eje IV. Preparándose para el futuro	34
RESUMEN	37



PRESENTACIÓN

El papel que juegan los servicios de alojamiento es de los más importantes de la actividad turística. La definición de la Organización Mundial del Turismo para explicar quién es un turista, parte de la premisa de que haya pernoctado en un entorno distinto al habitual, por lo que la necesidad de ofrecer un lugar para dormir se convierte en una cualidad del turismo fundamental para su desarrollo. No obstante, el alojamiento no es solo un lugar para pasar la noche, sino parte de la experiencia del viaje.

Uno de los componentes turísticos que más ha cambiado en los últimos años es el del alojamiento; los clientes buscan ofertas cada vez más personalizadas y especializadas, la evolución de los canales de distribución y venta debidos a los avances tecnológicos y el surgimiento de plataformas que permiten la relación directa de las personas han modificado radicalmente el diseño, el servicio, la operación y el mercadeo de la pernocta.

Hoy la necesidad de singularizar las experiencias al tiempo que se estandarizan los servicios es uno de los principales retos que enfrenta el sector. Al mismo tiempo, es necesario considerar que un número creciente de turistas buscan consumir en aquellos negocios responsables el medio ambiente y las comunidades locales y al mismo tiempo tener una experiencia única e irrepetible.

Entender el alojamiento como experiencia demanda cambios en las temáticas y en la forma de gestionar y desarrollar al turismo. Implica personalizar, relacionar los espacios de pernocta con la identidad y la vocación del destino; aportar valor añadido conectándose con la cultura y el entorno local, que permitan a los huéspedes acercarse a exposiciones de artistas locales, cocina, artesanía, actividades en la naturaleza, decoración, educación y sustentabilidad.

Por otra parte, la evolución de los canales de distribución y venta que han surgido a partir de del uso de tecnologías de información y comunicación y el surgimiento de plataformas que permiten la relación directa entre los oferentes y los clientes han modificado radicalmente el diseño, el servicio, la operación y el mercadeo de la pernocta.

El alojamiento también supone una oferta inmobiliaria con un desarrollo económico equilibrado, responsable e incluyente; parte de una planeación integral, en donde es importante tener en cuenta las capacidades de carga, la conectividad, las actividades y la proveeduría, elementos que no se pueden dejar de un lado y cuya integración al desarrollo evita fenómenos como los que se empiezan a dar en otras latitudes del mundo relacionados con el rechazo a los turistas, lo que ha acuñado el término turismofobia.

Así mismo, es fundamental brindar certidumbre y propiciar la mejora en la calidad, además de buscar en el alojamiento una extensión de la experiencia país que va más allá de descansar y dormir, pero al mismo tiempo, integrar el turismo al beneficio de la comunidad receptora y que se convierta en un elemento de distribución del ingreso. Esto permitirá generar una mayor derrama económica y mejorar los indicadores relacionados al turismo.



La Política de Turismo y Alojamiento se enmarca en la Política Nacional de Turismo de El Salvador (PNT) que contiene un conjunto de lineamientos rectores para que la actividad turística contribuya en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo, por lo que se reconoce como un asunto de interés nacional.

Un turismo transversal sin fronteras ideológicas

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

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

Así mismo, propone mecanismos

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

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

Impulsar la competitividad de los servicios de alojamiento turístico para mejorar la experiencia de los turistas, brindar certidumbre, incrementar la calidad de la oferta y lograr evolución constante del sector hacia la 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 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 ALOJAMIENTO EN EL SALVADOR

La relación entre el gobierno y los proveedores de alojamiento permite que se discuta en la mesa temas sobre impuestos, competitividad y calidad turística a nivel de país, que en mutuo acuerdo ayudan a la mejora de los destinos y la gestión turística en todas sus dimensiones. Y en este entendido del mutuo acuerdo, el país se prepara para proporcionar al 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 libre se distribuya mejor.

Tendencias que marcan la pernocta

Los viajeros son más exigentes cada vez y buscan en el alojamiento una extensión de su experiencia que va más allá de descansar y dormir o de limpieza y eficiencia. La calidad, la calidez, la especialización en el tipo de hospedaje y su vinculación con el entorno y con la vocación local es determinante para la satisfacción de los huéspedes y el fortalecimiento de la identidad local.

Cada vez, diferentes nacionalidades y segmento de la población se preocupan por gastar su dinero en negocios responsables con el medio ambiente y con el entorno social en el que se encuentran; es importante que la oferta de alojamiento sea saludable y sostenible.

Por un lado, personas mayores de 50 años, con un mayor tiempo y recursos para viajar están explorando nuevos destinos que ofrecen darles la oportunidad de aportar a la comunidad que los reciben. El envejecimiento de la población hace necesario contemplar las necesidades de mercados maduros que demandan servicios adaptados a sus necesidades. Por otro lado, las nuevas generaciones, representadas por los millenials que están transformando la industria de viajes, el uso de la tecnología y los hábitos de viaje tradicionales. Ambos segmentos de la población tienen en la mente los programas de responsabilidad social y conciencia ambiental, en donde ya no se contentan con no contaminar, sino que se preocupan por mejorar las condiciones de la comunidad receptora y el desarrollo local.

La conciencia de inclusión implica que se cuente con infraestructuras y equipamiento que permita a adultos mayores y personas con discapacidad acceder y moverse en los hoteles y los lugares.

Al mismo tiempo, los servicios de hospedaje que existían hasta hace unos pocos años, han evolucionado, han aparecido nuevos y el mundo turístico se ha tenido que adaptar a estas nuevas condiciones; la economía colaborativa y las nuevas tendencias turísticas nos arrojan plataformas novedosas en donde particulares transaccionan sin pasar por los canales tradicionales y en donde los diferentes actores requieren su integración al modelo turístico.

Por lo anterior, la necesidad de otorgar a los turistas un sistema creíble sobre el lugar en el cual estarán hospedados, y que, al mismo tiempo, se destaquen aquellos aspectos en donde cada prestador de servicios difunda las acciones que desarrolla por la sustentabilidad ambiental, social y económica es importante. Por otra parte, es necesario que el gobierno



centra, coadyuve en temas de captación de inversión y promoción, fomento al empleo digno, la regulación de la oferta de alojamiento, y el impulso al cuidado al medio ambiente.

En complemento a lo anterior, es necesario tener en cuenta que las agencias de viaje en línea (OTAs, por sus siglas en inglés), para dar certeza a los turistas, proporcionan una clasificación hotelera basada en sus propios criterios, de manera que, por ejemplo, todos los hoteles de una misma cadena son catalogados con la misma cantidad de estrellas sin que estos sean 100% correcto.

Debido a que, en la actualidad, los

turistas interactúan constantemente en el internet y las redes sociales, sus opiniones y valoración sobre servicios, instalaciones y experiencias de las que hacen uso tienen alta influencia en el momento en que otros turistas toman decisiones con respecto a sus viajes. Por lo tanto, la OMT, considera que para que la clasificación y categoría de un hotel sea lo más certero posible, se debe considerar también la evaluación de los clientes finales. De tal manera que se utilice un sistema de clasificación implementado por alguna institución y el promedio de evaluación de un número de turistas tomado de sitio de internet sobre reseñas y evaluaciones de los establecimientos de hospedaje (OMT, 2014).



Alternativas de clasificación y modelos de confianza

Debido a la falta de un sistema mundial de clasificación hotelera, diversas entidades se han dado a la tarea de buscar metodologías que les permitan asignar una categoría que pueda dar certeza en cuanto a la calidad y servicios que brindan los establecimientos de hospedaje. Algunos han sido sistemas acertados y funcionales, mientras que otros no han logrado el resultado esperado. Es importante mencionar que, a la fecha, ninguno de los casos que a continuación se mencionan, califican o categorizan a los establecimientos de alojamiento por el impacto que estos tienen en la comunidad receptora. Más bien, están enfocados al servicio del turista y su relación con el prestador de servicios.

El contar con un sistema de clasificación en los servicios de hospedaje toma

cada día mayor importancia pues los huéspedes tienen la necesidad de conocer previo a su llegada cuáles son las condiciones del establecimiento y el servicio que brinda un establecimiento y con ello poder evaluar su estancia, mientras que los hoteleros requieren conocer la posición en la que se ubican para su cumplir las exigencias de sus clientes de acuerdo a la categoría en la que se ubican y en su caso poder realizar mejoras de infraestructura y servicios.

Como referencia para el desarrollo de un sistema de clasificación, se presentan diversos casos de éxito y fracaso que han de analizarse para establecer una alternativa adecuada para generar una alternativa que sea viable para el caso de El Salvador.



Casos de Éxito

AAA - Estados Unidos

Sistema estricto, confiable, muy bien posicionado entre los hoteles con altos estándares. Se realizan inspecciones exhaustivas con personal altamente calificado que aseguran la confiabilidad de la clasificación otorgada. Cuenta con filiales Internacionales: AA (Reino Unido), ANWB (Países Bajos), ADAC (Alemania), ACI (Italia), TCS (Suiza), TCB (Bélgica), ÖAMTC (Austria) y RACE (España).

Union Hotel Stars bajo patrocinio de HOTREC Unión Europea

Gracias a la integración de diferentes naciones europeas ha logrado incrementar su prestigio, uno de sus éxitos, radica en permitir que países sean observadores y que ellos decidan su inclusión al sistema. Mantiene un consenso regional y fomenta la transparencia del sistema. Este sistema no está destinado a sustituir los sistemas existentes a nivel nacional / regional, si algún país no cuenta con un sistema puede adoptarlo.

MICHELIN - Francia

Con más de 100 años en el mercado y un total de 27 guías que cubren 23 países de tres continentes, los criterios de clasificación son homogéneos en todos los países, aunque se tienen en cuenta las peculiaridades de cada uno de ellos. Variada selección de hoteles, restaurantes y establecimientos de todas las categorías de confort y precio. Además, cuenta con planos y mapas regionales del fondo cartográfico Michelin. La guía Michelin en Internet establece un récord, con más de 30,000 consultas diarias.

EXPEDIA - Estados Unidos

Sistema simple, consistente, la plataforma es disponible, accesible y de fácil navegación. Integra hoteles a nivel mundial. Sistemas de clasificación mixtos, por parte de usuarios y expertos. Es el portal con mayor cantidad de visitas y permanencia dentro del sitio. Las evaluaciones otorgadas por Expedia no siempre hacen justicia a las cualidades y servicios de los hoteles evaluados.

SCH - México

Creado en 2011 por la Secretaría de Turismo, esta clasificación se realiza mediante un cuestionario en línea en el que los hoteles se autoevalúan proporcionando información sobre sus características, instalaciones y fotografías, datos verificables. Su instrumento vincula la oferta y la demanda a través de 50 variables que se resumen en el número de estrellas y se agrupan en cinco ejes de desempeño para el hotel. Para no comparar hoteles en reservas ecológicas u orientados a hombres de negocios, es posible determinar la vocación del hotel y de esta manera se favorecen diferentes criterios para alcanzar un mismo nivel de calidad o número de estrellas.

Casos de Fracaso

Italia

Sistemas incompatibles de clasificación, lo cual no permite contar con clasificaciones confiables. Los últimos años se ha trabajado logrando que 10 de las 20 regiones adopten las normas mínimas de aplicación a nivel nacional. Regiones y provincias autónomas podrán determinar los niveles de mejora de los estándares mínimos.

España

No existe Sistema Nacional de Clasificación, 17 autonomías, cada una con sus correspondientes provincias, con la capacidad de expedir sus propios certificados. A la fecha, no cuenta con criterios homologables. La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) considera que deberían existir tantos sistemas como establecimientos turísticos. Se mantiene como país observador en HOTREC; el gobierno hace un esfuerzo mediante una organización no lucrativa para clasificar hoteles mediante el distintivo "Q" mediante el Instituto de Calidad Turística española (ICTE). Este distintivo tiene costo.

México

Previo al 2013, la clasificación era voluntaria, sin embargo, la Ley General de Turismo publicada en ese año indica que debe de ser obligatoria. Previo al mecanismo descrito en la tabla anterior, los hoteles son los que decidían cuantas estrellas tiene su establecimiento sin que se verifique dicha clasificación. No se contaba con el personal para sancionar establecimientos que incumplan. Se desarrollaron Normas Mexicanas para la clasificación, pero no se desarrollaron campañas de difusión, ni de promoción, razón por la cual no se logró consolidar a nivel nacional.

Fuente: Elaboración propia.



Si esta relación entre el gobierno central y los hoteles terminara en un modelo de clasificación, pareciera que las iniciativas del gobierno se quedarían en un mero diagnóstico en donde los hoteles se clasifiquen y entonces, además obtengan la información necesaria para saber los servicios o infraestructura que les haga falta para subir de categoría o decidir quedarse en una categoría particular.

Por tal motivo, se hace necesario evaluar la posibilidad de que el hotelero, que en la mayoría de los casos representa a un negocio familiar, pueda obtener los recursos para mejorar su infraestructura y tener acceso a mecanismos de promoción, así como mejorar los indicadores de efectos comunitarios, sociales y ambientales del lugar en el que se encuentran. De esta manera, a aquellos hoteles que opten por autoclasificarse, en caso

de que no sea una política obligatoria puedan aplicar por este otro tipo de apoyos.

En este sentido, los sellos relacionados con el turismo sostenible, que se están convirtiendo en un elemento de credibilidad frente a los visitantes, tanto por su interés en el cuidado del entorno, como por el significado que tiene el asegurar que el establecimiento cuenta con el reconocimiento de marcas o aliados altamente posicionados a nivel internacional. La promoción de estos sellos por parte de las autoridades y gremiales turísticas, así como su adopción de manera individual y voluntaria por parte de los prestadores de servicios salvadoreños, no solo permitirá el reconocimiento de los establecimientos, sino aumentará el posicionamiento del país en los mercados nacionales e internacionales.

Principales sellos relacionados con el turismo sostenible:

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 servicios de alojamiento, turismo activo, destinos 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, Skai, aplica a establecimientos de hospedaje, eventos, restauración, así como touroperadores, spa y transportistas. 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 Key

Establecido por Foundation of the Environmental y apoyado por UNEP, UNESCO y UNWTO, aplica tanto para alojamiento como para centros de convenciones, atractivos y restaurantes. El premio Green Key es un estándar de excelencia en el campo de la responsabilidad ambiental y la operación sostenible dentro de la industria del turismo. Esta prestigiosa ecoetiqueta representa un compromiso de las empresas que sus instalaciones se adhieren a los estrictos criterios establecidos por la Fundación para la Educación Ambiental.

Green Leaders

Establecido por Tripadvisor en asociación con Rainforest Alliance, Spain Green Building Council, The US Environmental Protection Agency entre otros, aplica para establecimientos de alojamiento. La participación en el programa EcoLíderes de TripAdvisor constituye una manera fantástica de atraer al creciente número de viajeros que se preocupa por las prácticas respetuosas con el medio ambiente, lo que le permitirá desmarcarse de la competencia y destacar sus EcoPrácticas.

Green Leaf Eco-Standard

Apoyado por el Wilderness Foundation aplica para alojamiento, touroperadores, 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 a hoteles como touroperadores y agencias de viajes. 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: Visiones del turismo.



La oferta salvadoreña

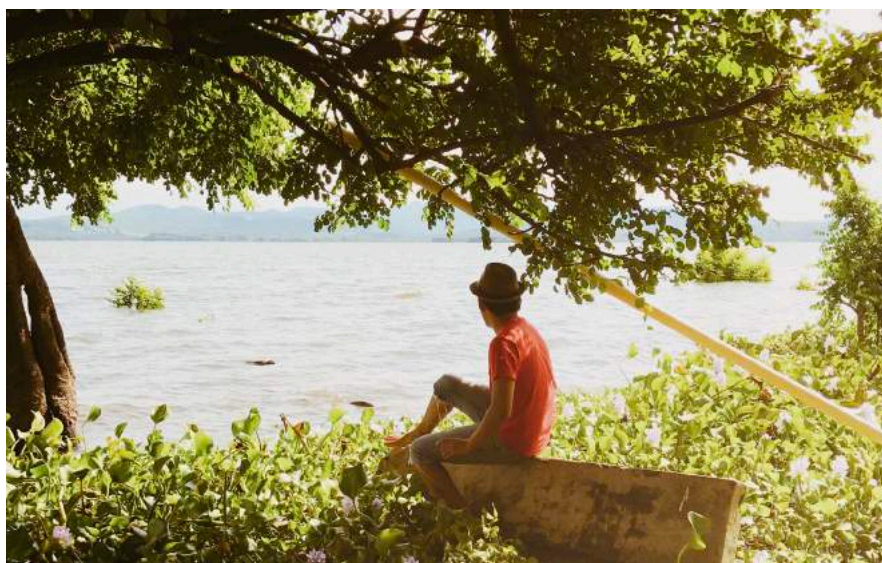
De acuerdo con datos del MITUR, El Salvador contaba con 9,261 cuartos en 465 establecimientos de hospedaje en el 2016 y tuvo una ocupación del 63.1% en San Salvador, 57.8% en La Libertad y 55.1% en Sonsonate.

La Norma Técnica Salvadoreña sobre la Categorización de hoteles por estrellas creada por el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN), determina los requisitos y características con los que debe contar un establecimiento de alojamiento para poder ser ubicado en alguna de las 5 categorías posibles (1 a 5 estrellas). Sin embargo, las normas técnicas, por su forma de elaboración y por el ámbito en el que se realiza, son de carácter voluntario, lo que genera un bajo nivel de confianza para los usuarios.

De acuerdo con el Reglamento General de la Ley de Turismo de El Salvador y el Registro Nacional de Turismo, las empresas de alojamiento se clasifican dependiendo de sus características y servicios como:

- Albergue.
- Apartotel.
- Cama y Desayuno (Bed and Breakfast).
- Cabañas o Bungalows.
- Hotel.
- Hostal.
- Sitio para acampar.
- Resort.
- Habitaciones de sistema compartido.

Es importante señalar que el Reglamento vigente, no considera los nuevos conceptos de alojamiento conocidos bajo la economía colaborativa como Airbnb o VRBO. Este tipo de alojamiento no hotelero está creciendo exponencialmente a nivel internacional.





OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Impulsar la competitividad de los servicios de alojamiento turístico para mejorar la experiencia de los turistas, brindar certidumbre, incrementar la calidad de la oferta y lograr evolución constante del sector hacia la sustentabilidad en todas sus dimensiones.

Objetivos Específicos

- Establecer un mecanismo de clasificación de servicios de alojamiento alineado a la realidad salvadoreña que otorgue certidumbre y confianza al turista y que unifique la calidad de los servicios de hospedaje en el país, impulsando al mismo tiempo la singularidad de la experiencia.
- Propiciar la mejora en la calidad de los servicios de alojamiento desarrollando capacidades e incentivando la inversión innovadora que esté alineada con la vocación de los destinos y promueva la sostenibilidad local.
- Diversificar los mercados y respaldar la promoción creativa de los servicios de alojamiento y la multiplicidad de experiencias de pernocta que cumplan con criterios de sostenibilidad.
- Vigilar las nuevas tendencias en los modelos de negocio del turismo y alojamiento para impulsar aquellas que generen mejores impactos y beneficios para mejorar, actualizar y modernizar estratégicamente la planta hotelera.



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 alojamiento 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, Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Ministerio de Cultura (MICULTURA), Ministerio de Economía (MINEC), Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Centros de Amigos del Turista (CAT), Organismo Salvadoreño de Normalización (OSM), entre otros.

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.

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

Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH), Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), Asociación de Líneas Aéreas, Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje, Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas en El Salvador (AVA), y Comités de Desarrollo Turístico en el ámbito local (CDT).

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

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

Dada la relevancia e importancia que representan los diversos tipos de servicios de alojamiento turístico en El Salvador, se plantean cuatro ejes estratégicos que sustentan la aplicación de objetivos a través de líneas estratégicas que de manera articulada respondan a los retos de competitividad actuales a nivel global, permitiendo atender la demanda individual o colectiva que se alberga en los destinos turísticos con fines de descanso, recreación, salud, negocios, familiares, religiosos o similares.





Eje I. Alojamiento con certidumbre e impacto

Cuando un turista selecciona el lugar en donde se va a hospedar, está haciendo una de las decisiones más importantes y que va a marcar la experiencia que tenga en el destino. Por este motivo, proporcionar información a los turistas sobre los servicios que va a encontrar, ayuda a dar certidumbre y a homologar las expectativas con la realidad. En la medida en que estas expectativas se cumplan, la satisfacción del turista será mayor y por lo tanto la posibilidad de que este regrese se incrementan.

De igual manera, cuando los establecimientos que brindan servicios de hospedaje están integrados al desarrollo económico y ambiental de las comunidades receptoras y de sus propias particularidades, se convierten en un elemento de desarrollo con características de sustentabilidad. Aquellos prestadores de servicios que generan cadenas productivas que impulsan el empleo de calidad, los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras y que fomentan el bienestar humano a través de actividades rentables y amigables que contribuyen al cuidado del medio ambiente, es cuando se apuesta a una estrategia integral que fomenta el desarrollo sustentable de los destinos turísticos considerando al turismo emisor y receptor de la cadena valor del turismo.

Este eje pretende mejorar la certeza del turista por medio de la creación de un sistema de clasificación de la oferta de alojamiento en El Salvador, con el fin que el

turista sepa que esperar de acuerdo a criterios ampliamente conocidos y reconocidos a nivel mundial no solo lo relativo a la prestación del servicio de hospedaje, lo que sucede dentro del hotel o equivalente; sino la manera en la que el prestador se involucra con la comunidad receptora, lo que sucede fuera del hotel o equivalente.

Existen varios casos de éxito a nivel mundial sobre mecanismos en donde los gobiernos centrales o locales destinan recursos para la mejora y mantenimiento de los hoteles, así como su renovación, modernización o actualización, incentivando la aplicación de modelos sostenibles que aseguran el cuidado del medio ambiente, la seguridad social de sus empleados y la distribución de beneficios entre las poblaciones locales.

Objetivo

Establecer un mecanismo de clasificación de servicios de alojamiento alineado a la realidad salvadoreña que otorgue certidumbre y confianza al turista y que unifique la calidad de los servicios de hospedaje en el país, impulsando al mismo tiempo la singularidad de la experiencia.

Estrategias

A. Brindar certeza a los turistas unificando los criterios de calidad de los servicios de alojamiento con los de otras latitudes del mundo, respetando las particularidades locales.

B. Diseñar sistemas de clasificación hotelera que fomenten la adopción de medidas de calidad y de buenas prácticas impulsando nuevas modalidades de alojamiento que incorporan aspectos de accesibilidad, calidad, competitividad y sostenibilidad.

C. Retomar las opiniones sobre las experiencias de los turistas para retroalimentar la competitividad del mercado que brinda alojamiento.

A. Brindar certeza a los turistas unificando los criterios de calidad de los servicios de alojamiento con los de otras latitudes del mundo, respetando las particularidades locales.

Actualmente, la Norma Técnica Salvadoreña sobre el alojamiento es voluntaria y no obliga a los establecimientos a clasificarse. La clasificación provee información sobre una serie de características que le permitan al turista decidir sobre la conveniencia de hospedarse en un lugar y saber de antemano cómo será, en lo general, su experiencia. Podrán comparar calidad y precio y con base a ello tomar la mejor decisión de acuerdo con sus expectativas o requerimientos.

De igual manera, el turista deberá conocer las prácticas laborales, el involucramiento en cadenas productivas locales, las políticas de respeto y cuidado al medio ambiente para decidir con base a estos elementos su hospedaje deseado.

Líneas de acción

- Conocer las necesidades y experiencias de los turistas que utilizan servicios de hospedaje en El Salvador y con base a estas determinar los servicios clasificables y la importancia que se le otorgan dentro de los gustos y preferencias a satisfacción total del turista.
- Comparar los sistemas de clasificación de establecimientos de hospedaje a nivel internacional y proponer uno que incorpore la realidad salvadoreña.
- Determinar indicadores de medición sobre los siguientes aspectos a considerar sobre la relación del prestador de servicios de hospedaje con su entorno habitual:
 - Políticas de empleo de calidad e inclusión social.
 - Porcentaje de compras locales y empoderamiento de cadenas productivas locales. Consumo local y sustentable.
 - Generación de elementos contaminantes y de perjuicio al medio ambiente.
 - Políticas sustentables y de cuidado al medio ambiente.
 - Programas de responsabilidad social en las comunidades.



- Promover dentro de los establecimientos los siguientes lineamientos:
 - Elaboración y aplicación de una Política Ambiental, la cual sea comunicada a colaboradores, clientes y proveedores.
 - La identificación, medición, mitigación y compensación de los impactos ambientales generados por las operaciones del establecimiento.
 - Procurar el uso eficiente del agua y la reducción de la huella hídrica.
 - Procurar el uso eficiente de la energía eléctrica impulsando el ahorro y la productividad.
 - Políticas de empleo de calidad e inclusión social.
 - Promover una política de compras sostenibles, procurando el menor impacto ambiental de los productos y equipos utilizados en la operación, así como de los servicios contratados.
 - Fomentar el uso del diseño ecológico y eficiente en la infraestructura, acorde al paisaje, tomando medidas para no afectar la flora y fauna local en su ecosistema natural, permitiendo su libre tránsito y la conservación de sus dinámicas.
 - Comunicar los logros ambientales del establecimiento.
 - Promover la información a los clientes para el conocimiento y la interpretación de los entornos naturales, cultura local, patrimonio cultural.
 - Promover la adopción de sellos verdes y/o certificaciones ambientales.

B. Diseñar sistemas de clasificación hotelera que fomenten la adopción de medidas de calidad y de buenas prácticas impulsando nuevas modalidades de alojamiento que incorporan aspectos de accesibilidad, calidad, competitividad y sostenibilidad.

En los sistemas de clasificación hotelera en los diferentes países del mundo, en muchas ocasiones se le da el mismo tratamiento a un hotel de ciudad enfocado a la atención del hombre de negocios, que a un hotel de playa que está enfocado a las vacaciones familiares. Por tal motivo, y entendiendo la diversidad de servicios de alojamiento que ofrece El Salvador, será importante que se diseñe un mecanismo para poder comparar a los diferentes tipos de alojamiento y en donde los establecimientos puedan obtener una misma categoría dejando clara su vocación, así como que se incorpore a nuevos sistemas de hospedaje existentes en el mercado y que no necesariamente cumplen con las definiciones de las normas o leyes actuales (como por ejemplo Airbnb o similares).

De esta manera, no existirá un único camino para que un establecimiento sea de una categoría alta, sino dependiendo de su vocación turística, podrá sustituir unos servicios con otros.

or otro lado, se tendrá que considerar también los diferentes tipos de comunidades receptoras, de tal manera que no sea posible evaluar de igual manera a una comunidad rural aislada de centros urbanos y con una afluencia turística constante, versus una ciudad que atiende a hombres de negocios. En el primer destino, se tendrá que considerar el efecto del turista directamente, mientras que, en un caso de recepción de hombres de negocios, por ejemplo, se evaluará los resultados de su visita, en programas de responsabilidad social que implemente el negocio.

Líneas de acción

- Determinar los diferentes propósitos vacacionales de los turistas en El Salvador (en conjunto con la estrategia anterior).
- Determinar las diferentes necesidades de las localidades y los empresarios receptores de acuerdo con sus condiciones actuales.
- Analizar, clasificar y catalogar la oferta brindada por los establecimientos de hospedaje en El Salvador, tanto por su relación con el turista como con su entorno social, ambiental y económico.
- Empatar las diferentes categorías de la oferta, con requerimientos de la demanda y generar vocaciones turísticas a satisfacer.
- Reconocer los impactos generados por los establecimientos que brindan alojamiento directamente en las comunidades receptoras, en su economía local y en la protección del medio ambiente, para poder impulsar su modelo de acción con los demás establecimientos del sector.



C. Retomar las opiniones sobre las experiencias de los turistas para retroalimentar la competitividad del mercado que brinda alojamiento.

Como se describió en los antecedentes, la propia OMT propone generar sistemas de clasificación hotelera mixtos en donde no solo se considere la opinión de las autoridades nacionales, sino que también se incorpore la opinión de los turistas o huéspedes.

Los sistemas de evaluación en línea que permiten a los viajeros referir sus experiencias, permiten tener información de primera mano para evaluar su satisfacción y analizar las tendencias de los turistas.

De esta manera, el gobierno, por medio de criterios internacionales, deberá definir los criterios a seguir, incluyendo las opiniones de los turistas que hayan tenido la experiencia en cada establecimiento de hospedaje.

Líneas de acción

- Realizar un estudio nacional para determinar los criterios actuales que el turista busca en los distintos establecimientos y en base a ello generar cambios estructurales en las categorías de clasificación, tomando como base los hallazgos de la investigación.
- Brindar los medios y canales de comunicación para que los turistas tengan la facilidad de poder opinar, calificar y recomendar a los establecimientos de hospedaje sobre la experiencia vivida, la calidad de los servicios recibidos y las potenciales áreas de oportunidad, considerando la vanguardia de las novedades en las tecnologías.
- Incorporar dentro de los criterios de clasificación, el peso que tendrán las opiniones de los turistas en la evaluación general y por tanto la categoría del alojamiento.





Eje II. Impulso a la mejora continua

Una vez que en el Eje I de esta política se establecieron los criterios para generar una clasificación de alojamiento en El Salvador que genere certidumbre al turista y beneficios locales, se tendrá que homologar la calidad actual con la deseada por los propietarios empresarios, así como con los gustos y preferencias de acuerdo a los cambios relevantes en la industria turística, con tendencia hacia viajes cortos y de bajo costo, usos de nuevas tecnologías de la información en la planeación de viajes y modalidades de viajes que combinan negocios y placer.

Por este motivo, el estado, por medio de sus instituciones de acción pública, facilitará la modernización y actualización de la oferta turística en servicios de alojamiento de acuerdo con las necesidades del mercado, así como la ampliación y mejora de su involucramiento social, ambiental y económico con el entorno local.

Objetivo

Propiciar la mejora en la calidad de los servicios de alojamiento desarrollando capacidades e incentivando la inversión innovadora que esté alineada con la vocación de los destinos y promueva la sostenibilidad local.

Estrategias

A. Otorgar las facilidades, apoyos e incentivos para mejorar las instalaciones que brindan alojamiento en el país con el fin de optimizar y llevar a otro nivel la experiencia por parte de los turistas.

B. Generar vínculos con organizaciones globales para incrementar la inversión y certificación en aspectos ambientales y sociales.

A. Otorgar las facilidades, apoyos e incentivos para mejorar las instalaciones que brindan alojamiento en el país con el fin de optimizar y llevar a otro nivel la experiencia por parte de los turistas.

El sistema de clasificación de establecimientos de hospedaje descrito en el Eje I, tendrá que generar la brecha o diferencia existente entre la situación actual de cada establecimiento y la posición ideal en la que el propietario desee alcanzar.

Para cerrar esta diferencia o brecha, se anticipa que se requerirá algún tipo de inversión económica, por lo que el Estado, por medio de las herramientas adecuadas, podrá generar los mecanismos para facilitar esta inversión. Este mecanismo tendría que estar enfocado únicamente en aquellos propietarios que hayan implementado la clasificación de establecimientos de alojamiento, con enfoque hacia el desarrollo productivo, la protección al medio ambiente y la inclusión social.



Líneas de acción

- Llevar al cabo un análisis del tipo de mejoras e inversiones que se tendrían que llevar a cabo dependiendo el tipo de establecimiento de hospedaje.
- Canalizar de forma eficaz los flujos de financiamiento con instituciones crediticias, ya sean públicas o privadas para el establecimiento de tasas y condiciones preferenciales de préstamos a inversionistas turísticos que hayan clasificado su establecimiento de alojamiento y se encuentren en la promoción de la integración productiva, ambiental y social del sector.
- Implementar el programa de créditos y préstamos que faciliten la inversión en los establecimientos que se dedican al alojamiento de turistas.
- Impulsar la adopción de sellos y modelos de calidad internacionales a través de incentivos creados para mejorar la sostenibilidad turística en todas sus dimensiones.

B. Generar vínculos con organizaciones globales para incrementar la inversión y certificación en aspectos ambientales y sociales

Uno de los aspectos en los cuáles hay más interés en el tema de alojamiento es sin duda el de la sostenibilidad; existen diversos programas internacionales que apuestan por apoyar a las empresas de turismo a implementar mejoras en sus instalaciones en temas como ahorro de recursos, reciclaje, compras verdes, mejora en las condiciones laborales e impacto en la comunidad.

Por otro lado, las certificaciones de sostenibilidad empiezan a ser un factor diferenciado entre las empresas turísticas, en especial a las de alojamiento, dado que el consumidor está cada vez más preocupado por su impacto en su viaje, y ocupado en minimizarlo. Las certificaciones globales, en especial aquellas avaladas por el Consejo Global de Viajes y Turismo (como EarthCheck o Rainforest Alliance), no solo cumplen con esta función de diferenciación, sino que ayudan a los establecimientos a tener un sistema de gestión de la sostenibilidad para la mejora continua.

Líneas de acción

- A través del área de Cooperación Internacional del MITUR, identificar aquellos programas internacionales y de Agencias de Cooperación que trabajan en la implementación de acciones de sostenibilidad directamente vinculadas con las empresas de alojamiento con el fin de elevar la competitividad del sector turístico.
- Brindar apoyo técnico a las empresas interesadas en aplicar a dichos programas para la implementación de las buenas prácticas de sostenibilidad.
- Crear, a nivel nacional, el Premio a las Mejores Prácticas de Sostenibilidad, para poder dar acceso a beneficios a las empresas de alojamiento e incentivar a las demás empresas a de alojamiento a cumplir los requisitos para este otorgamiento.
- Buscar la firma de alianzas con organizaciones de certificación internacional, para promover sus estándares en El Salvador, con el fin de crear experiencias turísticas diferenciadas e integrales para potenciar una demanda y derrama mayor..





Eje III. Promoción de la pernocta responsable

La vinculación entre la clasificación de establecimientos de alojamiento y la mejora en la infraestructura se cierra con la posibilidad de que aquellos negocios de alojamiento que formen parte del programa tengan la posibilidad de promoverse y darse a conocer utilizando las herramientas que el gobierno le pueda otorgar.

Trabajar en las propuestas definidas en este eje brindará el apoyo final con uso de herramientas tecnológicas y con una orientación de mercado, los establecimientos de alojamiento de El Salvador se puedan promover en los mercados internacionales.

Objetivo

Diversificar los mercados y respaldar la promoción creativa de los servicios de alojamiento y la multiplicidad de experiencias de pernocta que cumplan con criterios de sostenibilidad.

Estrategias

A. Incluir a los hoteleros, empresas pequeñas y servicios a fines en los esfuerzos promocionales del país.

B. Desarrollar campañas de promoción y comunicación eficaces y creativas para promover la calidad y sustentabilidad de la oferta de alojamiento.

A. Incluir a los hoteleros, empresas pequeñas y servicios a fines en los esfuerzos promocionales del país.

El integrar las últimas tendencias en la evaluación de los servicios turísticos, en particular los de las diversas formas de alojamiento, en donde el gobierno define los lineamientos básicos, pero el usuario final retroalimenta a sus pares, es hoy en día una necesidad de mercado. Los consumidores además de la versión oficial de los servicios recibidos por los sitios de los negocios, requieren complementar su opinión con lo que han experimentado otros turistas.

En complemento con el Eje I de esta política, en donde se incluirá a aquellos establecimientos de alojamiento que opten por clasificarse en un portal de promoción, en este eje se complementa con la recepción de comentarios y sugerencias para establecer un vínculo directo y orgánico entre la oferta y la demanda, monitoreado por el estado y las instituciones que rigen y regulan la actividad turística.



Líneas de acción

- Analizar los mecanismos en los que, las empresas de alojamiento de El Salvador puedan tener acceso a los mercados tanto nacionales como internacionales.
- En aquellos en donde el gobierno tenga la facilidad, generar un paquete o acuerdo en donde los particulares puedan participar, por ejemplo, por medio de la inclusión de hoteleros clasificados en portales de internet, folletos de ventas o promocionales en general.
- Promover la participación de las empresas de alojamiento en ferias de promoción regional y/o internacional para destacar la diversidad de los tipos de alojamiento y comunidades receptoras para generar la identificación de oportunidades estratégicas para el desarrollo.

B. Desarrollar campañas de promoción y comunicación eficaces y creativas para promover la calidad y sustentabilidad de la oferta de alojamiento.

Con el objetivo de complementar este Eje, se deberá trabajar en una campaña hacia el interior y el exterior del país, donde, se dé a conocer la diversidad del trabajo que se está haciendo en materia de calidad y sustentabilidad, y se, resalte a las empresas que han trabajado en mejorar sus condiciones obteniendo considerables impactos ya sea en las comunidades receptoras, en su economía local y/o en la protección del medio ambiente.

Líneas de acción

- Identificar los beneficios funcionales y emocionales de la mejora en infraestructura y en criterios ambientales y sociales en las empresas de alojamiento en El Salvador.
- Crear mensajes clave para la diversidad de mercados, con el objetivo de dar a conocer y promover las bondades de tener en nuestro país alojamientos con condiciones de calidad y sustentabilidad.
- Lanzar campañas específicas, en los diversos medios de comunicación tanto tradicionales como digitales, para dar a conocer el trabajo realizado en materia de sustentabilidad y las empresas que se han sumado a esta iniciativa.



Eje IV. Preparándose para el futuro

La tecnología crece a una velocidad nunca antes vista en el mundo, y en el sector turismo no es la excepción, lo que ha dado paso a nuevas modalidades de servicios vinculados con la actividad.

Por otro lado, las nuevas formas de hacer negocio, incluida la economía colaborativa, hace cada vez más difícil generar negocios tradicionales en turismo y abre nuevas posibilidades de agregar valor a los destinos.

Sin embargo, este tipo de negocio, por su novedad, se encuentra poco regulado y varias instituciones a nivel global (incluida la Organización Mundial del Turismo), han alertado del riesgo de no considerar estos cambios en las tendencias en el desarrollo turístico de ciudades y países.

Fenómenos como la sobredensificación turística (overtourism), obligan a los gestores del turismo a estar pendiente de estas nuevas formas y a tomar decisiones sobre su promoción o regulación, lo cual no sólo daña la imagen de los destinos, sino que deteriora la competitividad de la industria turística nacional e inhibe el crecimiento de la demanda.

Objetivo

Vigilar las nuevas tendencias en los modelos de negocio del turismo y alojamiento para impulsar aquellas que generen mejores impactos y beneficios para mejorar, actualizar y modernizar estratégicamente la planta hotelera.

Estrategias

A. Considerar y analizar las implicaciones de las nuevas tendencias en los servicios colaborativos para el alojamiento.

B. Incluir los mecanismos para regular las nuevas tendencias en las actividades para el alojamiento.

A. Considerar y analizar las implicaciones de las nuevas tendencias en los servicios colaborativos para el alojamiento.

Por un lado, la economía colaborativa de oportunidad de tener un contacto más directo con la realidad local a los turistas permite conocer los destinos desde otra perspectiva y da la posibilidad de contar con un ingreso extra a personas que ofertan sus casas (o espacios dentro de ellas) para alojamiento.

Por otro, este fenómeno provoca un aumento en el valor de las rentas, la imposibilidad de pobladores locales de seguir viviendo en sus hogares, gentrificación y en algunos casos competencia desleal, por lo que es necesario conocer a fondo este fenómeno.

Líneas de acción

- Realizar el inventario de los servicios de economía colaborativa para el alojamiento existentes en El Salvador.
- Realizar un estudio de los beneficios económicos, ambientales y sociales y los perjuicios que trae actualmente y que puede traer a futuro, la expansión de la economía colaborativa, en especial en alojamiento.
- Participar en foros internacionales donde aborde el tema y los impactos que se generan, para tener un mejor entendimiento de las implicaciones que puede traer al turismo este tipo de procesos en El Salvador.

B. Incluir los mecanismos para regular las nuevas tendencias en las actividades para el alojamiento.

Las políticas de los países en función de la economía colaborativa, especialmente en turismo, son diversas y no existe un consenso en el nivel de regulación o desregulación que merece el tema.

Existen ciudades y países que han visto en las economías colaborativas una oportunidad para atraer a segmentos de turismo no identificados, y otras que han encontrado en ello un riesgo para sus atractivos y sus ciudades. Por ello, es importante mantener un análisis puntual de las tendencias en el tema, de las experiencias de otras ciudades y países y de la evolución de la economía colaborativa en El Salvador.

Líneas de acción

- Realizar el análisis comparativo de las políticas de regulación o fomento a las economías colaborativas en el resto del mundo, considerando en especial destinos similares presentes en El Salvador, respetando las particularidades locales.
- Crear una mesa de trabajo con instituciones públicas, privadas y sociales para discutir las acciones que deben seguirse en materia de regulación, considerando la sustentabilidad hacia los patrones de consumo que exigen destinos más limpios, más seguros y responsables con el medio ambiente.





RESUMEN

Objetivo General

Impulsar la competitividad de los servicios de alojamiento turístico para mejorar la experiencia de los turistas, brindar certidumbre, incrementar la calidad de la oferta y lograr evolución constante del sector hacia la sustentabilidad en todas sus dimensiones.

Objetivos Específicos

- Establecer un mecanismo de clasificación de servicios de alojamiento alineado a la realidad salvadoreña que otorgue certidumbre y confianza al turista y que unifique la calidad de los servicios de hospedaje en el país, impulsando al mismo tiempo la singularidad de la experiencia.
- Propiciar la mejora en la calidad de los servicios de alojamiento desarrollando capacidades e incentivando la inversión innovadora que esté alineada con la vocación de los destinos y promueva la sostenibilidad local.
- Diversificar los mercados y respaldar la promoción creativa de los servicios de alojamiento y la multiplicidad de experiencias de pernocta que cumplan con criterios de sostenibilidad.
- Vigilar las nuevas tendencias en los modelos de negocio del turismo y alojamiento para impulsar aquellas que generen mejores impactos y beneficios para mejorar, actualizar y modernizar estratégicamente la planta hotelera.

Eje I.

Alojamiento
con
certidumbre
e impacto

A. Brindar certeza a los turistas unificando los criterios de calidad de los servicios de alojamiento con los de otras latitudes del mundo, respetando las particularidades locales.

B. Diseñar sistemas de clasificación hotelera que fomenten la adopción de medidas de calidad y de buenas prácticas impulsando nuevas modalidades de alojamiento que incorporan aspectos de accesibilidad, calidad, competitividad y sostenibilidad.

C. Retomar las opiniones sobre las experiencias de los turistas para retroalimentar la competitividad del mercado que brinda alojamiento.

Eje II.

Impulso a la
mejora
continua

A. Otorgar las facilidades, apoyos e incentivos para mejorar las instalaciones que brindan alojamiento en el país con el fin de optimizar y llevar a otro nivel la experiencia por parte de los turistas.

B. Generar vínculos con organizaciones globales para incrementar la inversión y certificación en aspectos ambientales y sociales.

Eje III.

Promoción
de la
pernocta
responsable

A. Incluir a los hoteleros, empresas pequeñas y servicios a fines en los esfuerzos promocionales del país.

B. Desarrollar campañas de promoción y comunicación eficaces y creativas para promover la calidad y sustentabilidad de la oferta de alojamiento.

Eje IV.

Preparándose
para el futuro

A. Considerar y analizar las implicaciones de las nuevas tendencias en los servicios colaborativos para el alojamiento.

B. Incluir los mecanismos para regular las nuevas tendencias en las actividades para el alojamiento.

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

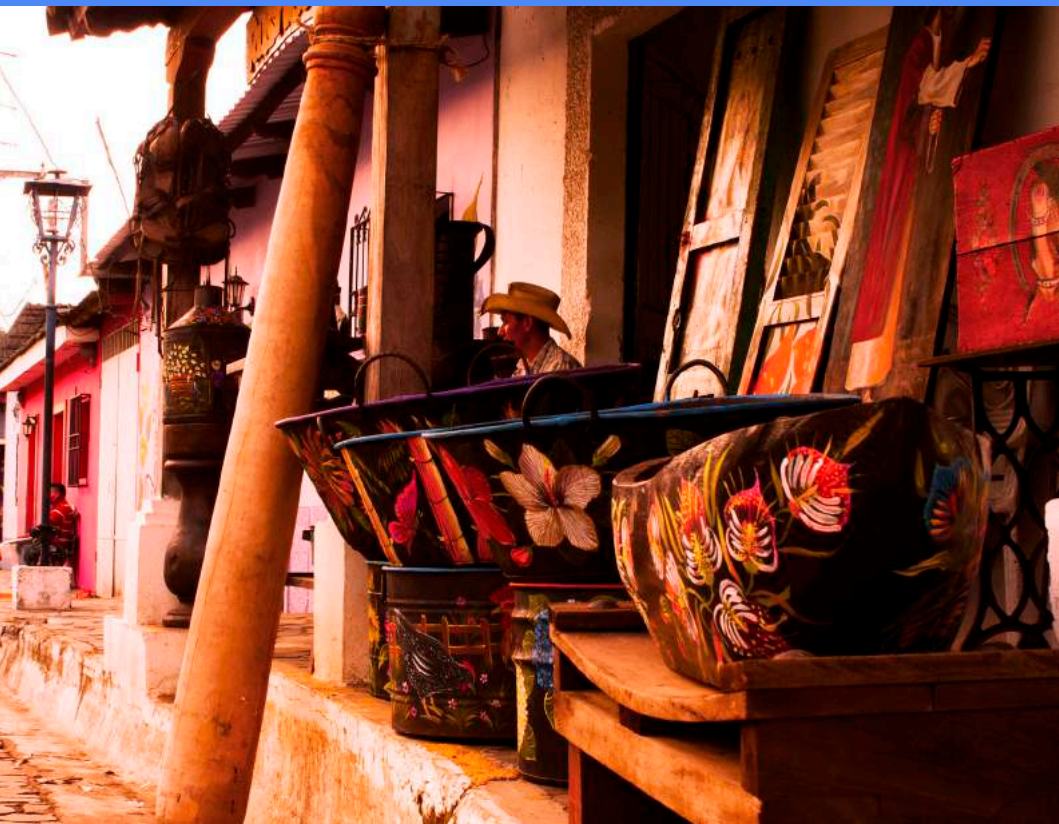
MINISTERIO DE TURISMO

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



TURISMO Y ARTESANÍAS

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 ARTESANÍAS EN EL SALVADOR	7
Artesanías y turismo se potencian	8
Identidad pluricultural	10
Reconocimientos estimulantes	12
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	14
EJES ESTRATÉGICOS	16
Eje I. Artesanía integrada en el desarrollo turístico local	17
Eje II. Turismo y artesanía, una simbiosis indivisible	21
Eje III. Alianzas estratégicas	26
RESUMEN	31



PRESENTACIÓN

La acelerada globalización que se experimenta en el mundo ha generado la necesidad de buscar expresiones artísticas y culturales que pongan de manifiesto la originalidad e identidad de las naciones, sus regiones y localidades, que distinga e identifique los territorios con base en sus creencias, vivencias y costumbres.

La presencia de manifestaciones artesanales que forman parte de las raíces vivas de los pueblos de El Salvador representa uno de los atractivos más deseados por los turistas. Por otra parte, su promoción entre los viajeros es una fórmula que ha probado su eficacia para generar una mejor distribución de los beneficios de la actividad entre las comunidades anfitrionas.

Concebir a las artesanías en el marco de la cadena de valor turística y las industrias creativas nos permite trascender la visión parcial de la producción artesanal como un fenómeno aislado y propio de actores atomizados en ocasiones discriminados y poco valorados; para pasar a resignificarlos como columna vertebral del patrimonio del país.

Al promover la vinculación entre los sectores de turismo y artesanías, se impulsa el desarrollo armónico de las economías locales promoviendo la equidad, la

generación de empleos y la creatividad local, así como la difusión de los valores patrimoniales y su aprovechamiento económico, social y cultural para beneficiar a sus creadores, promotores y comercializadores.

De acuerdo con la UNESCO, se estima que las artesanías representan cerca de una cuarta parte de las microempresas en el mundo en desarrollo y éstas se vinculan con grupos de diferentes comunidades étnicas, lo que genera un efecto social multiplicador que fortalece la identidad cultural.

Por su parte, la Organización Mundial de Turismo (OMT) sugiere que el turismo ofrece un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural local, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a garantizar su supervivencia a largo plazo, y que solo una verdadera alianza entre las comunidades y los promotores del turismo y el patrimonio, construida sobre una valoración genuina de las aspiraciones y valores de todas las partes puede garantizar su permanencia en el largo plazo.

La Política de Turismo y Artesanías es un instrumento para establecer estrategias y líneas de acción como base para la formulación de planes intersectoriales que aprovechen como ventana de oportunidad el impulso creativo que provoca la promoción conjunta del turismo y las artesanías salvadoreñas tanto a nivel nacional como internacional. Así, 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 artesanal salvadoreño.

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



La Política de Turismo y Artesanías 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:

Revalorar el sector artesanal salvadoreño mediante la vinculación sostenible y responsable con la actividad turística, generando una propuesta integral de las cadenas productivas locales que genere beneficios económicos, sociales y culturales a los pobladores de los destinos turísticos del país.



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 ARTESANÍAS EN EL SALVADOR

La sinergia entre los sectores de turismo y artesanías impulsa las economías locales, promueve la equidad, genera empleo, desarrolla la confianza y cohesión social, potencia la creatividad y contribuye a difundir la historia, valores patrimoniales, conocimiento y cultura del país, promueve la expresión de individuos y comunidades para ser capaces de la transformar y regenerar espacios urbanos para el disfrute de los pobladores y visitantes.

El sector artesanal implica el desarrollo creativo, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios

y actividades que encuentran en los turistas a un público interesado en disponer de un objeto que encarne el recuerdo del viaje con elementos identitarios originales del territorio visitado.

Este binomio se concibe con una doble naturaleza:

- económica al generar de riqueza, empleo, bienes patrimoniales y consumidores.
- y cultural al fortalecer los valores e identidades locales, propiciar la creatividad, la innovación y la recreación.

Artesanías y turismo se potencian

La artesanía salvadoreña es una expresión de identidad y valor cultural que a través del turismo puede darse a conocer dentro y fuera del país. Los pueblos con vocación artesanal se ven apoyados por medio del turismo el cual se convierte en una oportunidad

de desarrollo socioeconómico de estos pueblos.

A nivel nacional se tiene una amplia gama de pueblos artesanales, algunos que inician y otros con una trayectoria generacional; a continuación, se presentan los más relevantes.

Pueblos con manifestaciones artesanales más destacadas en El Salvador

Llobasco (Cabañas)

Es uno de los lugares más representativos del turismo por sus artesanías de barro. Se elaboran figuras en barro, cerámica decorativa y tradicional, nacimientos y las famosas miniaturas. Además de obras utilitarias como: ollas, comales y cántaros.

Panchimalco (San Salvador)

Dentro de los tesoros artesanales que se pueden encontrar están los objetos de barro, los tallados en madera, los textiles hechos en telar de cintura.

San Sebastián (San Vicente)

Mantas elaboradas en telares de pedal, se puede observar el extenso y difícil proceso para la producción de hamacas, colchas y manteles. La creación de estas telas artesanales no se observa en otras zonas del país.

San Ignacio (Chalatenango)

Posee talleres artesanales donde se trabaja la madera.

La Palma (Chalatenango)

Se caracteriza por el arte "Naif" y las artesanías decorativas en madera y en tela de manta. Así como la pintura sobre semillas de copinol que representa los momentos de la vida rural en El Salvador, su flora y fauna. Su mayor exponente es Fernando Llort, cuya inspiración gráfica se ha difundido por La Palma.

Guatajiagua (Morazán)

Se caracteriza por la elaboración de artesanías de barro negro, que son reconocidas a nivel nacional.

Santo Domingo de Guzmán (Sonsonate)

Este municipio también es reconocido por su trabajo en la alfarería, utilizando el barro rojo que los caracteriza aún más, y podemos encontrar comales, ollas, utensilios del hogar, adornos.

El caso más significativos a nivel nacional e internacional, es la adopción del estilo de Fernando Llor, por artesanos locales de La Palma y San Ignacio en la zona norte del

departamento de Chalatenango, que es considerado un referente de la personalidad colorida, amable y emprendedora de los salvadoreños en el mundo entero.



Identidad pluricultural

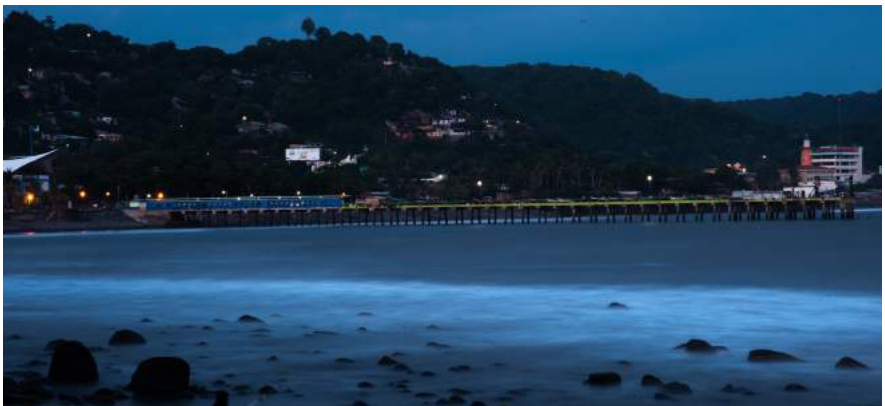
El Salvador ofrece una diversidad de productos diferenciados bajo un contexto pluricultural, evocando experiencias únicas en los visitantes, máxime cuando estos se involucran en la actividad y conviven con los artesanos que comparten sus costumbres y estilos de vida, lo que les permite grabar en su memoria la experiencia, recordarla y recomendarla.

La producción artesanal salvadoreña descansa en las expresiones simbólicas de una comunidad.

- Sea a través de la transmisión del conocimiento de generación en generación, muchas veces en forma oral que lo conecta con tradiciones y significados antiguos e incluso ancestrales.
- O colindando con las industrias creativas contemporáneas que adaptan e innovan productos que adquieren valor simbólico al reflejar el imaginario de sus creadores.

En ambos casos, los artesanos elaboran objetos que representan la cultura de sus pueblos dando sustancia a tradiciones y costumbres, reflejando el medio en el que viven, sus orígenes, los animales y plantas que los rodean; van transmitiendo sus vivencias en cada pieza y así le van contando al visitante que las adquiere parte de su historia y su idiosincrasia, una mezcla de cultura y arte.

En la medida en que las proyecciones de crecimiento del turismo extranjero hacia El Salvador continúen aumentando y el turismo interno siga creciendo, las oportunidades para el sector artesanal aumentan consolidando las artesanías salvadoreñas como un ícono de promoción de la imagen turística del país, siendo complemento de identidad y autenticidad. De esta manera, el turismo encuentra en la artesanía una ventaja competitiva para diversificar su oferta, sustentada en la identidad cultural del patrimonio inmaterial que promueve y preserva el oficio de hombres y mujeres artífices de la memoria.



Los productos artesanales salvadoreños tienen diferentes orígenes y pueden clasificarse como artesanía originaria, identitaria, tradicional popular contemporánea o de autor.

- La artesanía originaria: es aquella que por sus formas, iconografías y significaciones o simbolismos, así como sus modos primordiales de producción, tienen su raíz en los conocimientos y técnicas transmitidos generacionalmente por los pueblos indígenas, formando parte del patrimonio cultural inmaterial.
- La artesanía identitaria es producto de la fusión o sincretismo de culturas, que, por sus formas, rasgos iconográficos o diseño, genera en el tiempo un sentimiento de identidad a una comunidad determinada, convirtiendo su práctica de producción en un referente del patrimonio cultural inmaterial.
- Artesanía tradicional popular es aquella que resulta de un proceso de fusión o sincretismo de culturas, elaborada a nivel nacional, en la que se conservan sus rasgos generales de forma, tendencia estética o diseño, que, aunque no se identifica su origen, forma parte de la tradición nacional.
- Artesanía contemporánea o neoartesanía se caracteriza porque, tanto en el diseño de sus formas, como en su expresión gráfica, convergen principios estéticos de tendencia universal sin perder la intervención manual directa de la persona artesana como el componente más importante del producto acabado y sincretiza modos tradicionales de producción con apropiaciones tecnológicas contemporáneas para su diseño o producción y destaca por la creatividad de la persona, expresada en la originalidad, calidad e innovación.
- Artesanía de autor es aquella que posee el sello individual de la persona artesana en su expresión artística. Son piezas únicas o su reproducción, es en serie numerada y limitada de la misma. Se distingue por sus rasgos singulares y lenguaje artístico propio asociado al autor o autora, y por sus niveles de creatividad, innovación y calidad estética.

Por su valor de uso las artesanías salvadoreñas se clasifican como artesanía utilitaria o decorativa.

- El uso de la artesanía decorativa es principalmente decorativo u ornamental.
- La artesanía utilitaria tiene la capacidad de inserción en la vida cotidiana y dar soluciones a necesidades concretas.

Reconocimientos estimulantes

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO) ha puesto de manifiesto la importancia de los procesos de concepción, diseño, implementación y seguimiento de las políticas públicas de fomento de las industrias culturales y creativas a la luz de los informes de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de 1996, “Nuestra diversidad creativa”; a la Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales para el Desarrollo de 1998; la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de 2000 y otras iniciativas, como la Alianza Global para la Diversidad Cultural.

El Reconocimiento de Excelencia UNESCO para la Artesanía es un programa dirigido a estimular a los artesanos a producir productos de calidad utilizando técnicas y temas tradicionales de manera original a fin de asegurarles su permanencia y desarrollo sostenible. Así, este programa funciona como un mecanismo de certificación de calidad y como un dispositivo de comercialización que garantiza

la excelencia de los productos tradicionales hechos a mano y con innovación. Hasta el 2006, este premio se llamó “Premio UNESCO de Artesanía”, siendo posteriormente cambiado por “Reconocimiento de Excelencia”.

En El Salvador con el fin de estimular la dignificación y el desarrollo del sector artesanal de El Salvador y de conformidad con el artículo 27 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal, se convoca anualmente al Premio Nacional de Artesanías a través de CONAMYPE, apoyado por el Ministerio de Economía y el Consejo de Administración del Fondo Especial de los Recursos Provenientes de la Privatización de ANTEL, FANTEL. Las convocatorias son anuales y permiten generar opciones competitivas mediante el desarrollo de nuevos productos estimulando mejoras en la calidad y búsqueda de la excelencia, la creatividad y la innovación, así como por el rescate de expresiones culturales identitarias, en la creación y reproducción de artesanías.





OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Revalorizar el sector artesanal salvadoreño mediante la vinculación sostenible y responsable con la actividad turística, generando una propuesta integral de las cadenas productivas locales con potenciales beneficios económicos, sociales y culturales de los pobladores de los destinos turísticos del país.

Objetivos Específicos

- Promover la inclusión de los actores del sector artesanal desde la planificación de los destinos turísticos en coordinación con los actores del sector turismo.
- Incentivar a los empresarios del sector turístico para la comercialización de los productos artesanales en sus establecimientos o actividades turísticas.
- Promover que en las campañas de promoción a nivel nacional e internacional de los destinos, rutas y circuitos turísticos se incluyan los productos artesanales identitarios de los Pueblos Vivos.
- Fomentar la inversión en el desarrollo de productos turísticos en los destinos con vocación artesanal.



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 que constituyen la comunidad del desarrollo del turismo en el ámbito artesanal 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, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Economía, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Educación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Mesa de Desarrollo Artesanal, Ministerio de Cultura, Asamblea Legislativa, Instituto Nacional de la Juventud, Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología, Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, centros de desarrollo artesanal, centros de amigos del turista (CAT).

Los empresarios del turismo, el comercio, los servicios y la producción industrial y artesanal 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 y las artesanías.

La población de artesanos corresponde principalmente a jefes o jefas de hogar y está integrada por mujeres y hombres, jóvenes y adultos, quienes se dedican principalmente a la tejeduría y cestería, al trabajo en madera, cerámica y alfarería, trabajos en cuero, productos de mar.

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 (CASATUR), Cámara Salvadoreña de Artesanos, Mesa de Desarrollo Artesanal, Asociación Salvadoreña de Tour Operadores, Asociación de Hoteles de El Salvador, Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, Asociación de Restaurantes de El Salvador, asociaciones de desarrollo comunal (ADESCO), CASART, universidades, institutos de formación turística, comités de desarrollo turístico, y Comités de Desarrollo Turístico en el ámbito local (CDT) entre otras.

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.

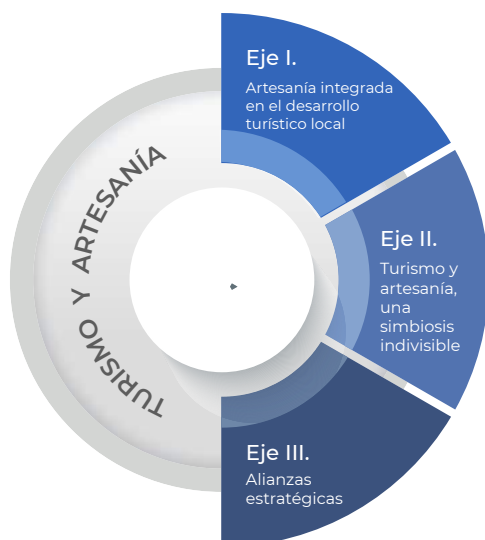
Los salvadoreños en el exterior que inciden de forma determinante en el desempeño del turismo interno y en el posicionamiento de El Salvador, en los países que habitan.

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 las artesanías, 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 armónica de las instituciones, los productores locales y los prestadores de servicios turísticos, para mejorar la competitividad y rentabilidad local propiciando el diseño creativo, la adaptabilidad y la innovación como elementos fundamentales para mejorar la producción, productividad y competitividad de la oferta salvadoreña.





Eje I. Artesanía integrada en el desarrollo turístico local

En la planificación y gestión de los destinos, rutas y circuitos turísticos, generalmente se ha considerado al sector artesanal como un componente en la cadena, pero no se les ha dado la oportunidad de incidir de forma activa en la toma de decisiones; hay una cultura más reactiva que proactiva, donde el sector espera recibir lo que los organismos gubernamentales, no gubernamentales y municipales les llegan a ofrecer (capacitaciones, asistencias técnicas, materia prima, equipos, etc.).

Esta falta de integración ha provocado un divorcio sectorial entre turismo y artesanías; en varios destinos turísticos, se trabaja en forma independiente, y lo mismo sucede a nivel institucional, ya que, a pesar del avance en los convenios institucionales, en la práctica los nichos aún no se encuentran vinculados.

La Política de Turismo y Artesanía pretende revertir este proceso y considerar a los actores del sector artesanal desde la planificación y gestión de los destinos turísticos.

Objetivo

Fomentar la participación de los actores artesanales en el desarrollo de los destinos, rutas y circuitos turísticos en coordinación con los actores del sector turístico.

Estrategias

A. Generar información precisa sobre el potencial artesanal y su vinculación con el turismo en los distintos destinos del país

B. Fomentar la inclusión de los artesanos en los procesos de desarrollo turístico local.

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

En los destinos turísticos, existe poca información confiable y oficial sobre los diversos productos artesanales, su tipo de producción o procesamiento, demanda por los visitantes, entre otros; por ello hace falta un inventario real de los establecimientos que proveen productos y servicios turísticos.

Los procesos de planificación turística no consideran a profundidad la oferta de productos y servicios artesanales y culturales que existen en sus territorios.



Líneas de acción

- Realizar un registro y catálogo de las artesanías y artesanos que permitan identificar talleres, artesanos, cooperativas, centros de venta, promotores, distribuidores y actores participantes de la actividad turística.
- Gestionar la inclusión de los artesanos en los comités de desarrollo turístico.
- Elaborar los planes de trabajo de los CDT con la participación activa de los actores del sector artesanal.
- Gestionar ante MITUR y CORSATUR la inclusión de acciones orientadas hacia el sector artesanal en sus planes operativos anuales.
- Gestionar ante organismos de cooperación el apoyo para el desarrollo integral de las cadenas de valor de turismo y artesanía.
- Gestionar ante CORSATUR y CONAMYPE la identificación de las ofertas de productos artesanales en los destinos turísticos con vocación artesanal.
- Realizar investigaciones de mercado turístico sobre las preferencias de la demanda nacional e internacional de los productos artesanales.
- Realizar investigaciones sobre la identidad cultural y pertenencia de la artesanía para el turismo, para poder transmitirlos en el desarrollo de productos turísticos.



B. Fomentar la inclusión de los artesanos en los procesos de desarrollo turístico local.

La planificación del espacio turístico y las decisiones sobre el mismo deben incluir a todos los actores relacionados con la actividad y, en el contexto de esta política, a los actores del sector artesanal.

Esto, no tan solo permite una mayor relación posterior al momento de desarrollar productos o tomar decisiones de gestión, sino también puede ser un detonante de procesos de definición de identidad de la oferta, y de mejora en los sitios que cumplen con una vocación artesanal y turística.

Líneas de acción

- Coordinar acciones con los prestadores de servicios turísticos y con los actores artesanales, tanto a nivel local como nacional, para que vinculen la oferta artesanal con el desarrollo de productos turísticos.
- Promover entre la academia (universidades, institutos tecnológicos, bachilleratos) y las instituciones de formación turística el conocimiento de las expresiones artesanales, para que sean un elemento de reconocimiento a nivel nacional y parte integral del turismo.
- Fomentar el involucramiento de los actores artesanales en las acciones de desarrollo turístico local.





Eje II. Turismo y artesanía, una simbiosis indivisible

Mediante este eje estratégico, se pretende darle el valor económico, identitario y cultural que tienen los productos artesanales y con ello los beneficios que se generan por medio del turismo a las poblaciones de los destinos turísticos, ya que se promueven, recuperan y conservan las expresiones artesanales en las poblaciones locales.

Es importante la valoración de las artesanías que se ofrecen como parte de un producto turístico, dado que representan una transformación manual de un material inerte a una representación artística llena de mucha pasión, trabajo familiar, simbolismos de la cultura y tradición de determinadas comunidades, por lo que las artesanías deben ser un elemento valioso en la promoción turística que se haga de los destinos a nivel nacional e internacional, de tal manera que sea reconocida y valorada, artística y comercialmente por su connotación y verdadero significado.

Para lograr una comercialización justa, debe fomentarse la asociatividad entre los artesanos y con los empresarios turísticos mediante la conformación de mesas de trabajo, cooperativas u otra forma asociativa, con el objetivo de alcanzar mejores resultados en la participación en ferias, exposiciones, exportaciones y espacios públicos, aprovechando la diversidad de canales de comercialización disponibles, y por supuesto mejorando sus ingresos.

Objetivo

Incentivar la promoción, exposición y comercialización de la oferta artesanal como parte integral de los productos turísticos, a nivel nacional e internacional.

Estrategias

A. Promover la exposición y promoción de los productos artesanales en las campañas de promoción turística de El Salvador a nivel nacional e internacional.

B. Estimular la creación de mecanismos creativos e incluyentes que impulsen la comercialización de artesanías a través de los prestadores de servicios turísticos.



A. Promover la exposición y promoción de los productos artesanales en las campañas de promoción turística de El Salvador a nivel nacional e internacional

Para esta estrategia, es importante identificar los productos país más representativos y los más sólidos, para basar la campaña promocional en El Salvador y en el extranjero; se deberán privilegiar aquellos productos o expresiones que estén basados en el uso de materiales autóctonos o locales, que no hayan sufrido transformación semi-industrial, y que sean representativos de un destino turístico, considerando lo establecido en la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal.

Por medio de las acciones de esta estrategia, se pretende posicionar las artesanías salvadoreñas como un vehículo para ayudar a desarrollar, por medio del turismo, a las comunidades de los destinos turísticos de El Salvador, contando con el apoyo del Gobierno Central, municipalidades y de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Al tiempo que se fomenta la actividad desde el enfoque estrictamente productivo es indispensable incidir en la revalorización cultural que representa la expresión artesanal en las comunidades salvadoreñas y de esta manera incidir en la difusión de los valores y principios que entrafia en las comunidades y sus productores.

Encontrar los detonadores de identidad que conecten la relevancia de estas obras artesanales y la necesidad de llegar a mercados de consumidores más amplios deberá de ser el principal motivador de una campaña promocional emotiva, orgánica que estimule la participación de los más amplios sectores del turismo y sectores colaterales.

Líneas de acción

- Unir esfuerzos y recursos entre las instituciones gubernamentales que promueven el país en el extranjero, como MITUR-CORSATUR, PROESA, MINEC-CONAMYPE y el sector privado turístico y artesanal para desarrollar una estrategia de promoción en conjunto, de turismo y artesanías. reconocer la oferta gastronómica de los chefs y restaurantes salvadoreños.
- Fomentar la participación activa de los representantes de turismo y artesanía, tanto a nivel gubernamental como privado para aprovechar los diversos canales de comunicación, foros y otros eventos para mutuo beneficio.

- Promover la vinculación de la artesanía como algo esencial de la oferta turística de nuestro país y por lo tanto un componente de la campaña de promoción turística.
- Identificar los mejores casos de éxito de producción sostenible de artesanías para el diseño de la campaña promocional en El Salvador y en el extranjero.
- Fomentar en los destinos turísticos el Reconocimiento de Excelencia de la UNESCO para productos artesanales, con miras a identificar al menos un producto salvadoreño que se pueda someter a evaluación por la UNESCO.
- Promover estrategias que favorezcan la consolidación de artesanías autóctonas, que utilicen materia prima local sin detrimento de los recursos naturales, que se puedan considerar como emblemas turísticos dentro de la promoción.
- Fomentar el desarrollo de productos artesanales innovadores que permitan generar una promoción turística de carácter informativo e interpretativo de la oferta artesanal.

B. Estimular la creación de mecanismos creativos e incluyentes que impulsen la comercialización de artesanías a través de los prestadores de servicios turísticos.

Es necesario fomentar el reconocimiento, aprovechamiento y uso de la artesanía salvadoreña como vehículo de construcción, reconciliación y convivencia pacífica de los pobladores de los destinos turísticos y de los visitantes. De hacerlo en forma ordenada, coordinada y revalorizando el sector artesanal y todos los procesos productivos que conlleva, se puede ofrecer un producto mejor desarrollado, con mayor valor agregado, y sobre todo impregnado de las tradiciones, costumbres y la identidad de los pueblos plasmados en sus creaciones.



Esto permitirá que se puedan comercializar las artesanías por diferentes canales y alcanzar diferentes segmentos de mercado que son atendidos por el sector turismo.

Líneas de acción

- Propiciar y facilitar a los artesanos el acceso al mercado nacional e internacional, vinculados con el sector turismo, para el intercambio comercial de sus artesanías.
- Fomentar los programas y proyectos que promuevan la artesanía local y la inclusión de los artesanos en la cadena de valor de turismo.
- Gestionar la creación de incentivos para las empresas turísticas que apoyen el fomento y protección del patrimonio inmaterial y de las expresiones artesanales.
- Brindar información a los visitantes sobre los productos turísticos que incluyen productos artesanales, de tal forma que facilite su comercialización.
- Diseñar estándares de calidad para los productos artesanales que serán incluidos en el diseño y desarrollo de productos turísticos.
- Generar espacios en la infraestructura turística para la comercialización de los productos artesanales en los destinos turísticos.





Eje III. Alianzas estratégicas

El trabajo conjunto entre los sectores involucrados en el desarrollo turístico en los territorios es clave para lograr un desarrollo turístico sostenible; para lograrlo se requiere de la creación de alianzas estratégicas entre el sector privado, público y social, para potenciar los destinos turísticos con vocación artesanal.

El sector artesanal trabaja hoy de forma independiente a los empresarios turísticos, lo que limita a que el turista conozcan la identidad artesanal que se tiene en cada uno de los municipios que visita; cuando los turistas deciden visitar un destino turístico, esperan encontrar un oferta de artesanías que sea auténtica y es donde el empresario turístico, artesanal y las instituciones de gobierno que trabajan en el territorio juegan un papel importante, porque deben de contar con información actualizada de la oferta artesanal que tiene el territorio.

Por eso se considera de suma importancia que desde el MITUR, en coordinación con la CONAMYPE, se promuevan las alianzas estratégicas para que se invierta en el desarrollo de productos turísticos en los destinos con vocación artesanal y en los municipios como un elemento identitario local y a la vez diferenciador de su oferta turística.

Objetivo

Establecer alianzas estratégicas entre el sector artesanal y el sector turístico, y fomentar el desarrollo de ofertas integradas en los destinos con vocación artesanal.

Estrategias

A. Promover la vinculación entre artesanos y empresarios del sector turismo en los destinos turísticos.

B. Establecer acciones conjuntas que fomenten la coordinación entre el sector artesanal y turístico.

C. Crear alianzas estratégicas entre el Ministerio de Turismo y CONAMYPE para realizar acciones conjuntas en los destinos con vocación turística artesanal.

A. Promover la vinculación entre artesanos y empresarios del sector turismo en los destinos turísticos.

En los destinos turísticos con vocación artesanal, hace falta fomentar el trabajo en conjunto entre el sector artesanal y el sector turístico, para lograr que se invierta en el desarrollo de nuevos productos turísticos, donde se incluyan actividades derivadas en la elaboración de productos artesanales.

Las alianzas estratégicas en los territorios se deben de trabajar desde las instituciones de gobierno e incluir a los actores locales para lograr el desarrollo de los artesanos a través de las actividades turísticas.

Líneas de acción

- Realizar acercamientos entre el sector artesanal y empresarios del sector turismo, para dar a conocer los productos y servicios que están ofreciendo los artesanos de la localidad.

- Fomentar las alianzas comerciales entre los artesanos y los empresarios turísticos.
- Crear productos turísticos que incluyan actividades vivenciales dentro de los talleres artesanales.
- Promover desde los CDT acciones encaminadas al trabajo en conjunto con los empresarios del sector artesanal y empresarios turísticos.
- Crear una red de empresarios turísticos y artesanales a nivel local y nacional, para que puedan generar productos en conjunto, promocionarlos y comercializarlos de forma asociativa.

B. Establecer acciones conjuntas que fomenten la coordinación entre el sector artesanal y turístico.

En los destinos turísticos, hay poca coordinación entre el sector artesanal y el sector turístico, para realizar acciones que vayan encaminadas al desarrollo turístico local y que permita dar a conocer a los pobladores y turistas la identidad artesanal que se tiene en los municipios, a través de folletos, ferias y montajes de actividades demostrativas en lugares públicos.

Líneas de acción

- Gestionar ante el MITUR y CONAMYPE la creación de una mesa intersectorial en los destinos turísticos.
- Elaborar un plan de trabajo para la mesa intersectorial, con acciones y un sistema de seguimiento que permita evaluar su implementación.
- Montar ferias en conjunto para promover la identidad artesanal de cada Pueblo Vivo.
- Crear alianzas para promover en los establecimientos turísticos, los productos elaborados por los artesanos de la localidad.
- Fomentar la denominación de origen en productos artesanales estratégicos y prioritarios para ofrecer a segmentos de mercado turístico específicos.

C. Crear alianzas estratégicas entre el Ministerio de Turismo y CONAMYPE para realizar acciones conjuntas en los destinos con vocación turística artesanal.

El trabajo coordinado de las instituciones de gobierno que están trabajando en los destinos turísticos con vocación artesanal, propiciará el aprovechamiento de los recursos económicos, para ampliar la oferta turística, incluyendo al sector artesanal, dado que, en algunos destinos turísticos, a la artesanía no se ha puesto en valor para lograr un desarrollo a través del turismo.

Líneas de acción

- Fortalecer los instrumentos de cooperación entre el MITUR y CONAMYPE, para trabajar en temas de fortalecimiento al sector artesanal para que se incorpore en las actividades turísticas.
- Crear una convocatoria para el financiamiento de proyectos que desarrollen artesanías turísticas innovadoras en los municipios de El Salvador.
- Trabajar de forma articulada entre el MITUR, la CONAMYPE y las municipalidades para potenciar los destinos turísticos artesanales.
- Crear un premio al mejor destino turístico artesanal, en coordinación entre el MITUR y la CONAMYPE.
- Realizar ferias de artesanías en el Puerto de Acajutla, enfocadas a los cruceros que cada año visitan El Salvador.
- Propiciar desde CORSATUR y CONAMYPE un trabajo coordinado entre sector artesanal y sector turístico, para dar a conocer los procesos de elaboración de las artesanías a los turistas.
- Crear campañas de promoción para dar a conocer los destinos turísticos que ofrecen actividades vivenciales para los turistas.





RESUMEN

Objetivo General

Revalorizar el sector artesanal salvadoreño mediante la vinculación sostenible y responsable con la actividad turística, generando una propuesta integral de las cadenas productivas locales con potenciales beneficios económicos, sociales y culturales de los pobladores de los destinos turísticos del país.

Objetivos Específicos

- Promover la inclusión de los actores del sector artesanal desde la planificación de los destinos turísticos en coordinación con los actores del sector turismo.
- Incentivar a los empresarios del sector turístico para la comercialización de los productos artesanales en sus establecimientos o actividades turísticas.
- Promover que en las campañas de promoción a nivel nacional e internacional de los destinos, rutas y circuitos turísticos se incluyan los productos artesanales identitarios de los Pueblos Vivos.
- Fomentar la inversión en el desarrollo de productos turísticos en los destinos con vocación artesanal.

Eje I.

Artesanía integrada en el desarrollo turístico local

A. Generar investigación precisa de los actores artesanales con incidencia en el sector turismo en sus destinos turísticos.

B. Inclusión de los actores artesanales en los procesos de desarrollo turístico local.

Eje II.

Turismo y artesanía, una simbiosis indivisible

A. Promover la inclusión de los productos del sector artesanal en las campañas de promoción turística de El Salvador a nivel nacional e internacional.

B. Fomentar la creación de mecanismos para la comercialización del producto artesanal a través de la cadena de valor de turismo con los prestadores de servicios turístico.

Eje III.

Alianzas estratégicas

A. Promover alianzas estratégicas entre el sector artesanal y empresarios del sector turismo en los destinos turísticos.

B. Fomentar la coordinación entre el sector artesanal y turístico, en la implementación de acciones conjuntas.

C. Crear alianzas estratégicas entre el Ministerio de Turismo - CORSATUR y CONAMYPE, para realizar acciones conjuntas en los destinos con vocación turística artesanal.

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

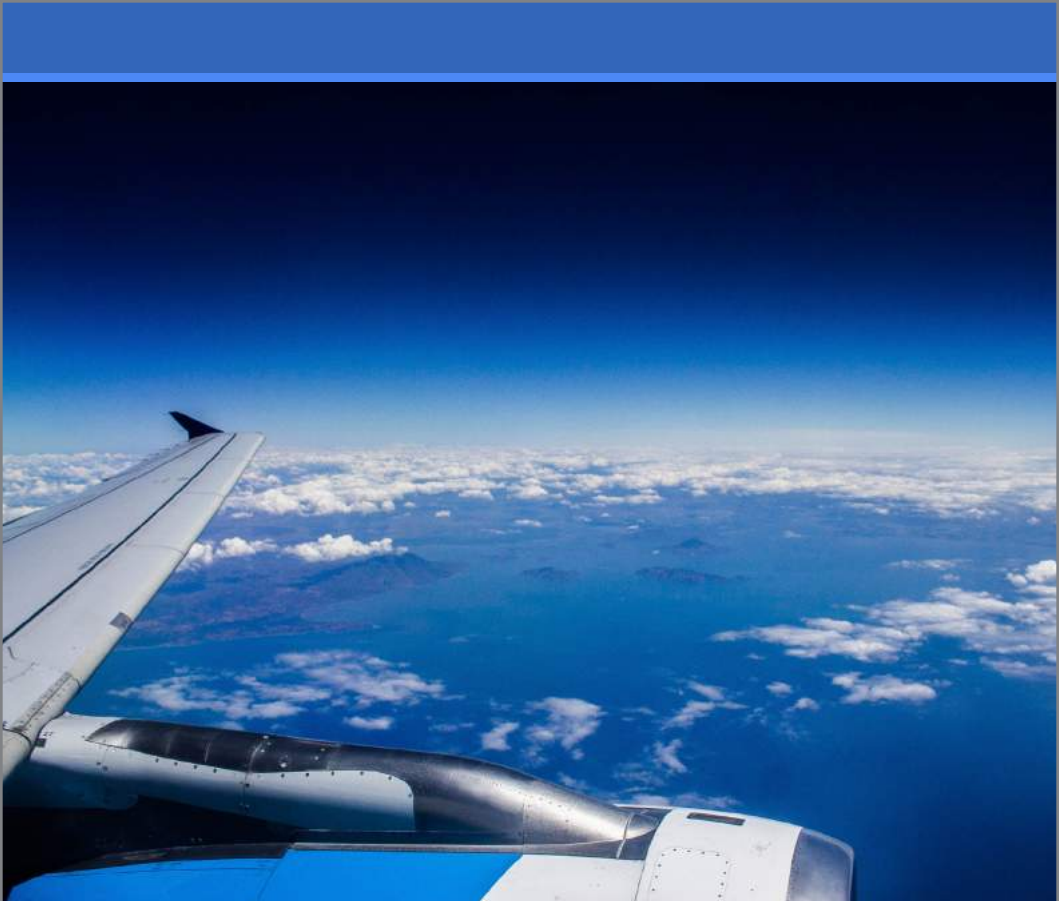
MINISTERIO DE TURISMO

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



TURISMO Y CIELOS ABIERTOS

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 CIELOS ABIERTOS EN EL SALVADOR	7
Tendencias de las libertades del aire	8
Conectividad aérea en El Salvador	12
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	18
EJES ESTRATÉGICOS	20
Eje I. El Salvador abierto al mundo	21
Eje II. Mayor competitividad aérea	25
RESUMEN	29



PRESENTACIÓN

La apertura del espacio aéreo de un país ha mostrado ser un factor que genera beneficios para la economía, basándose en el principio de que el incremento en el acceso a proveedores de servicios aéreos es un componente importante que ha permitido al sector de transportación aérea maximizar su contribución.

La liberación en los acuerdos de cielos abiertos que se han dado a nivel mundial trae beneficios económicos generados por un mercado más competitivo, promoción de más viajes y negocios, mejorando la productividad y el crecimiento económico. En tal sentido, los acuerdos de servicios aéreos que permiten un mayor acceso al mercado, junto con otros elementos de cielos abiertos incluyendo disposiciones que fomentan la desregulación a las aerolíneas en cuanto a decisiones comerciales sobre precios y capacidades, brindan beneficios económicos a los estados e interesados en la aviación.

Diversos estudios muestran que la liberalización de los servicios aéreos no solo genera beneficios directos a la industria aérea y los sectores directamente relacionados entre los que se encuentran los proveedores de insumos, productos y servicios para la operación y mantenimiento de aeropuertos y aeronaves, sino también para los consumidores y otras áreas de la economía que indirectamente se ven beneficiados por los procesos de apertura, incluyendo al turismo.

El Salvador, en su reciente historia, ha tenido compañías de aviación propias que han funcionado temporalmente, y a la vez ha permitido que aerolíneas de otros países operen en su territorio.

Mediante la apertura del espacio aéreo salvadoreño, se eliminan restricciones para aumentar la conectividad turística y comercial del país, lo que aunado a creación de alianzas con líneas aéreas y promotores para la optimización de procesos y estrategias de posicionamiento y comercialización, aumentarán la competitividad del país y la posibilidad de alcanzar economías de escala y densidad con una operación más eficiente que permita adaptarse a los cambios dinámicos de la industria.

La Política de Turismo y Cielos Abiertos es un instrumento para llevar a El Salvador a ser un centro de operaciones aéreas más libres, lo que generará beneficios tanto para la industria turística como para los prestadores de servicios y productos directamente relacionados con los encadenamientos productivos.

Esta Política se articula a través de dos ejes que permitirán captar un mayor número de turistas (o en su caso excursionistas), aumentar el consumo de servicios relacionados con éstos y propiciar el desarrollo productivo como medio de la generación de empleo, así como mejorar las condiciones de tanto salvadoreños residentes en el país, así como en el exterior.

La Política de Turismo y Cielos Abiertos 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.

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 Política de Turismo y Cielos abiertos 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:

Promover la apertura del espacio aéreo salvadoreño para incentivar el flujo del turismo hacia el país, incrementar los beneficios hacia industrias relacionadas y de la ciudadanía en general.



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.

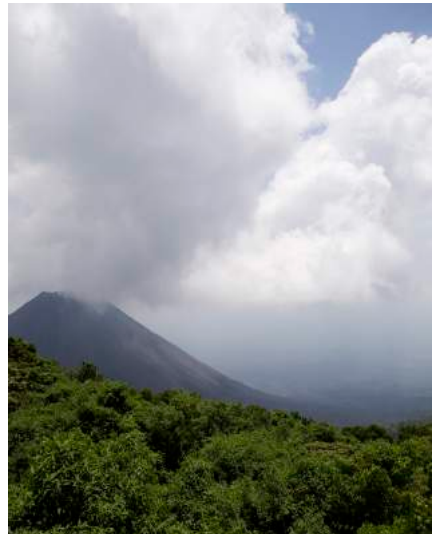
Para lograrlo se requiere la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y de las municipalidades, las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, las agencias de integración y cooperación internacional, la academia,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

La apertura de cielos ha permitido que diversos países se vean beneficiados gracias a que se crean nuevas oportunidades en la aeronáutica civil como, por ejemplo: la implementación de nuevas rutas que aumentan la afluencia de pasajeros y la inserción en el mercado de las aerolíneas de bajo costo que conllevan a nuevas oportunidades de negocio y comercio.

No obstante, no todos los países se dirigen a esta apertura de cielos, pues algunos objetan que al crear acuerdos

de cielos abiertos se atenta contra el principio de soberanía nacional del espacio aéreo, el cual promueve estabilidad financiera, seguridad operacional, regularidad y continuidad de servicios. Se piensa, además, que una línea de bandera nacional aumenta el prestigio del país. También existen razones económicas, como la generación de divisas y la competencia desleal, por las que se mantienen prácticas restrictivas con respecto a la desregulación.

Tendencias de las libertades del aire

En el Convenio de Chicago de 1944 se establecieron principios con respecto a la aeronáutica que hasta la actualidad tienen vigencia, entre los cuales se encuentra la soberanía de cada Estado sobre su espacio aéreo, el compromiso de

no hacer uso de la aviación civil con fines incompatibles con los del convenio y la exclusión de las aeronaves de Estado de las reglas establecidas. Dichos principios propiciaron la creación de las nueve libertades del aire:

Libertades de Aire

Primera Libertad

Es el derecho de una aeronave del Estado "A" a sobrevolar el territorio de otro Estado "B" sin aterrizar.

Segunda Libertad

Otorga a una aeronave del Estado "A" el derecho de aterrizar en el territorio del Estado "B" por razones técnicas, tales como recargar combustible, mantenimiento, emergencias, etc. Sin embarcar ni desembarcar pasajeros, carga y/o correos.

Tercera Libertad

Es denominada Libertad de Transporte al Exterior y otorga a una aeronave bandera del estado "A" el permiso de desembarcar en el Estado "B" pasajeros, correo y carga tomados en el territorio del Estado "A".

Cuarta Libertad

Llamada también Libertad de Transporte al Interior. Delimita el derecho de una aeronave del Estado "A" para que ésta embarque sus pasajeros, correo y carga en el Estado "B", y que tengan como destino el Estado "A".

Quinta Libertad

También conocida como Libertad de Transporte Externo Consecutivo, concede el derecho a una aeronave bandera del Estado "A" a embarcar pasajeros, correo y carga en el Estado "B" y transportarlos hasta terceros Estados "C", partiendo del país bandera.

Sexta Libertad

Conocida como La Libertad de Transporte Externo-Interno, concede el derecho a una aeronave del Estado "A" para que transporte tráfico comercial entre otros dos Estados "B" y "C", siempre y cuando haga escala en su propio territorio.

Séptima Libertad

Es conocida también como Libertad de Transporte Externo, permite a una aeronave bandera del Estado "A" efectuar transporte comercial, fuera de su territorio, entre dos Estados "B" y "C".

Octava Libertad

n llamada de “cabotaje consecutivo”. Es el derecho que se otorga al Estado A para que sus líneas aéreas puedan realizar transporte de cabotaje (interno) en el Estado “B”, partiendo (o culminando el servicio) en el país al que pertenece la línea aérea.

Novena Libertad

La libertad para transportar tráfico entre dos puntos internos en un país “B” con aeronaves basadas en el país “B” sin tocar el país bandera. También se conoce como “el cabotaje completo” o “cielos abiertos”.

Fuente: IASCA, 2018

Dichas libertades son aplicadas de acuerdo con los convenios que existen entre las naciones. En la actualidad son principalmente usadas las primeras 5, aunque existen países que tienen una mayor apertura en sus territorios permitiendo incluso la novena libertad.

En la década de los 90, algunas aerolíneas que fueron estatales comenzaron a privatizarse para adaptarse al proceso en el que los gobiernos dejaron de tener injerencia en actividades económicamente productivas y seguir las recomendaciones de organismos internacionales. Empresas como Aeroméxico, Air Panamá, LAN Chile y Mexicana de Aviación se convirtieron en empresas privadas. Esta situación

comenzó un proceso de apertura, pues mientras las líneas aéreas estatales eran protegidas por el gobierno, y al convertirse en privadas, el espacio aéreo se vio liberado.

De acuerdo con la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), para el año 2003, en que se realizó la Quinta Conferencia Mundial de Transporte Aéreo (ATConf/5), existían 87 acuerdos de liberación, que incluían 70 países, 59 de ellos eran acuerdos de cielos abiertos con los Estados Unidos. En el año 2007, tanto en Estados Unidos como en la Unión Europea se estableció un régimen que permite a ambas partes volar entre cualquier ciudad en la Unión Europea y Estados Unidos.





Por su parte, para la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN por sus siglas en inglés), en 2015 entró en vigor su política de cielos abiertos (ASEAN Briefing, 2015), además se está trabajando entre los socios de ASEAN para mejorar la conectividad aérea entre los principales mercados, lo cual ha fortalecido la colaboración con China, Japón, Estados Unidos y la Unión Europea en sectores de la economía, seguridad de la aviación y gestión del tráfico aéreo.

En 1951, la CEPAL desarrolló su modelo de integración económica de Centroamérica, creando la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA). Para 1958 se firmó el Tratado Multilateral de Libre Comercio e Integración Económica Centroamericana, y en 1959, el Convenio sobre el Régimen de Industrias Centroamericanas de Integración.

El Sistema de Integración Centroamericana (SICA) que surge en el año 1991, une diversos campos

de la actividad humana promoviendo sinergias e integralidad en la acción y está conformado por Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y la República Dominicana (SICA, 2016).

Por otro lado, la Comisión Latinoamericana de Aviación Civil (CLAC) desde 1973 se encarga de:

- Propiciar acuerdos, convenios y legislación del transporte aéreo.
- Medir la evolución del transporte aéreo.
- Propiciar la reglamentación de los servicios de transporte aéreo.
- Otorgar elementos para definir las tarifas del transporte aéreo internacional, de los servicios y de las actividades conexas.
- Evaluar impuestos y derechos que gravan al transporte aéreo.
- Generar las estadísticas de transporte aéreo.
- Facilitación y seguridad de aeropuertos.
- Navegación aérea.

- Asuntos jurídicos y políticos de transporte aéreo.
- Cooperación técnica y seguridad operacional.
- Administración y privatización de aeropuertos.
- Aspectos políticos, jurídicos e institucionales de los sistemas CNS/ATM.
- Procesos de integración subregional, regional y mundial.
- Intercambio de servicios.
- Coordinación internacional y nacional en materia de turismo.
- Control de estupefacientes y sustancias psicotrópicas.
- Capacitación profesional del transporte aéreo.
- Implantación del registro electrónico de tarifas y billetes de pasajes electrónicos.

Desde el año 2010, existe un acuerdo multilateral de cielos abiertos en América Latina. Este acuerdo es impulsado por la Comisión Latinoamericana de Aviación Civil (CLAC) y hasta la fecha ha sido suscrito por Chile, Brasil, Costa Rica, Cuba, Guatemala, Panamá y República Dominicana. El acuerdo, que incluye el derecho a hacer cabotaje, se orienta hacia el cielo común latinoamericano, emulando la experiencia de la Unión Europea en donde las empresas aéreas de todos los países signatarios pueden hacer cabotaje en los demás países de la región. El proyecto incluye el derecho a formular reservas, por considerarse que ello constituye una ventaja porque probablemente facilitará la ratificación y la adhesión al acuerdo (JAC, 2018).



Conectividad aérea en El Salvador

En 2015, la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), realizó una auditoría al Estado Salvadoreño para evaluar el seguimiento a la seguridad operacional de los Estados signatarios del Convenio sobre Aviación Civil Internacional. El país obtuvo un porcentaje de casi el 90% de implementación efectiva de los estándares prácticas recomendadas por la OACI, ubicándose en la posición 4 de los miembros de la zona de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe, teniendo un crecimiento con respecto a 2006, cuando ocupaba la posición 12. Y es con este avance alcanzado por la Autoridad de Aviación Civil (AAC) en la última auditoría que El Salvador se convierte en un país ejemplo en desarrollo y cumplimiento de los más altos estándares internacionales (MOP, 2016).

La ampliación y modernización de la infraestructura aeroportuaria sin duda tendría que ir de la mano con la posibilidad de ampliar la capacidad receptora de pasajeros en el aeropuerto de San Salvador. En octubre del 2017 se inauguraron cuatro nuevas salas de espera y se aumentó la capacidad instalada en 30% (CEPA). Por otro lado,

en el 2018 se inició la ampliación del aeropuerto y se prevé construir una nueva terminal que podrá recibir a más de 2 millones de pasajeros al año.

En los últimos años, el interés por El Salvador ha aumentado con fines de negocio y tránsito por lo que CEPA ha trabajado en la mejora del aeropuerto de Ilopango, ya que en 5 años ha mostrado un alza del 13.4% en promedio entre operaciones comerciales, operaciones varias, escuelas y usos civiles y militares (CEPA, 2016-1).

El Aeropuerto Internacional de Ilopango, reportó en 2017 un movimiento de 17,833 pasajeros, con una tasa de crecimiento anual del 7.8% y desde esta terminal se ofrecen vuelos comerciales y no comerciales a Guatemala, Tegucigalpa y Roatán. Desde este aeropuerto, se operan vuelos de hombres de negocios y corporativos.

Por los puntos anteriormente expuestos, es posible adelantar que El Salvador tiene los elementos para desarrollar a nivel continental un roceso de liberalización de espacios aéreos que repercuta positivamente en el desarrollo del turismo por medio del



aumento en la llegada de visitantes internacionales de los mercados meta y mejore su conectividad. En resumen, ya existe un acuerdo internacional multilateral, las condiciones de servicio de El Salvador son muy bien calificadas y la infraestructura

instalada está ampliándose para dar un mejor servicio en cuanto a calidad, competitividad, innovación, tecnología y facilidad de movilidad. De acuerdo con la ACC actualmente se cuenta con 11 acuerdos de transporte aéreo con:

Acuerdos de operación de El Salvador

CA4 (Guatemala, Honduras, Nicaragua) 1992

Las operaciones realizadas de un Estado a otro Estado se considerarán locales o domésticas. Aplicando el "Plan de vuelo interamericano en calidad de operaciones aéreas locales o domésticas".

Colombia 2013

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- Embarcar y desembarcar tráfico internacional en dicho territorio en puntos específicos.

No deberá considerarse que se confiere el derecho de tomar a bordo en el territorio de la parte contratante, pasajeros, carga o correo, transportados mediante remuneración.

Cuba 2013

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- El derecho a embarcar y desembarcar en el territorio una parte de pasajeros, equipaje o correo en puntos específicos.

El derecho de una línea aérea designada para desembarcar pasajeros, equipaje, carga y correo entre puntos del territorio, del Estado de la otra parte y puntos en terceros países serán objeto de negociación y aprobación entre las autoridades aeronáuticas de las partes.

Chile 2013

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio para fines no comerciales.

Cada línea aérea designada podrá:

- Efectuar vuelos en cualquier dirección.
- Combinar diferentes números de vuelo en una sola aeronave
- Servir en las rutas un punto intermedio en cualquier combinación u orden.

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- Transferir el tráfico desde cualquiera de sus aeronaves en cualquier punto de las rutas desde una aeronave a otra distinta o varias aeronaves distintas a aquellas utilizadas sobre la misma ruta antes de dicha escala.

Ecuador 2013

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- Prestar servicios regulares y no regulares entre ambos territorios y cualquier tercer país.
- No deberá considerarse que se confiere el derecho de tomar a bordo en el territorio de la parte contratante, pasajeros, carga o correo, transportados mediante remuneración.

Con conocimiento previo de la autoridad aeronáutica se podrá:

- Efectuar vuelos en cualquier dirección.
- Combinar números de vuelo en una sola aeronave.
- Transferir el tráfico desde cualquier aeronave en cualquiera de sus rutas.

España 1997

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- Las empresas aéreas asignadas un servicio convenido en una ruta especificada con derechos como:
- Sobrevolar sin aterrizar en el territorio de la otra parte.
- Hacer escalas en dicho territorio para fines no comerciales.
- Hacer escalas en los puntos del territorio de la otra parte contratante que se especifiquen en el cuadro de rutas.
- Ninguna disposición del acuerdo otorga derechos de cabotaje dentro de la otra parte contratante.

Estados Unidos de América 1997

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.

No se hace concesión a las líneas aéreas de una parte del derecho, en el territorio de la otra parte, a abordar pasajeros, carga o correo que se lleven por remuneración y destinados a algún otro punto del territorio de la otra parte.

México 1944

Se establece una oportunidad justa e igual para que la empresa aérea designada por cada parte contratante opere los servicios convenidos en las rutas especificadas.

Las empresas aéreas asignadas un servicio convenido en una ruta especificada con derechos como:

- Sobrevolar sin aterrizar en el territorio de la otra parte.
- Hacer escalas en dicho territorio para fines no comerciales.
- Embarcar y desembarcar tráfico internacional en dicho territorio en puntos específicos.

Nada de lo convenido se considerará como un otorgamiento a las líneas aéreas designadas del privilegio de embarcar o desembarcar en el territorio de la otra parte pasajeros, carga o correo a cambio de remuneración y con destino a otro punto dentro del territorio de esa parte.

Panamá 2018

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- Prestar servicios regulares y no regulares entre ambos territorios, directamente o a través de su propio territorio.



Cada empresa aérea en cualquiera o todos sus vuelos podrá:

- Efectuar vuelos en cualquier dirección o ambas.
- Combinar números de vuelo.
- Omitir escalas.
- Transferir el tráfico desde cualquier aeronave en cualquiera de sus rutas.

Turquía 2013

Cada parte concede a la otra los siguientes derechos:

- El derecho a volar sobre su territorio sin aterrizar.
- El derecho a hacer escalas en su territorio sin fines de tráfico.
- Prestar servicios regulares y no regulares entre ambos territorios, directamente o a través de su propio territorio.

No podrá considerarse el conferir a las aerolíneas el privilegio de iniciar, en el territorio de la otra parte, tráfico con remuneración o contratación y destinado para otro punto en el territorio de esa otra parte contratante.

Fuente: Visiones del turismo.

De acuerdo con el Anuario Estadístico de El Salvador, al cierre del año 2017 hubo 936,188 llegadas al Aeropuerto Internacional de El Salvador, teniendo un crecimiento de 21.6% entre 2005 y 2017. La Organización Mundial de Turismo reporta que en ese año el 58% de los turistas que ingresaron a El Salvador provenían de países centroamericanos, 35% de Norteamérica (México, Estados Unidos y Canadá), 3% de Sudamérica y el restante de otros países.

Las aerolíneas salvadoreñas no han logrado trascender en el tiempo: Aerolíneas de El Salvador (AESA) mantuvo operaciones de 1960 a 1991 (ASN, 2018); Transportes Aéreos de Centroamérica (TACA), una aerolínea que comenzó en Honduras en 1931, fungió como la aerolínea de El Salvador hasta 2013, cuando fue absorbida en su totalidad por Avianca luego de comenzar una alianza en 2009. Además, en 2013 se intentó posicionar

una aerolínea de bajo costo llamada Vuelos Económicos Centroamericanos la cual no tuvo el éxito esperado y para el 2017 detuvo operaciones (ASN, 2018).

A pesar de estos avances, aún existen limitantes que no permiten el libre tráfico aéreo, el cual se podría ver beneficiado en diferentes aspectos con la firma de convenios de cielos abiertos con países estratégicos.

Entre los principales beneficios resultantes de la apertura de cielos se encuentran:

- Nuevas posibilidades de vuelo.
- Mayor llegada de turistas.
- Incremento en la captación de divisas.
- Nuevas rutas y tarifas más bajas.

Los cielos abiertos crean la posibilidad de la conectividad entre aeropuertos en objetivos y ejes de impulso a los Cielos Abiertos.



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Promover la apertura del espacio aéreo salvadoreño para incentivar el flujo del turismo hacia el país, incrementar los beneficios hacia industrias relacionadas y de la ciudadanía en general.

Objetivos Específicos

- Establecer directrices que permitan articular el aprovechamiento de una política de cielos abiertos para mejorar el flujo de pasajeros y el uso de servicios relacionados en El Salvador en aras de beneficiar al turismo también.
- Generar mecanismos para mejorar la conectividad aérea directa de los mercados emisores hacia El Salvador, otorgando facilidades a empresas nacionales e internacionales para el aprovechamiento del espacio aéreo salvadoreño.



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

Presidencia de la República, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano, Viceministerio de Transporte, Dirección General de Migración y Extranjería, Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma, Autoridad de Aviación Civil.

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.

Organización de Aviación Civil Internacional (OACI por sus siglas en inglés), Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA por sus siglas en inglés), Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje, Asociación Salvadoreña de Touroperadores (ASOTUR), Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas en El Salvador (AVA), Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH), Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR).

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.

Sistema de Integración Turística Centroamericana, Agencia de Promoción Turística Centroamericana, Confederación Centroamericana de Cámaras de 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.

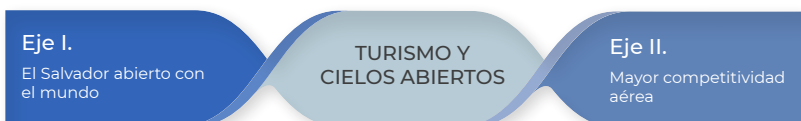




EJES ESTRATÉGICOS

En vista de la importancia del aprovechamiento del espacio aéreo en El Salvador se plantean dos ejes estratégicos. El primero consiste en decretar el uso libre del espacio aéreo salvadoreño que aumente las capacidades de los acuerdos bilaterales de aeronáutica civil con los que ya se cuentan, pero ampliándolo a todos los países del mundo, y con ello propiciando un uso intensivo del espacio aéreo. En principio se pretende general una política de cielos abiertos (otorgamiento de la 9ª libertad). El segundo eje, consiste en la generación de incentivos, vía exenciones de impuestos y facilidades fiscales a empresas nuevas para que operen desde El Salvador.

Con esto, también se dará continuidad a la Política de integración de los destinos nacionales a circuitos regionales e internacionales, planteada en el año 2013, mediante el fortalecimiento de la posición del Aeropuerto Internacional de El Salvador como un hub regional, así como mejorar el impacto en la llegada y salidas de turistas del aeropuerto.





Eje I. El Salvador abierto al mundo

La actividad turística se ha convertido en una prioridad nacional por su notable capacidad de generar riqueza, empleos y beneficios para la población en general y los empresarios.

Propiciar la apertura del espacio aéreo traerá beneficios no solo a los prestadores de servicios turísticos en el país, sino a industrias colaterales que se ven beneficiadas de la mayor llegada de turistas y el establecimiento de negocios relacionados con la transportación aérea.

En este contexto, se propone analizar, evaluar y concretar acuerdos de apertura comercial y espacial que mejoren e impulsen la actividad turística en El Salvador. El análisis considerará tanto los impactos directos como indirectos, inducidos y catalíticos.

Directos

- Tráfico de pasajeros
- Carga
- Apoyo en tierra
- Insumo

Indirectos

- Turismo
- Comercio
- Servicios

Inducidos

- Resultado de gastos de los beneficiarios directos e indirectos

Catalíticos

- Nuevas inversiones y negocios

Objetivo

Impulsar el uso del espacio aéreo salvadoreño en aras de propiciar una mayor llegada de turistas, excursionistas y aumentar el consumo y derrama en servicios relacionados.

Estrategias

Para cumplir con los objetivos planteados, se contemplan las siguientes estrategias:

A. Mejorar la posición competitiva de El Salvador como receptor de turistas y excursionistas.

B. Fomentar el uso del espacio aéreo salvadoreño por otros actores internacionales.

A. Mejorar la posición competitiva de El Salvador como receptor de turistas y excursionistas.

El Ministerio de Turismo tiene dentro de sus obligaciones establecer el marco estratégico para impulsar la llegada de turistas a El Salvador, motivo por el cual debe encontrar los mecanismos para aprovechar la infraestructura ya instalada y la posición geográfica en un activo para que sea más fácil y económico viajar al país y propicie la estadía del turista o excursionista.

La posibilidad de un mejor aprovechamiento del espacio aéreo de El Salvador puede propiciar una mayor llegada de turistas y con ello, mayor permanencia y aumentos de la estancia y, en casos donde El Salvador sea un destino de tránsito, aumentar los beneficios de este tipo de turistas mediante programas de fomento a la estadía y consumo, como el Stop Over. Lo anterior, se realizará en estrecha coordinación con CEPA y la AAC, según el tema a tratar.

Líneas de acción

- Realizar análisis para identificar los mercados emisores de turistas actuales (tanto del último punto de conectividad como del lugar de residencia) a fin de identificar aquellos países o territorios con los que se propiciaría un acuerdo de cielos abiertos.

- Desarrollar análisis de conectividad aérea que permita generar elementos para los actores (aerolíneas y aeropuertos) e identificar oportunidades de negocio.
- Identificar y promover alianzas con nuevas aerolíneas que permitirán consolidar el programa Stop Over como un beneficio exclusivo de aterrizar en suelo salvadoreño.
- Propiciar la cantidad de viajeros que deciden tomar un paquete Stop Over al aterrizar en El Salvador por medio de campañas de promoción calendarizadas y con hilo conductor dentro del aeropuerto que inviten a los pasajeros a quedarse unas horas conociendo el país.
- Mejorar y consolidar la operación Gobierno – Empresa Privada en el manejo del programa Stop Over como una herramienta público privada exitosa para el desarrollo del turismo.
- Ampliar el portafolio de productos y servicios ofrecidos en El Salvador desde las aerolíneas previo a que los aviones aterricen en suelo salvadoreño para que desde ahí aumente la intención de los pasajeros de quedarse y conocer un poco más del país.
- Crear un plan anual de promoción adentro de los aviones por medio de sus revistas de circulación a bordo y sus programas audiovisuales.
- En conjunto con el Ministerio de Relaciones Exteriores, realizar un programa de facilitación migratoria y revisión de visados y costos de entrada existentes.



B.Fomentar el uso del espacio aéreo salvadoreño por diversos actores internacionales.

Emulando los casos de éxito internacionales e incorporando los hallazgos de la estrategia para encontrar elementos de mayor competitividad al abrir el uso del espacio aéreo de El Salvador por medio de un decreto de cielos abiertos.

Líneas de acción

- Coordinar los trabajos de alineación de objetivos entre los actores involucrados en la elaboración de la política.
- Establecer procesos de negociación con otros países centroamericanos en el marco del CA4 y con la Comisión de Aviación Civil de América Latina con el fin de propiciar la formalización de acuerdos de libre uso del espacio aéreo.
- Definir las reservas de actuación con otros países o condiciones de temporalidad, tipo de aviones o tipo de vuelos (vuelos fletados versus regulares) en coordinación con las autoridades correspondientes.
- Firma o decreto de los acuerdos de cielos abiertos.





Eje II. Impulso a la mejora continua

La actividad aérea en un país beneficia no solo a los actores turísticos, sino a una serie de empresas colaterales que ofrecen servicios complementarios. En materia turística y dada la cercanía geográfica del Aeropuerto Internacional de El Salvador con la ciudad y otros atractivos, el tener un aeropuerto con una mayor actividad puede beneficiar e impulsar la creación de empresas turísticas y no turísticas.

Por medio de este eje, se pretende aprovechar la posibilidad de usar la libertad aérea en el país, para el impulso de la creación de empresas, generación de empleos y lograr una mejor distribución del ingreso en el país.

Objetivo

Generar mecanismos para mejorar la conectividad aérea directa de los mercados emisores hacia El Salvador, otorgando facilidades a empresas nacionales e internacionales para el aprovechamiento del espacio aéreo salvadoreño.

Estrategias

Para cumplir con los objetivos planteados, se contemplan las siguientes estrategias:

A. Mejorar las condiciones competitivas en el entorno mundial de operación de las aerolíneas en aeropuertos del país.

B. Generación de un paquete de incentivos fiscales y operativos que atraigan un mayor número de turistas y excursionistas al país.

A. Mejorar las condiciones competitivas de operación de las aerolíneas internacionales en aeropuertos del país.

Dada la baja conectividad aérea que tiene El Salvador y los precios relativamente altos que se deben de pagar para llegar, sería beneficioso para los actores del turismo facilitar el acceso. Por medio del eje I de esta política, se eliminará la principal restricción para la llegada de turistas, sin embargo, por medio de esta intervención, se darán las facilidades para que los actores internacionales vean a El Salvador como un territorio fértil para el establecimiento de sus operaciones aéreas.



Líneas de acción

- Detectar costos, barreras de entrada y obstáculos para la operación aérea y de servicios complementarios en El Salvador.
- Establecer mecanismos de inspección simplificada para pasajeros, equipaje, carga, correo que facilite el tránsito por territorio salvadoreño en coordinación con la CEPA y las autoridades de aduanas y migración.
- Crear mecanismos que permitan visitar vía aérea en un mismo viaje más de un destino a nivel centroamericano, de forma conjunta con SITCA y FEDECATUR, buscando llevar a El Salvador a la oferta multi-país.
- Evaluar el sistema de visado y restricciones a la entrada para incentivar que un mayor número de turistas salgan del aeropuerto y utilicen los servicios turísticos locales (programa de extensión de visado por estadías inferiores a 24 horas, por ejemplo).

B. Generación de un paquete de incentivos fiscales y operativos que atraigan un mayor número de turistas y excursionistas al país.

Aprovechar los estímulos fiscales y las facilidades diseñadas por el gobierno por medio de campañas de promoción, negociaciones con interesados a nivel internacional.

Líneas de acción

- Utilización y coordinación con el cuerpo diplomático salvadoreño para la identificación de actores interesados a nivel mundial que puedan invertir y aprovechar las facilidades que el gobierno planteó en la estrategia anterior.
- Realizar negociaciones con los interesados para el establecimiento de sus operaciones en suelo salvadoreño, es particular con grupos de aerolíneas o conglomerados para poder desarrollar tratos en bloque y que beneficien a los involucrados.
- Realizar los procesos de iniciativas de ley por medio de la Asamblea Legislativa para la generación de paquetes de incentivos fiscales, según sea el caso.

- En conjunto con las autoridades correspondientes y responsables, llegar acuerdos comerciales con AEROMAN y permitir que aerolíneas que vienen al país por servicios de reparación empiecen a considerar El Salvador como una ruta viable para sus operaciones
- Participar en ferias internacionales especializadas (ROUTES) de manera conjunta con la ACC y MITUR para dar a conocer las libertades aéreas y promover la llegada a este destino con un compromiso en materia de promoción.
- Crear campañas de promoción intencionales en los aeropuertos origen de los vuelos que a diario llegan a El Salvador.
- Consolidar mecanismos de incentivos para aerolínea y buró de convenciones con la intención de buscar ser un destino que presente precios de boletos aéreos competitivos amarrados a experiencias turísticas.
- Implementación de estímulos económicos que inviten a los visitantes a llenar los vuelos ya existentes y quedarse en El Salvador, particularmente una campaña de promoción pactada directamente con las aerolíneas de los destinos a incentivar y planificada en corto, mediano y largo plazo.
- Establecer viajes de familiarización para visitas a principales destinos turísticos durante la estadía en el país de tripulantes y pasajeros que faciliten el aprovechamiento planteado.





RESUMEN

Objetivo General

Promover la apertura del espacio aéreo salvadoreño para incentivar el flujo del turismo hacia el país, incrementar los beneficios hacia industrias relacionadas y de la ciudadanía en general.

Objetivos Específicos

- Establecer directrices que permitan articular el aprovechamiento de una política de cielos abiertos para mejorar el flujo de pasajeros y el uso de servicios relacionados en El Salvador en aras de beneficiar al turismo también.
- Generar mecanismos para mejorar la conectividad aérea directa de los mercados emisores hacia El Salvador, otorgando facilidades a empresas nacionales e internacionales para el aprovechamiento del espacio aéreo salvadoreño.

Eje I.

El Salvador abierto con el mundo

A. Mejorar la posición competitiva de El Salvador como receptor de turistas y excursionistas.

B. Fomentar el uso del espacio aéreo salvadoreño por otros actores internacionales.

Eje II.

Mayor competitividad aérea

A. Mejorar las condiciones competitivas en el entorno mundial de operación de las aerolíneas en aeropuertos del país.

B. Generación de un paquete de incentivos fiscales y operativos que atraigan un mayor número de turistas y excursionistas al país.



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



TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

El Salvador

CONTENIDO

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



PRESENTACIÓN

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

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

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

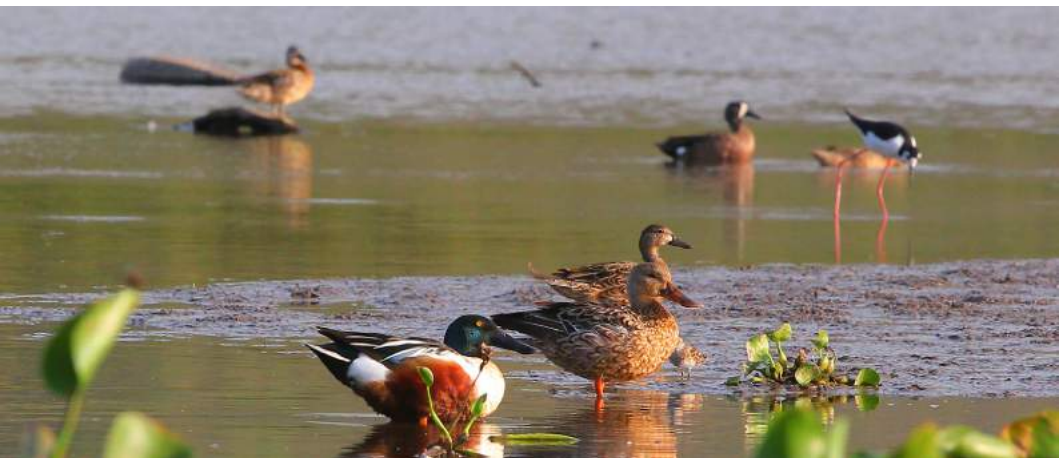
su capacidad para generar ingresos y empleos; es también eje articulador de los encadenamientos productivos en el ámbito local y de las localidades en el ámbito territorial.

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

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

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

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



La Política de Turismo y Desarrollo Local se enmarca en la Política Nacional de Turismo de El Salvador (PNT) que contiene un conjunto de lineamientos rectores para que la actividad turística contribuya en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo, por lo que se reconoce como un asunto de interés nacional.

Un turismo transversal sin fronteras ideológicas

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

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

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

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

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



Participación incluyente, abierta y transparente

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

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

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

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

La consulta que se llevó a cabo durante

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

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

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





Importancia del turismo para el país

El turismo se considera hoy una de las actividades más dinámicas e influyentes a nivel mundial por los impactos que genera en la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen de los países ante el mundo.

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

Turismo: Impulsor de la economía

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

Turismo: Oportunidades para todos

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

Turismo: Valorador del patrimonio

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

Turismo: Motivo de orgullo

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

Turismo: Imagen que inspira

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



TURISMO Y DESARROLLO LOCAL EN EL SALVADOR

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

Desde esta perspectiva, las políticas

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

Prioridad del Estado

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

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

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

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

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

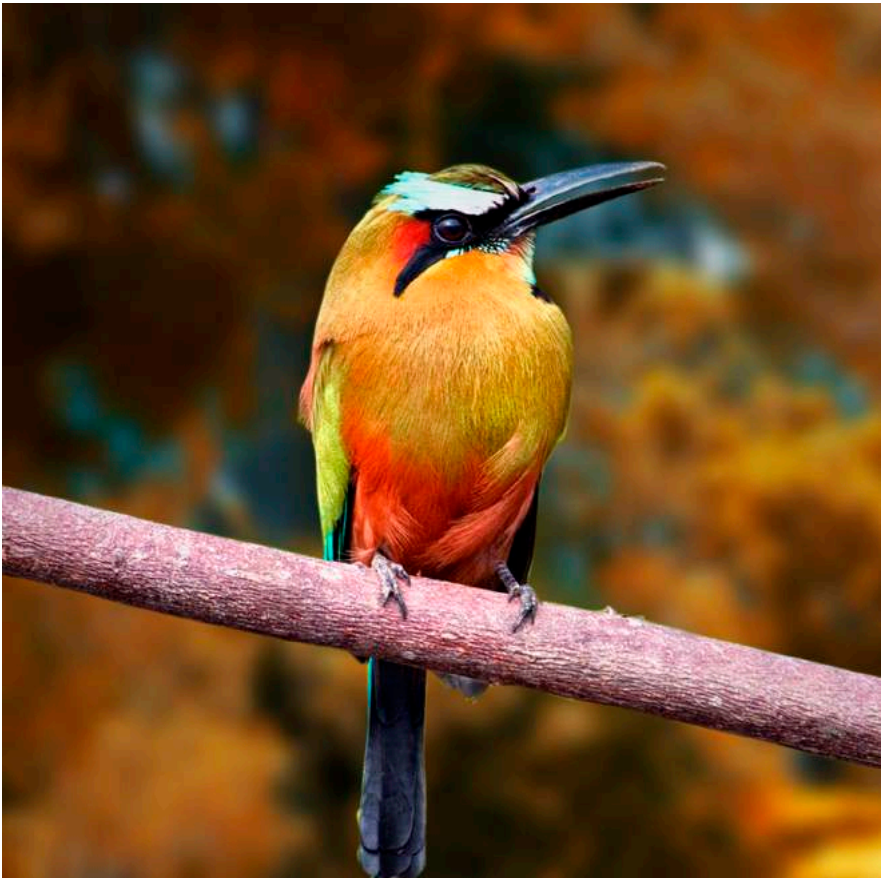


Desarrollo local como respuesta al cambio

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

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

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



Articulación de oportunidades en el territorio

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

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

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

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

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



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



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

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



UNA POLÍTICA INCLUYENTE

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





EJES ESTRATÉGICOS

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

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





Eje I. Innovación creativa para el desarrollo local

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

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

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

Objetivo

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

Estrategias

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales.

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

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales

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

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

Líneas de acción

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

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

B. Potenciar la vocación turística de los destinos del país

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



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

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

Líneas de acción

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

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



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





Eje II. Inversión enfocada en el territorio

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

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

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

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

Objetivo

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

Estrategias

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

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión.

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

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

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

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

Regiones que integran elementos complementarios al turismo

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

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

B. Chalatenango y Zona Norte de Santa Ana

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

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

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

D. Cuscatlán, San Vicente y Cabañas

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

E. Morazán

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

F. Usulután

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

G. San Miguel y Golfo de Fonseca

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

Líneas de acción

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

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión

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

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

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

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



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

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

Líneas de acción

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



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

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

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



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

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

Líneas de acción

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



Eje III. Ofertas singulares y significativas

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

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

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

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

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

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

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

Principales sellos relacionados con el turismo sostenible:

Turismo cultural, rural y ecoturismo

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

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

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

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

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

Ocio y esparcimiento

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

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

Turismo de negocios y motivos profesionales

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

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

Turismo Religioso

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

Deportes y turismo de aventura

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

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

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

Turismo de salud y bienestar

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

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

Turismo educativo

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

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

Turismo social e inclusivo

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

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

Cruceros

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

Visita a familiares y amigos

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



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

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



Objetivo

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

Estrategias

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

B. Posicionar la oferta local en sus mercados meta.

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad.

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

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

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

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

Visitantes con interés ocasional

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

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

Turistas que buscan ocio y recreación en sus viajes

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

Visitantes especializados

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

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

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

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

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

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

Sociología arqueológica

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

Vulcanología

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

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

Líneas de acción

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

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

B. Posicionar la oferta local en sus mercados

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

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



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

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

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

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

Tipo de hospedaje

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

Motivos de viaje

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

Perfil y compañía durante el viaje

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



Líneas de acción

- Mercado nacional

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

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

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

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

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

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

- Salvadoreños en el exterior

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

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

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

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

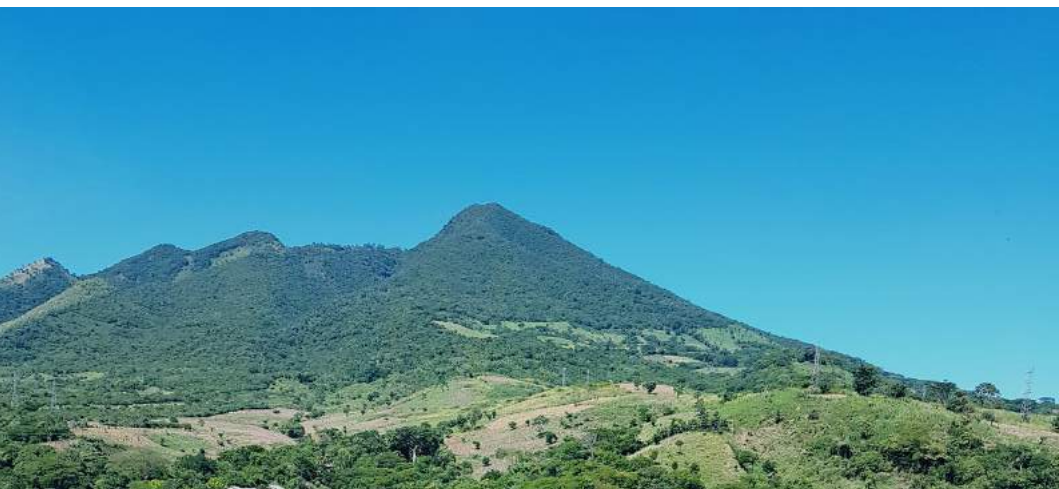
Las principales líneas de producto afines al mercado de salvadoreños en el exterior son:

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

- Mercado Centroamericano

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

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



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

Centroamericanos son:

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

- Viajeros de larga distancia

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

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



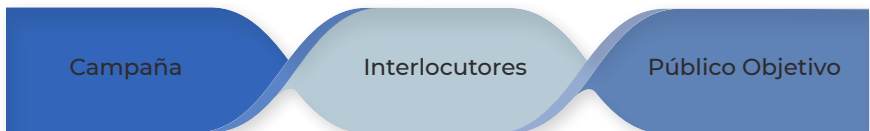
Las líneas de acción para fortalecer las estrategias para viajeros de larga distancia son:

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

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad

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

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



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

Todo incluido

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

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

Parcialmente reservado

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

Independiente

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

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

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

Líneas de acción

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



Principales líneas de producto afines al mercado nacional

TURISTAS NACIONALES

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

Principales líneas de producto afines a los salvadoreños en el exterior

SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR

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

Principales
líneas de
producto afines
al mercado
centroamericano

TURISTAS
CENTROAMERICANOS

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

principales líneas
de producto
prioritarias para
el mercado de
larga distancia

TURISTAS DE LARGA
DISTANCIA

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

Nichos especializados

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



RESUMEN

Objetivo General

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

Objetivos Específicos

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

Eje I.

Innovación creativa para el desarrollo local

A. Articular los esfuerzos colectivos e individuales.

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

Eje II.

Inversión enfocada en el territorio

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

B. Crear condiciones competitivas para fomentar la inversión.

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

Eje III.

Ofertas singulares y significativas

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

B. Posicionar la oferta local en sus mercados meta.

C. Consolidar e innovar la oferta de mayor oportunidad.

CRÉDITOS

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

www.identidadydesarrollo.com

www.staconsultores.com

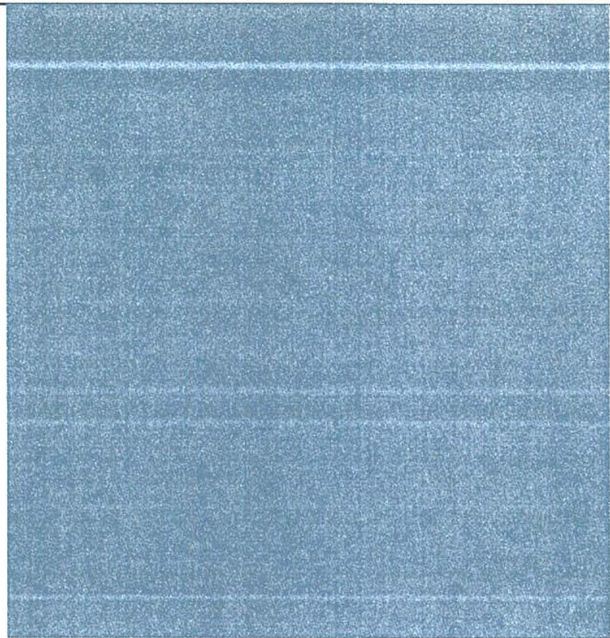
MINISTERIO DE TURISMO

El Salvador

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

Teléfono : (503) 2241 - 3200

www.mitur.gob.sv



**POLÍTICA
INSTITUCIONAL
DE GESTIÓN
DOCUMENTAL
Y ARCHIVO**

Unidad de Gestión
Documental y Archivo

MITUR

MINISTERIO DE TURISMO

Aprobado por Acuerdo Número 07/2019
12 de febrero de 2019

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	5
Definición de la Política de Gestión Documental y Archivos	6
Objetivos	6
Alcance	6
DEFINICIONES	7
SIGLAS.....	9
EJES DE LA POLÍTICA	10
Eje 1. Implementación del SIGDA.....	10
A. Crear y utilizar instrumentos archivísticos	10
B. Organizar el Sistema Institucional de Archivos	11
C. Promover el buen uso, orden y limpieza del mobiliario de los archivos.	12
D. Fortalecer a la UGDA con recursos necesarios para su gestión.....	13
Eje 2. Gestión de la Documentación en su Ciclo Vital.....	15
A. Manejar los Archivos de Gestión.	15
B. Gestionar el manejo del Archivo Central.	16
C. Acceso a las instalaciones del Archivo Central.....	17
D. Gestionar el manejo del Archivo Especializado.	18
Eje 3. Gestión Documental Electrónica	19
A. Digitalizar documentos institucionales.....	19
B. Clasificar los documentos.....	20
C. Resguardar los documentos en soportes de almacenamiento de datos.....	21
D. Usar el correo electrónico.....	22
Eje 4. Conservación de la Documentación	23
A. Prevenir el deterioro o alteración de los documentos.	23
B. Monitorear las condiciones ambientales.....	24
C. Implementar un control de plagas.....	25
D. Implementar acciones para la prevención de incendios.....	25
Eje 5. Acceso a la Información Pública	27
A. Administrar la Información	27



B. Realizar buenas Prácticas en el Sistema Institucional de Archivo..... 28

C. Publicación de Información Oficiosa..... 29

INTRODUCCIÓN

La Unidad de Gestión Documental y Archivo del Ministerio de Turismo, por mandato de ley, creará la presente Política Institucional de Gestión Documental, que regula la administración de documentos de interés institucional, social y que ayuden al acceso a la información, la cual deberá ser aprobada por el Titular.

La gestión documental es el proceso mediante el cual se administra el ciclo de vida de los documentos, desde su producción hasta su eliminación o conservación permanente. Una adecuada gestión documental contribuye a la eficiente toma de decisiones, control interno, transparencia y rendición de cuentas.

La creación de la Política Institucional de Gestión Documental, está fundamentada en la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP), artículos del 42 al 44 y los Lineamientos de Gestión Documental y Archivos del Instituto de Acceso a la Información Pública y la Normativa Nacional de Archivo del Archivo General de la Nación (AGN).

Los ejes que conforman esta política, establecen estrategias y líneas de acción que guían a los gestores de documentos a un buen manejo de los archivos, en todo su ciclo de vida. Así mismo, detalla los actores y sus responsabilidades para cumplir con la Política Institucional de Gestión Documental y Archivo. Por esta razón, la participación de todas las unidades es fundamental para el cumplimiento de los objetivos.

La Unidad de Gestión Documental y Archivo (UGDA), dirigirá el Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos (SIGDA), desarrollando las funciones y acciones detalladas en los artículos de la LAIP.

JUSTIFICACIÓN

El 17 de agosto de 2015, el Instituto de Acceso a la Información Pública (IAIP), publica los Lineamientos de Gestión Documental y Archivos, en el Diario Oficial No. 147, Tomo 408, donde el Lineamiento uno para la creación del Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos, artículo 3, inciso uno, mandata a los entes públicos a crear, por medio de la unidad organizativa responsable de la gestión documental, Políticas, Manuales y Prácticas que aseguren una adecuada gestión documental de toda la información que genera, reciba y conserve, independiente del formato en que se encuentren, a fin de evitar incurrir en las faltas muy graves referidas en el artículo 76 letras "a" y "f" de la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP).

El lineamiento antes mencionado, también establece que la información pública en poder de los entes obligados que se encuentra contenida en los documentos de archivo, tanto en papel como digital, así como otros soportes físicos y formatos que contienen la información, da testimonio de las funciones y actividades de los mismos. Mientras los documentos y archivos no estén debidamente organizados y se encuentren en malas condiciones, no se puede garantizar el acceso a la información pública y se ve afectada la agilidad y transparencia de los trámites, la toma de decisiones y el servicio a la población.

De conformidad al artículo "3" letras "e", "f" y "g" de la LAIP, son fines de la ley, modernizar la organización de la información pública, promover la eficiencia en las instituciones públicas relacionadas con el uso de tecnologías de información y comunicación, y la implementación del gobierno electrónico.

La Política Institucional de Gestión Documental y Archivo, será la normativa que establezca los lineamientos que regulen la gestión documental, desde los archivos de gestión, hasta su estado final en el archivo central.

Definición de la Política de Gestión Documental y Archivos

La Política de Gestión Documental y Archivos de MITUR, contempla ejes, estrategias y líneas de acción a asumir para el buen uso de la documentación.

Objetivos

- Implementar el Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos, para garantizar una adecuada organización, conservación, manejo y acceso de los documentos y archivos en sus diferentes fases.
- Establecer los lineamientos de conservación de documentos y archivos que se aplicarán durante todo el ciclo de vida de la documentación, para asegurar su buen estado y permanencia en el tiempo.
- Definir acciones puntuales que se implementarán, para lograr resultados positivos en la gestión documental a nivel institucional.
- Brindar el acceso a los documentos y archivos de la Institución, para la transparencia en la gestión pública.

Alcance

La presente Política Institucional de Gestión Documental y Archivo, es de uso y aplicación obligatoria para todas las Direcciones y Unidades del Ministerio de Turismo que produzcan o reciban documentación. Esta política establece los pasos que regulan la gestión documental, que incluyen los Lineamientos de Gestión Documental y Archivo. Así mismo, la implementación del Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos.

DEFINICIONES

Archivo Central:	Archivo administrativo que pertenece a la institución y en el cual se conservan todos los documentos generados durante un período determinado.
Archivo de Gestión:	Creado por las unidades productoras o generadoras para resguardar los documentos que sustentan las actividades diarias de la institución.
Depuración de Documentos:	Dstrucción del documento al cumplirse los plazos de conservación y carecer este de significación histórica.
Gestión Documental:	Conjunto de principios, métodos y procedimientos orientados a lograr una eficiente organización y funcionamiento de los archivos.
Índice Legislativo:	Herramienta que sintetiza la información sobre el contexto/jurídico normativo y el procedimental que afecta al organismo que se está analizando y que constituye el instrumento base para la realización de todo el proceso de organización Documental.
Lineamientos:	Directrices generales creadas por el Instituto de Acceso a la Información Pública y el Encargado de Archivo para la gestión documental y archivística Institucional.
Repertorio de Tipos y Series Documentales:	Instrumento archivístico que recoge de forma ordenada y sintética las series y tipos documentales definidas y validadas con las Unidades organizativas en el índice legislativo.



**Unidad de Gestión
Documental y Archivo:**

Unidad encargada del cumplimiento de los Lineamientos de gestión y Archivo.

Unidad Productora:

Departamentos con los que cuenta la institución, quienes generan documentos y son los responsables de su manejo en el archivo de gestión.

SIGLAS

AGN:	Archivo General de la Nación
CCD:	Cuadro de Clasificación Documental.
CISED:	Comité Institucional de Selección y Eliminación de Documentos.
IAIP:	Instituto de Acceso a la Información Pública.
LAIP:	Ley de Acceso a la Información Pública.
SIA:	Sistema Institucional de Archivos
SIGDA:	Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos.
TPCD:	Tabla de Plazos de Conservación Documental.
TYD:	Tabla de Valoración Documental.
UGDA:	Unidad de Gestión Documental y Archivos.

EJES DE LA POLÍTICA

La Política Institucional de Gestión Documental y Archivo del Ministerio de Turismo, está conformada por cinco ejes fundamentales para el buen manejo y tratamiento de la documentación en todo el proceso archivístico, que comprenden las tres fases del ciclo vital. Esto permite el fácil acceso a la información pública.

Eje I. Implementación del SIGDA

Se realizará a través de un conjunto integrado y normalizado de principios, políticas y prácticas que generen un buen manejo de los documentos y control en el sistema institucional de archivos, impulsando la participación de todas las unidades productoras del Ministerio de Turismo.

OBJETIVO

Garantizar una adecuada organización, conservación y manejo de los documentos y archivos para facilitar su acceso.

Estrategias para la implementación del SIGDA

A. Crear y utilizar instrumentos archivísticos

Para proporcionar instrumentos que reflejen las actividades que desarrolla la UGDA, facilitando la localización de los documentos que son el resultado de los procesos administrativos que se llevan a cabo.

Las líneas de acción para crear y utilizar instrumentos archivísticos son:

- Conocer las actividades que desarrollan las unidades productoras.
- Identificar las series y subseries documentales de las unidades productoras.
- Elaborar instrumentos archivísticos que incluyan procesos de identificación, diseño, uso, clasificación, ordenación, descripción, conservación y digitalización de documentos.
- Trabajar junto al CISED en el cumplimiento de los procedimientos de selección, valoración y eliminación documental.
- Promover entre el personal el uso de instrumentos archivísticos.

Responsabilidades para crear y utilizar instrumentos archivísticos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Conocer las actividades que desarrollan las unidades productoras.- Elaborar instrumentos archivísticos y someterlos a aprobación del Titular.- Difundir y divulgar los documentos normativos aprobados por el Titular, a todas las unidades productoras.
UAJ	<ul style="list-style-type: none">- Evacuar toda clase de consultas de carácter jurídico que, en materia archivística, se formulen.- Revisar los documentos normativos previa aprobación del Titular.
CISED	<ul style="list-style-type: none">- Realizar los procedimientos de selección, valoración y eliminación documental.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Cumplir con los lineamientos emitidos en los documentos normativos.

B. Organizar el Sistema Institucional de Archivos

Crease el Sistema Institucional de Archivos conocido como SIA, como un componente del SIGDA, está conformado por los Archivos de Gestión, Archivo Central y Archivos Especializados.

Las líneas de acción para organizar el Sistema Institucional de Archivos son:

- Crear los Archivos de Gestión, Archivo Central y Archivos Especializados bajo normativa de la UGDA.
- Realizar procesos de identificación de los documentos y archivos que genera y recibe la institución en el ejercicio de sus funciones.
- Asegurar el buen manejo de todos los documentos y archivos.
- Establecer procedimientos que regulen cada fase de la valoración de los documentos y archivos.

- Organizar el fondo documental acumulado que se encuentra en las unidades productoras.
- Llevar un control de los documentos existentes en cada uno de los tipos de archivos institucional.

Responsabilidades en organizar el Sistema Institucional de Archivos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Realizar procesos de identificación de los documentos que produce y recibe la institución.- Organizar el Archivo Central.- Inspeccionar el buen uso de los documentos y archivos de las unidades productoras.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Crear los Archivos de Gestión.- Organizar su documentación y hacer uso correcto de los mismos.- Administrar los archivos especializados que se generen, cuidando que su organización y conservación se realice bajo lineamientos del SIGDA.- Organizar el fondo documental acumulado con el apoyo de la UGDA.
CISED	<ul style="list-style-type: none">- Realizar las Tablas de Plazos de Conservación Documental.- Realizar procedimientos de eliminación documental.

C. Promover el buen uso, orden y limpieza del mobiliario de los archivos.

El mobiliario debe ser especialmente para el almacenamiento de la documentación de los archivos, permitiendo su cuidado y evitando daños a los documentos y materiales de soporte. Mantener una zona libre de polvo, permite una mayor conservación documental, evitando así, afectar al medio.

Las líneas de acción para promover el buen uso, orden y limpieza del mobiliario de los archivos son:

- Asegurar el buen funcionamiento y uso del mobiliario.
- Identificar y reportar daños en el mobiliario del archivo.
- Diseñar e Implementar un programa de limpieza y desinfección, de control del polvo y suciedad en espacios de conservación de los documentos (Archivo de Gestión, Archivo Central, Archivo Especializado).
- Establecer las necesidades y prioridades de mantenimiento, reparación o renovación que requiera el mobiliario.

Responsabilidades para promover el buen uso, orden y limpieza del mobiliario de los archivos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Diseñar un programa de limpieza.- Ejecutar el plan de limpieza.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Cumplir con las recomendaciones en el uso del mobiliario.- Cuidar y hacer buen uso del mobiliario.

D. Fortalecer a la UGDA con recursos necesarios para su gestión.

Equipar a la UGDA con mobiliario y elementos de protección para garantizar el resguardo y la conservación de la documentación y archivos.

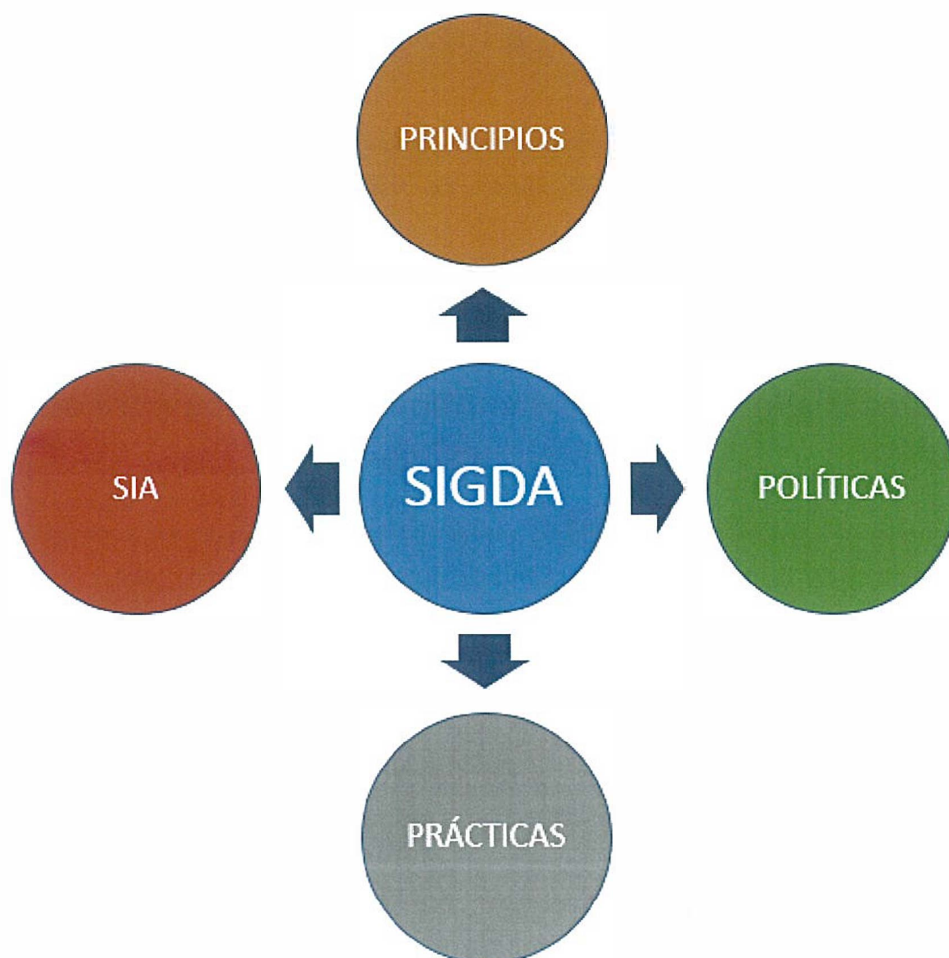
Las líneas de acción para fortalecer la UGDA con recursos necesarios para su gestión son:

- Proporcionar a la Unidad de Gestión Documental y Archivo, todo recurso que sea necesario como espacio físico adecuado, mobiliario y equipo tecnológico.
- Plantear las necesidades que requiere el archivo e incluirlas en los planes estratégicos de compras.
- Dotar de elementos de protección personal como guantes de látex o plásticos y tapabocas.

Responsabilidades para fortalecer a la UGDA con recursos necesarios para su gestión

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Solicitar la compra de materiales o mobiliario para archivo.- Verificar que el mobiliario se utilice para el fin que se ha adquirido.
Unidad Administrativa	<ul style="list-style-type: none">- Proporcionar el mobiliario y elementos de protección solicitado.



Eje 2. Gestión de la Documentación en su Ciclo Vital

Se realizarán gestiones que garanticen el mantenimiento de los archivos para preservarlos, ordenados y que sean accesibles, permitiendo obtener un uso adecuado en las tres fases documentales.

OBJETIVO

Gestionar el manejo de la documentación y archivo de acuerdo a sus tres fases para lograr un sistema de resguardo y conservación, ordenado y accesible.

Estrategias para la gestión de la documentación en su ciclo vital

A. Manejar los Archivos de Gestión.

Los Archivos de Gestión están conformados por los documentos que maneja cada unidad productora. Estos son parte de la gestión administrativa y su ciclo de vida es de cinco años.

Cada unidad productora es la encargada de brindar un tratamiento adecuado al archivo que maneja y estará en su poder hasta que termine su plazo.

Las líneas de acción para el manejo de los archivos de gestión son:

- Clasificar, ordenar e identificar la documentación de su dependencia en series documentales, las cuales serán generadas con base en su origen orgánico.
- Vigilar el proceso de administración, custodia y conservación de la documentación de su archivo de gestión, según las técnicas de archivo que establece la dirección del SIGDA.
- Realizar los procesos de recepción documental hacia el Archivo Central de acuerdo a las TPCD.

Responsabilidades para manejar los Archivos de Gestión

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Crear los manuales que permitan establecer los procedimientos a realizar para una adecuada gestión documental.- Realizar reuniones o capacitaciones sobre la gestión documental.- Supervisar la organización de los archivos por parte de las unidades productoras.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Clasificar, ordenar e identificar la documentación de acuerdo a series documentales.- Participar en las reuniones o capacitaciones impartidas por la UGDA o el IAIP.- Elaborar un inventario de la documentación que se genera.- Actualizar Cuadro de Clasificación Documental cuando sea necesario.- Realizar los respectivos procedimientos para la recepción, valoración y eliminación documental.

B. Gestionar el manejo del Archivo Central.

El Archivo Central almacena toda la documentación de las unidades productoras cuando ya han cumplido su plazo en el Archivo de Gestión. En esta fase se debe velar por el cumplimiento de los procesos de préstamo de los archivos y la conservación de los mismos.

Las líneas de acción para gestionar el tratamiento del Archivo Central son:

- Optimizar el funcionamiento del Archivo Central.
- Realizar el proceso de recepción documental.
- Resguardar y conservar la documentación del Archivo Central.
- Gestionar el préstamo y devolución de la documentación que se encuentra almacenada en el Archivo Central.
- Administrar adecuadamente los documentos, acorde a las normativas de la institución.

Responsabilidades para gestionar el manejo del Archivo Central

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar normativa de recepción y préstamo de documentación.- Custodiar el Archivo Central.- Atender la solicitud de recepción o préstamo de la Documentación del Archivo Central.- Monitorear la devolución de los documentos que hayan sido objeto de préstamo.- Disponer de la documentación organizada para su pronta localización.- Actualizar los instrumentos de control y consulta de acuerdo a normativas de la institución.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Solicitar recepción o préstamo de la documentación del Archivo Central.- Devolver la documentación bajo el tiempo y las normas establecidas.

C. Acceso a las instalaciones del Archivo Central.

El Archivo Central resguarda toda la documentación que ha cumplido su función en el Archivo de Gestión. Sus instalaciones son de acceso restringido para la seguridad y conservación de los documentos.

Las líneas de acción para acceder a las instalaciones del Archivo Central son:

- Establecer reglas de seguridad para el resguardo de los documentos.
- Establecer reglas de ingreso a las instalaciones, restringiendo elementos que puedan dañar el archivo o mobiliario.

Responsabilidades para el acceso a las instalaciones del Archivo Central

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Asegurar que el Archivo Central permanezca bajo llave.- Establecer reglas de ingreso a las instalaciones y seguridad.- Custodiar lo que ingresa y sale del Archivo Central.
--------------------------------------	---

D. Gestionar el manejo del Archivo Especializado.

El Archivo Especializado maneja expedientes propios del servicio que presta la institución, requieren de un depósito, medidas de protección y conservación especiales para su administración.

Las líneas de acción para gestionar el manejo del Archivo Especializado son:

- Establecer un espacio adecuado para el resguardo de los archivos.
- Clasificar, ordenar e identificar los archivos especializados.
- Manejar los archivos especializados de forma discreta y profesional.
- Custodiar los archivos que se encuentren en la unidad productora o en la UGDA.

Responsabilidades para gestionar el manejo del Archivo Especializado

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Manejar los archivos especializados de forma discreta y profesional.- Custodiar los archivos.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Clasificar, ordenar e identificar los archivos especializados.- Manejar los archivos especializados de forma discreta y profesional.- Custodiar los archivos.

Eje 3. Gestión Documental Electrónica

Para el uso de las tecnologías de la información, se realizarán procesos que garanticen una buena gestión en la digitalización de documentos, clasificación y resguardo.

OBJETIVO

Realizar procedimientos que garanticen la gestión y resguardo adecuado de los documentos digitales.

Estrategias para la Gestión Documental Electrónica

A. Digitalizar documentos institucionales.

La documentación que genere cada unidad productora de la institución, deberá ser digitalizada y resguardada en la nube institucional.

Las líneas de acción para digitalizar los documentos institucionales son:

- Implementar proyectos de digitalización de documentos.
- Realizar las gestiones para la contratación de servicios de digitalización en caso de no contar con personal debidamente capacitado para realizarlo.
- Llevar un control de los documentos digitalizados.
- Optimizar procesos mediante flujos de trabajo.
- Crear e implementar el sistema de gestión de documentos electrónicos.

Responsabilidades para digitalizar documentos institucionales

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Gestionar la aprobación de proyectos de digitalización de documentos.- Llevar el control de la documentación digitalizada.- Resguardar en la nube institucional la documentación digitalizada.- Coordinar con el jefe de la Unidad de Informática, la creación e implementación del sistema de gestión de documentos electrónicos.
--------------------------------------	---

Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Determinar los documentos de gestión que pueden ser digitalizados.- Resguardar en la nube institucional la documentación digitalizada.- Llevar un inventario de la documentación digitalizada.- Proporcionar información a la UGDA.
-----------------------------	--

B. Clasificar los documentos.

Para facilitar el acceso a los documentos, es necesario clasificarlos de acuerdo a la serie y subseries a las que pertenecen. La UGDA se encarga de llevar un control de todas las series documentales de cada unidad productora y en base a ello, se realizará su clasificación.

Las líneas de acción para clasificar los documentos son:

- Realizar prácticas que permitan ordenar, clasificar e identificar los documentos de acuerdo a los instrumentos archivísticos.
- Elaborar diagramas de flujo entre las unidades administrativas que intervengan en el trámite de un mismo expediente, para lograr economía procesal.
- Mantener actualizada las carpetas de información correspondiente en cada serie y subserie.

Responsabilidades para clasificar los documentos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar el Cuadro de Clasificación Documental.- Elaborar un índice Legislativo y Repertorio de Tipos y Series Documentales.- Elaborar diagramas de flujo entre las unidades administrativas que intervengan en el trámite de un mismo expediente, para lograr economía procesal.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Ordenar y clasificar las carpetas de acuerdo al Cuadro de Clasificación Documental.- Describir los documentos para su fácil identificación.- Mantener actualizada las carpetas de información

- Cooperar a la UGDA en las acciones derivadas de esa estrategia y líneas de acción.

C. Resguardar los documentos en soportes de almacenamiento de datos.

Un soporte digital para el resguardo de información, permite mantener la documentación por muchos años y fuera de daños que se puedan generar.

Las líneas de acción para resguardar los documentos en soportes de almacenamiento de datos son:

- Promover el uso de herramientas tecnológicas.
- Realizar prácticas de almacenaje que garanticen el orden, identificación, fácil acceso y seguridad de los documentos.
- Crear prácticas de seguridad de los soportes de almacenamiento óptico.
- Garantizar que los mensajes con valor documental sean conservados para su futuro acceso.

Responsabilidades para resguardar los documentos en soportes de almacenamiento de datos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Resguardar los soportes de almacenamiento óptico de lugares húmedos, con incidencia de iluminación solar o cualquier otro que lo pueda dañar.- Resguardar la información digitalizada.
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Almacenar la información en DVD o cualquier otro tipo de soporte de almacenamiento de datos, nombrado de acuerdo a su contenido y unidad productora.- Transferir una copia de la documentación al encargado de archivo.- Integrar los archivos en papel, documentos electrónicos y bases de datos.

D. Usar el correo electrónico.

El correo electrónico es un servicio de red que permite recibir y enviar mensajes, requiere se utilice con responsabilidad para evitar accidentes en el manejo de la información.

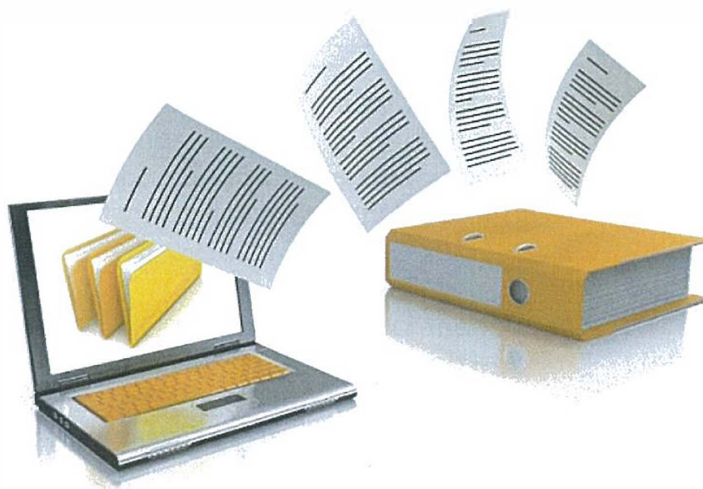
Las líneas de acción para el uso del correo electrónico son:

- Realizar buenas prácticas en el envío y recepción de mensajes.
- Ser responsable en el uso del correo electrónico institucional.
- Determinar la necesidad de impresión de correos electrónicos.

Responsabilidades para el uso del correo electrónico

Responsabilidades

Responsabilidades	
Unidades Productoras	<ul style="list-style-type: none">- Utilizar el correo asignado para envío y recepción de información institucional.- Evitar el uso del correo electrónico con fines personales.- Imprimir correos electrónicos si es necesario.



Eje 4. Conservación de la Documentación

Se realizarán actividades que garanticen la conservación documental, detectando factores internos o externos que puedan surgir.

OBJETIVO

Implementar procedimientos que aseguren la conservación e integridad física de los documentos.

Estrategias para la conservación de la documentación

A. Prevenir el deterioro o alteración de los documentos.

Para la prevención del deterioro o alteración de los documentos, se requiere implementar acciones que aseguren su conservación.

Las líneas de acción para prevenir el deterioro o alteración de los documentos son:

- Crear e implementar un plan integrado de conservación de documentos.
- Identificar factores de deterioro o alteración de los documentos y los recursos de la institución con los que se pueden superar los mismos, para su posterior inclusión en el plan de compras.
- Minimizar el deterioro de los documentos en cualquier soporte, entre otras.
- Preparar procedimientos a seguir para prevenir posibles daños a los documentos.

Responsabilidades para prevenir el deterioro o alteración de los documentos

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Crear e implementar un plan integrado de conservación de documentos.- Realizar inspecciones en el Archivo Central.- Identificar factores que ponga en peligro la documentación.- Identificar los recursos institucionales para superar los factores de riesgo.- Elaborar un plan de compras, de ser necesario.
--------------------------------------	--

**Comité
Institucional de
Seguridad y Salud
Ocupacional**

- Crear e implementar un plan integrado de conservación de documentos.
- Realizar inspecciones en el Archivo Central.

B. Monitorear las condiciones ambientales.

El ambiente puede ser perjudicial para la documentación. Evitar los riesgos, permitirá la conservación de la documentación durante todo el ciclo de vida.

Las líneas de acción para monitorear las condiciones ambientales son:

- Gestionar las capacitaciones para realizar las mediciones de las condiciones ambientales.
- Establecer un programa de limpieza permanente en las áreas de trabajo y depósitos documentales.
- Adecuar las condiciones ambientales como la iluminación, temperatura, humedad y ventilación.

Responsabilidades para monitorear las condiciones ambientales

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Gestionar las capacitaciones para realizar las mediciones de las condiciones ambientales.- Realizar limpieza en las áreas de trabajo y depósitos Documentales del Archivo Central.
Comité Institucional de Seguridad y Salud Ocupacional	<ul style="list-style-type: none">- Evaluar las condiciones ambientales en el Archivo Central.- Identificar posibles daños en la infraestructura que provoquen filtraciones de agua a la instalación.- Informar a quien corresponda o al Titular sobre posibles daños en la infraestructura.

C. Implementar un control de plagas

Deben aplicarse medidas preventivas y de control de plagas, empleadas de forma periódica para evitar la presencia de insectos y roedores que puedan generar una plaga.

Las líneas de acción para implementar un control de plagas son:

- Elaborar un instrumento donde se incluyan las acciones de control de plagas.
- Realizar las gestiones para la contratación de servicios de control de plagas que permitan realizar 2 fumigaciones al año para prevenir y mantener un control de plagas.
- Dar seguimiento a las acciones realizadas para el control de plagas.

Responsabilidades para implementar un control de plagas

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar un instrumento donde se incluyan las acciones de control de plagas.- Realizar las gestiones para la contratación de servicios de control de plagas.
--------------------------------------	---

D. Implementar acciones para la prevención de incendios

La finalidad de esta estrategia, es garantizar la protección de los documentos y archivos, asegurando su conservación de por vida.

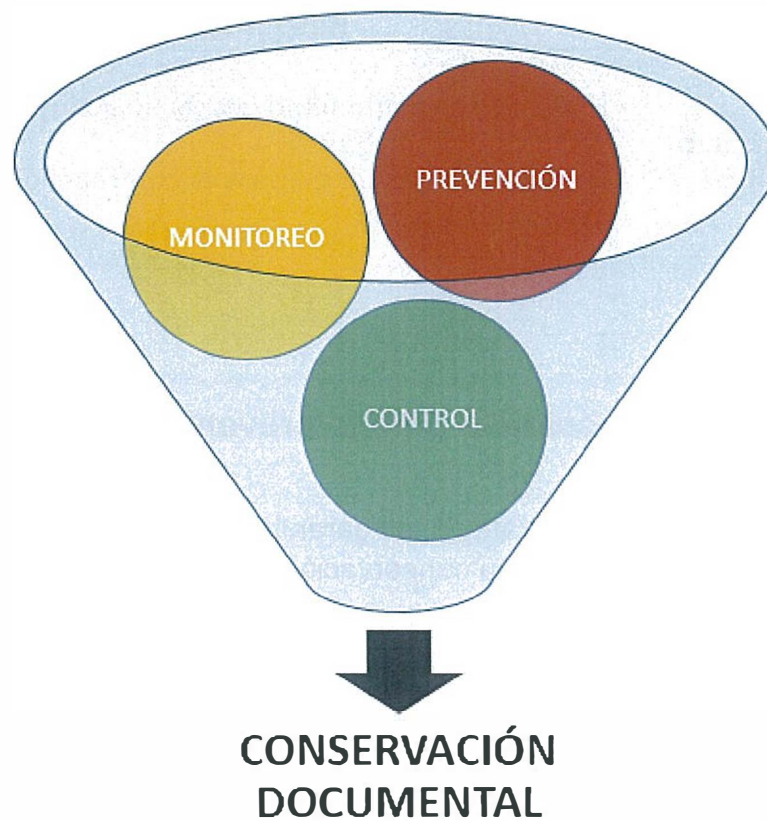
Las líneas de acción para implementar acciones para el control de incendios son:

- Gestionar capacitaciones para el personal de la institución sobre la prevención y manejo de incendios.
- Implementar un plan de prevención de incendios.
- Asegurar la buena condición de los aparatos eléctricos.
- Evitar acciones que puedan provocar incendios.

Responsabilidades para implementar acciones para la prevención de incendios

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Crear e implementar un plan de prevención de incendios en coordinación con el Comité Institucional de Seguridad y Salud Ocupacional.- Inspeccionar y detectar acciones de peligro.
Unidad Administrativa	<ul style="list-style-type: none">- Gestionar las capacitaciones para el personal de la institución en el manejo de incendios.- Proveer y distribuir a las unidades productoras extintores de fuego.



Eje 5. Acceso a la Información Pública

En el combate a la corrupción, la gestión documental es fundamental para el acceso a la información pública, brindando a la población toda la información de las actividades que se desarrollan en la institución.

OBJETIVO

Dar a conocer las disposiciones que se toman en el Ministerio de Turismo para contribuir a la transparencia de la información pública.

Estrategias para el acceso a la información pública

A. Administrar la Información

Los sistemas de gestión documental facilitan el acceso a la información pública.

Las líneas de acción para administrar la información son:

- Elaborar inventarios y actas de entrega de la documentación de administraciones anteriores.
- Conservar la documentación e instrumentos de gestión documental de administraciones anteriores.
- Elaborar e implementar medidas de protección y difusión de la Información Pública.

Responsabilidades para administrar la información

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional	<ul style="list-style-type: none">- Implementar medidas de protección de la documentación.- Conservar la documentación e instrumentos de gestión documental de administraciones anteriores.
Jefatura Unidad Productora	<ul style="list-style-type: none">- Elaborar inventarios y actas de entrega.

Oficial de Información

- Elaborar medidas de protección y difusión de la Información Pública.

B. Realizar buenas Prácticas en el Sistema Institucional de Archivo

Se reconoce la importancia de establecer metas que garanticen la correcta y ordenada implementación de todas las fases de la gestión documental. En el proceso, deben participar los generadores de documentación, es por ello que se recurre a normar y formar en cuanto a la importancia del buen manejo de los archivos.

Las líneas de acción para las buenas prácticas en el Sistema Institucional de Archivos son:

- Promover una cultura organizacional orientadas al eficiente manejo de los documentos para la oportuna toma de decisiones.
- Promover buenas prácticas para la preservación de documentos con valor histórico.
- Elaborar los instrumentos archivísticos para el debido funcionamiento y control de los documentos.
- Clasificar la documentación de acuerdo al Cuadro de Clasificación Documental.
- Elaborar, actualizar y utilizar permanentemente el Inventario Documental.
- Optimizar los recursos con los que se cuenta.
- Documentar los procesos y procedimientos archivísticos.
- Priorizar el uso de la tecnología para el envío de información.

Responsabilidades para realizar buenas prácticas en el Sistema Institucional de Archivo

Responsabilidades

Jefe de Archivo Institucional

- Promover buenas prácticas para la preservación de documentos.
- Elaborar, actualizar y utilizar permanentemente el Inventario Documental.

	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar los instrumentos archivísticos. - Documentar los procesos y documentos archivísticos.
<p>Unidades Productoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificar la documentación de acuerdo al Cuadro de Clasificación Documental. - Elaborar, actualizar y utilizar permanentemente el Inventario Documental. - Optimizar los recursos con los que se cuenta. - Priorizar el uso de la tecnología para el envío de información.

C. Publicación de Información Oficiosa

Se reconoce la importancia de una adecuada gestión documental que garanticen el acceso a la información pública.

Las líneas de acción de la Publicación de Información Oficiosa son:

- Publicar en el Portal de Transparencia los documentos que certifiquen la gestión documental realizada (Cuadro de Clasificación Documental, Tablas de Plazo de Conservación Documental, Guía de Archivo, Actas de Eliminación Documental, Plan Operativo Anual).
- Asegurar la organización de la documentación a publicar.

Responsabilidades para la publicación de información oficiosa

Responsabilidades

<p>Jefe de Archivo Institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar instrumentos archivísticos (Cuadro de Clasificación Documental, Tablas de Plazo de Conservación Documental, Guía de Archivo, Actas de Eliminación Documental, Plan Operativo Anual).
<p>Unidad de Acceso a la Información Pública</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicar en el Portal de Transparencia instrumentos archivísticos.



TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

El Salvador

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	1
Un turismo transversal sin fronteras ideológicas	2
Participación ciudadana incluyente, abierta transparente	4
Importancia del turismo para el país	5
Turismo: Impulsor de la economía	6
Turismo: Oportunidades para todos	6
Turismo: Valorador del patrimonio	6
Turismo: Motivo de orgullo	6
Turismo: Imagen que inspira	6
TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL SALVADOR	7
Dimensión de los impactos del turismo en el mundo	8
Planificación activa	10
El turismo seguirá creciendo y diversificándose	12
Más allá de la economía	14
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	18
EJES ESTRATÉGICOS	20
Eje I. Planificando en armonía	21
Eje II. Gestión con responsabilidad	29
Eje III. Turismo accesible e incluyente	39
Eje IV. Conocimiento como base de la sostenibilidad	44
Eje V. Planificación con capacidad de respuesta al cambio	55
RESUMEN	62



PRESENTACIÓN

Hablar de sostenibilidad es hablar de una visión de futuro que implica un esfuerzo constante de planificación para orientar la toma de decisiones enérgicas de manera que el desarrollo turístico de los destinos y regiones del país genere beneficio social, incremente el ingreso de los pobladores locales y asegure la revitalización los ecosistemas locales.

Desde el año 2015, con la publicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el compromiso del país y del turismo es aún mayor, porque no solo debemos cuidar lo nuestro, sino contribuir a alcanzar las grandes metas globales que requieren la intervención decidida de todos los actores que intervienen en la gestión local.

Objetivos de desarrollo sostenible



El turismo sostenible se reconoce hoy como una opción viable y asequible para lograr un desarrollo armónico e incluyente, que beneficie a los grupos más vulnerables a través de la generación de ingresos, la creación de empleos, la educación, el suministro de bienes y servicios a las comunidades locales y los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, además de participar en la revitalización de los ecosistemas terrestres y marinos. Es así que se considera una actividad capaz de coadyuvar a lograr en diferentes medidas cada uno de los diecisiete ODS que proponen la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

En El Salvador se tienen todas las condiciones para que el desarrollo del turismo se convierta en un asunto de interés nacional y una política de Estado, si se asume su naturaleza de acción en el territorio e interrelación con la localidad bajo los tres componentes de la sostenibilidad: crecimiento económico, bienestar social y protección ambiental.

A través del Programa Pueblos Vivos, que ha sido definido por el PNUD como “una estrategia turística para el desarrollo humano”, se ha logrado progresivamente la participación e involucramiento de la población en su propio desarrollo a través del turismo, revitalizando la imagen de los pueblos y el cuidado de los ecosistemas, a través de la organización social y el trabajo compartido desde una visión transideológica que procura unir a los diferentes sectores y actores para el progreso de las comunidades locales y el país en su conjunto.

La Política de Turismo y Planificación para el Desarrollo Sostenible enfatiza en la necesidad de establecer una relación armoniosa entre el turismo y la naturaleza, planteando estrategias y líneas de acción para profundizar en la inclusión social y la transversalidad la gestión turística, desde la evaluación multidimensional de sus impactos, hasta el diseño, operación y la comercialización de una oferta turística que sirva como base para el fortalecimiento de una actividad turística más competitiva, innovadora y resiliente.

Esta Política ha sido denominada Política Marco, lo que significa que los principios rectores de la misma deben ser aplicables no sólo a los Ejes Estratégicos de esta Política, sino a todas las demás políticas públicas desarrolladas y que se desarrollarán, con el objetivo de garantizar que la sostenibilidad sea transversal y quede contenida en toda política pública, plan, programa o actividad de los entes públicos, privados o sociales del país que influyen en el desarrollo del sector.

La Política de Turismo y Planificación para el Desarrollo Sostenible 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

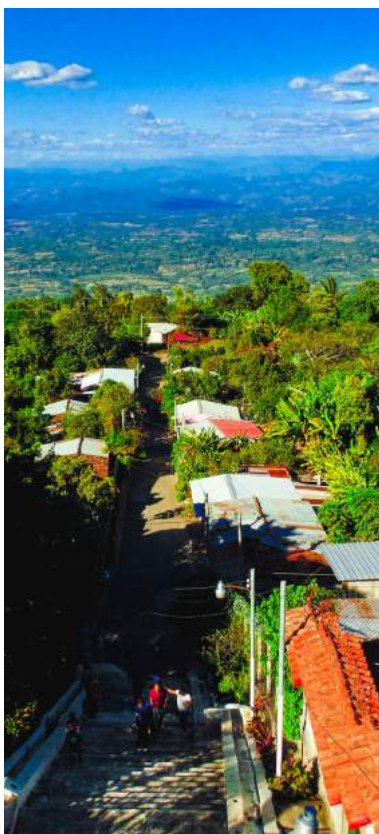
Al ser una política de Estado transversal y transideológica convoca a los actores públicos, privados y sociales que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de organización, inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad frente a los constantes cambios del entorno 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:

Establecer mecanismos de planificación para impulsar el aprovechamiento económico de los bienes públicos para mejorar el bienestar de los salvadoreños con un enfoque de sostenibilidad.



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 PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL SALVADOR

El turismo se ha convertido en una de las actividades más dinámicas a nivel mundial. En la actualidad es la tercera actividad económica por el valor de sus exportaciones, sólo detrás de petróleo y de la industria de productos químicos; genera alrededor del 10% de Producto Interno Bruto (PIB) global, produce 1 de cada 11 empleos y representa el 30% del valor total de

las exportaciones del sector servicios. En más de 60 países el turismo es la principal actividad económica exportadora y en 150 países figura entre las primeras cinco; también representa la mayor fuente de divisas para un tercio de las economías en desarrollo y para la mitad de los países considerados menos desarrollados (OMT, 2018).

Turismo Global

10% del PIB mundial

7% de exportaciones

+ de 1,300 millones de turistas internacionales

Entre 5,000 y 6,000 millones de turistas domésticos

1 de cada 11 empleos

Dimensión de los impactos del turismo en el mundo

Desde 2009 el turismo internacional ha tenido un crecimiento continuo tanto en el número de visitantes como en la magnitud de los ingresos que genera. En el año 2012 se superó la cifra de 1,000 millones de turistas viajando por el mundo, en 2017 la cifra superó los 1,300 millones de personas, y las previsiones de crecimiento a futuro indican que para el año 2030 la magnitud de turistas internacionales será cercana a 1,800 millones, ello como consecuencia de tasas promedio de crecimiento anual entre 4% y 5% que se han registrado en la última década (OMT, 2018).

El crecimiento del número de visitantes internacionales y de ingresos generados por el turismo ha sido particularmente acelerado en países con economías emergentes y en desarrollo. En 1995 el porcentaje de llegadas de turistas a esos países representó el 35.6% del total mundial y para 2017 esa cifra llegó al 45.1%. Este crecimiento ha provocado que diversas organizaciones están orientando sus esfuerzos a buscar mecanismos que permitan que el flujo de turistas genere más oportunidades para las comunidades receptoras, al tiempo que se atenúan los impactos

negativos de la actividad en el entorno natural y cultural.

Si bien el turismo es una actividad económica muy importante, también el desarrollo de la misma, es responsable de impactos ambientales y sociales relevantes; es uno de los sectores con más alto consumo de recursos naturales; por ejemplo, produce alrededor de 35 millones de toneladas de residuos sólidos por año, es responsable de 5% de las emisiones de gases efecto invernadero a nivel global, tiene un excesivo consumo de agua potable (de 100 hasta 2,000 litros de agua por huésped noche) en comparación con el consumo residencial (UNEP, UNWTO, 2012); y en caso de ser mal gestionado, es causante de impactos negativos en la biodiversidad marina y terrestre, así como afectaciones para las culturas locales y su patrimonio.

La ausencia de una planificación del desarrollo del sector con visión de sostenibilidad ha dado lugar en diversas partes del mundo al surgimiento de destinos que sobreexplotan sus recursos naturales, que culminan dando malos servicios a los visitantes,

como por ejemplo la inadecuada disponibilidad de agua potable o de calidad de la vialidad y del aire.

La falta de una planeación del desarrollo turístico también ha tenido consecuencias en la gestación de conglomerados con severos problemas de urbanismo, especulación inmobiliaria y con los espacios públicos, hacinamiento de la población, severas desigualdades en la distribución de los beneficios económicos e incluso inseguridad.

El reconocimiento de estos impactos negativos ha permitido establecer medidas para controlarlos y llamado la atención a autoridades, estudiosos y grupos de activistas, por lo que es fundamental generar nuevos modelos de evaluación y fórmulas para incidir en esta realidad, ya que de no hacerlo, la competitividad y rentabilidad de la actividad también se deteriora, pues el turista también ha cambiado. Al estar expuesto a una gran cantidad de información sobre los problemas ambientales y sociales en el mundo,

ha cambiado hábitos en su modo de vida en general, lo que ha repercutido en sus viajes. El turista es cada vez más consciente a la hora de vacacionar, y que en sus criterios de selección de destinos y empresas turísticas el tema sostenibilidad es cada vez más importante.

Y los destinos y empresas han respondido a este reto; hoy existe gran cantidad de destinos certificados por organismos internacionales y nacionales, así como diversos esquemas de certificación de la sostenibilidad a nivel global, regional y local.

Es cada vez más frecuente encontrar desarrollos turísticos sostenibles, que se sustentan en la divulgación de la diversidad cultural y de las costumbres locales, en la variedad gastronómica y de las artesanías, aprovechando sitios arqueológicos e históricos, paisajes y ecosistemas únicos, convirtiendo al turismo en una fuente de ingresos y desarrollo colectivo con más impactos positivos que negativos.



Un ejemplo que se extiende cada vez más es el del aprovechamiento sostenible de las áreas naturales protegidas, que promueven el turismo recreativo, cultural y ecológico generando recursos para que las comunidades que los poseen además de obtener ingresos para atender sus necesidades, pueda invertir en su conservación y preservación.

El cambio de visión de trabajo individual a trabajo de destino con una visión conjunta, de territorio y de colaboración, ha sido una constante en los últimos años en el sector turístico global.

Es así que la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha identificado que cuando el turismo es gestionado de manera adecuada, es una actividad generadora de paz y comprensión cultural, una herramienta en la lucha

contra la pobreza e incluso un motor para la conservación de la diversidad biológica.

Bien manejado, turismo sostenible no solo no atenta contra el medio ambiente y la reproducción de los ecosistemas y su diversidad biológica, sino que incluso puede contribuir a la preservación de costumbres y recursos culturales, de paisajes, biodiversidad y ecosistemas a través del progreso económico y social en condiciones de inclusión social y mayor equidad en la distribución de sus beneficios, siempre que se realice bajo una planeación con visión de estado.

Planificación activa

La dimensión de los impactos del turismo hace necesario que la planificación de su desarrollo se asuma como un asunto de interés nacional. A todo mundo beneficia una planeación del desarrollo del sector que impulse el aprovechamiento pleno de todo el potencial de atracción de los bienes públicos para visitantes nacionales e internacionales, que a su vez se convierta en un motor de atracción de la inversión privada y del desarrollo de los mercados de bienes y servicios para el sector. Sin embargo, de no ser adecuadamente previstos y bien manejado puede tener efectos negativos, cargas económicas para la comunidad y para la sociedad e impactos ambientales en ocasiones irreversibles. Desde la perspectiva económica, un desarrollo no planificado puede producir externalidades negativas y gastar más de lo que produce a las comunidades locales y al país en su conjunto.



Es por ello que la creación de una nueva política turística basada en la planificación para su desarrollo sostenible es un asunto primordial para lograr los objetivos de una gestión gubernamental exitosa y es cada vez más un tema de interés nacional.

La definición conceptual para el desarrollo sustentable del turismo que hoy rige todas

las actividades turísticas a nivel global ha sido difundida por la OMT. Las directrices presentadas en el siguiente cuadro deben estar presentes en cualquier proyecto que se implemente para esta actividad, pues la sostenibilidad no se limita a un determinado segmento turístico, sino que debe permear en todos ellos.

Directrices para el desarrollo sostenible del turismo y prácticas de gestión sostenible

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, humano, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas cuatro dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por tanto el turismo sostenible debe:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia interculturales.
- Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- Garantizar que el humano que interviene en la actividad turística pueda vivir en su máximo potencial y llevar una experiencia creativa de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Y también, el desarrollo sostenible del turismo exige:

- La participación informada de todos los agentes relevantes
- Liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso.
- El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.
- El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Actualmente el turismo sostenible ha pasado de ser solo una tendencia a convertirse en un asunto de competitividad turística. El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo Global elaborado por el Foro Económico Mundial cuenta, dentro de sus 14 pilares, se vincula con al menos 4 relacionados directamente con la sostenibilidad. El turista también ha cambiado; al estar expuesto a una gran cantidad de información sobre los problemas ambientales y sociales en el mundo, ha cambiado hábitos en su modo de vida en general, lo que ha repercutido en sus viajes. Son diversos los estudios que muestran que el turista es cada vez más consciente a la hora de vacacionar, y que en sus criterios de selección de destinos y empresas turísticas el tema sostenibilidad es importante.



Y los destinos y empresas han respondido a este reto; hoy existe gran cantidad de destinos certificados por organismos internacionales y nacionales, así como diversos esquemas de certificación de la sostenibilidad a nivel global, regional y local.

El cambio de visión de trabajo individual a trabajo de destino con una visión conjunta, de territorio y de colaboración, ha sido una constante en los últimos años en el sector turístico global.

El turismo seguirá creciendo y diversificándose

Desde luego que la creciente integración económica internacional, con la apertura de los países a los mercados internacionales de bienes y servicios, ha sido una de las principales causas de la movilidad de turistas.

Pero además del requisito de estabilidad económica y crecimiento del PIB, existen otras variables muy importantes para entender la evolución del turismo en la última década a nivel global, entre las principales causas de su dinamismo se encuentra la transformación demográfica en el planeta.

Mientras que los países con economías emergentes y los menos desarrollados están transitando desde finales del siglo pasado hacia una población de jóvenes como consecuencia de la reducción de sus tasas de crecimiento demográfico, los países más desarrollados, con crecimientos demográficos en el entorno de las tasas de reposición, tienen ahora una proporción muy significativa de su población en la tercera edad.

Además del turismo de negocios impulsado por la globalización, los jóvenes y los adultos mayores suelen tener una elevada proclividad a viajar, desde luego por diferentes incentivos. Ambos grupos suelen tener una mayor elasticidad de ingreso de demanda de servicios turísticos que la población de edad intermedia la cual tiene mayores compromisos familiares, profesionales y laborales que limitan su movilidad, o no han logrado acumular los ahorros o crear fuentes de ingresos que les permitan disfrutar del turismo de la misma manera que los jóvenes y los adultos mayores.

Desde luego que las actividades que desarrolla cada uno de estos grupos de edad en sus viajes y los servicios que requieren son muy diferentes, pero ambos son cada vez más exigentes en calidad de los bienes y servicios que busca y en la atención que desean obtener.

Ello permite explicar por qué el turismo en el mundo además de crecer a tasas superiores al crecimiento promedio de la economía mundial, también se ha diversificado significativamente en todos los aspectos. En la actualidad

no solo el turismo de sol y playa tiene relevancia. Las actividades de turismo de aventura, turismo ecológico y de naturaleza, turismo cultural y religioso, turismo de retiro y médico, son también importantes. Los turistas se han convertido en viajeros multimodales que no se conforman con un solo estilo de viaje, sino buscan, cada vez más, diferentes alternativas en el tiempo que les dedican.

También es cada vez más importante ofrecer bienes y servicios atractivos para empresas y grupos corporativos, en condiciones competitivas y de calidad, para que puedan realizar reuniones de trabajo con sus empleados y sus clientes bajo las mejores condiciones y a costos atractivos. En este ámbito, los grupos empresariales que disfrutaban de los servicios y bienes que ofrecen los sitios turísticos pueden transformarse ellos mismos en socios o inversionistas de nuevos desarrollos turísticos.

Además del desarrollo de la infraestructura y de la conectividad que acompañan al crecimiento de las economías de las últimas décadas, otra de las causas modernas que explican el desarrollo acelerado del sector turístico ha sido el profundo cambio tecnológico, el cual permite acceder al instante a la información e imágenes de las más diversas alternativas para viajar, información que facultan al turista potencial para determinar casi al instante con elevada certidumbre cuántos recursos monetarios necesita y qué alternativas se le ofrecen para realizar el viaje deseado, adecuado a sus posibilidades financieras y, sobre todo, que satisfaga sus gustos, costumbres, creencias e intereses.

Más allá de la economía

En el mundo están quedando atrás aquellas concepciones que justificaban el crecimiento económico, incluyendo el promovido por el sector turístico, basado en el uso indiscriminado y la sobreexplotación de los recursos naturales, sin asumir los límites de su reproductividad y los requisitos de su conservación, y que afirmaban que el bienestar social sería una consecuencia automática de todo tipo de inversión y de cualquier forma de crecimiento económico.

El desarrollo del sector turístico debe contribuir a mejorar las condiciones de vida de las localidades beneficiadas, muchas veces poseedoras de los recursos naturales y culturales que atraen al visitante, contribuye al desarrollo de la infraestructura, las comunicaciones y la conectividad, y también da lugar al surgimiento de una gran variedad de actividades

económicas que promueven el surgimiento y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas.

Pero el desarrollo del sector turístico debe contemplarse no solo como un objetivo de carácter económico, sino también de integración social y bienestar colectivo. Como lo han demostrado muchos casos de planeación y gestión exitosa del aprovechamiento de los ecosistemas y de las bellezas de la naturaleza, de los sitios históricos, de las festividades religiosas locales, de las manifestaciones culturales, de las ruinas arqueológicas, de los eventos deportivos, de las costumbres ancestrales, de las artesanías y diversidad gastronómica, y de muchos otros medios para atraer visitantes nacionales e internacionales, el desarrollo del sector turístico además de sus beneficios económicos, contribuye también a la integración social y cultural de la comunidad y de una nación. La contribución del desarrollo del sector turístico a la integración social y cultural



de una comunidad e incluso de un país proviene de compartir intereses comunes por proteger y fortalecer la imagen ante el visitante y por esforzarse en ofrecer los mejores servicios y el trato más amable, para que los turistas nacionales e internacionales regresen y se conviertan en activos promotores del lugar entre sus redes familiares y sociales locales, nacionales y del exterior.

Un elemento fundamental de la contribución del sector turístico al desarrollo económico y social de la comunidad y de una nación, es su característica sustantiva de que, más allá de los servicios privados que se ofrecen para la alimentación, hospedaje, transportación y diversión del visitante, en la gran mayoría de los casos los principales atractivos para el turista nacional e internacional casi siempre son bienes públicos, como las playas, lagunas o ríos, las bellezas naturales, la riqueza de la biodiversidad, de los ecosistemas y de los paisajes, de

los sitios arqueológicos, las costumbres culturales, las características de la gastronomía y de las artesanías, al igual que los museos o las iglesias, conventos y demás sitios históricos.

Todo ello significa que la comunidad directamente beneficiada por el turismo nacional e internacional, y la sociedad en su conjunto, tienen un interés común porque el desarrollo del sector se realice bajo condiciones de regulación, protección y conservación de todos esos bienes públicos, para su beneficio presente y el de las futuras generaciones.

El enfoque de desarrollo turístico sostenible se ha ido enriqueciendo en estas tres últimas décadas a través de los distintos encuentros internacionales que ha realizado la OMT, en las cuales se comparten experiencias exitosas y modelos de políticas públicas modernas, que deben considerar los siguientes principios comunes.

Modelo para el diseño de las políticas de turismo sostenible OMTT

La planificación basada en objetivos económicos, socioculturales y ambientales

La utilización de la capacidad de carga para cuantificar las limitaciones de los recursos turísticos

La toma de decisiones participativa

Mejorar la calidad de vida de la población local

Incrementar la calidad de la estancia del visitante

Mantener la calidad del medio ambiente, del que dependen tanto la población local como los visitantes

Incrementar la rentabilidad económica de la actividad turística

Con la aprobación de la Agenda XXI en la Cumbre de la Tierra realizada en Río de Janeiro en 1992, y la Declaración de Río que reivindicó el concepto de Desarrollo Sostenible, la Organización Mundial del Turismo adoptó el compromiso de impulsar el concepto entre todos sus miembros, y desde entonces ha trabajado en la elaboración de diferentes guías para el desarrollo de la políticas nacionales y los acuerdos internacionales en favor del desarrollo de un turismo sostenible (OMT 2014).

En estos años el turismo sostenible ha pasado de ser solo una tendencia a convertirse en un asunto de competitividad económica. El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo Global elaborado por el Foro Económico Mundial, que cuenta con 14 criterios de competitividad, contiene cuatro indicadores directamente relacionados con la sostenibilidad en el desarrollo de los bienes y servicios que se prestan en el sector.

Un asunto de interés nacional

En El Salvador el turismo sostenible, se constituye en una opción para un desarrollo económico más viable e incluyente ya que beneficia a los grupos más pobres a través de la generación de ingresos, la creación de empleos para la población local, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.

El turismo debe ser considerado cada vez más como una fuente importante de crecimiento económico. El turismo representa en la economía nacional, más del 4.4% del PIB en 2016, cuando en 2010 era solamente del 2.4%. Esto ratifica el incremento en la capacidad competitiva del sector y en la productividad del mismo, como en la generación de empleo.

Además, el salario promedio en el sector turístico salvadoreño se encuentra por arriba del salario medio nacional, y el aumento continuo en la llegada de visitantes, que se traduce en beneficios para aquellos involucrados directa o indirectamente con el turismo.

Sin embargo, para lograr la sostenibilidad en el turismo como un proceso continuo, requiere cambios estructurales en los modos de pensar, actuar, gestionar y medir, por parte de todos los actores involucrados con esta actividad.

Para lograr sentar las bases de un turismo sostenible (fin último de esta política) es necesario trabajar para lograr que las estrategias y líneas de acción se bajen a la realidad, y puedan ser entendidas, implementadas y multiplicadas por todos los actores del turismo en el país.

Y ello, representa probablemente el reto más grande de esta iniciativa: el democratizar las políticas y generar espacios de reflexión, estudio, aplicación y monitoreo de lo aquí expuesto.

De lograrlo, El Salvador se posicionaría como líder en este tema, incrementando su competitividad como país y logrando diferenciarse del resto del mundo a la vez que se desarrolla de manera sostenible a través del turismo.



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Impulsar la planificación participativa como estrategia para diseñar y gestionar un turismo que promueva el desarrollo responsable, justo y equitativo de los destinos para el disfrute y beneficio de los salvadoreños y los visitantes.

Objetivos Específicos

- Establecer un marco político rector para la planeación del desarrollo turístico sostenible de El Salvador, con el concurso de los principales actores del sector y los grupos de interés nacionales y locales.
- Orientar la planeación turística estableciendo modelos vinculados a criterios de sostenibilidad, que impulsen un consumo responsable para que la actividad turística sea un motor de progreso económico y social con perdurabilidad en el tiempo.
- Promover el diseño de espacios y actividades con criterios de inclusión y accesibilidad, que generen beneficios equitativos para el bienestar de las comunidades locales.
- Impulsar la investigación y creación de conocimientos a través de metodologías innovadoras y creativas, que aporten nuevos paradigmas y formas de cartografiar para estimular el desarrollo sostenible del país.
- Asegurar la actualización de los instrumentos rectores de turismo mediante la incorporación de nuevas formas de planear y medir la sostenibilidad, tomando en cuenta las tendencias internacionales y el contexto del país, de las regiones y localidades turísticas.



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 la implementación de la Política de Planificación para el Desarrollo Sostenible 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, Gabinete de Sustentabilidad Ambiental y Vulnerabilidad, Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia, 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 y Recursos Naturales, Ministerio de Defensa, Ministerio de Transporte, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Viceministerio de Transporte, Consejo Nacional de Sustentabilidad Ambiental y Vulnerabilidad, Gobiernos municipales, Protección Civil, Unidades Ambientales Municipales, entre otros.

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

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

Dada la importancia del tema y para lograr una actividad perdurable y con un impacto social positivo, que debe ser importante y que alcance todos los territorios del país, esta Política de Turismo y Planificación para el Desarrollo Sostenible contempla cinco ejes estratégicos, cuya implementación asegura tener una actividad con beneficios económicos, ambientales y sociales para todos los actores del turismo en El Salvador.





Eje I. Planificando en armonía

La planificación del espacio turístico es una tarea clave para alcanzar la sostenibilidad turística, sin embargo, ante la existencia de las diferentes instituciones y los diferentes instrumentos aplicables en el territorio, la tarea no es sencilla. Para lograrlo, se necesita trabajar en modelos de toma de decisiones colectivas, en los cuales todos los actores tengan la posibilidad de opinar, decidir e incidir en las acciones sobre el territorio que ocupan y que gestionan, participando del proceso de planificación turística de acuerdo a las siguientes etapas:

Toma de decisiones colectivas en el proceso de planificación



Para ello, tanto modelos innovadores de planificación y gobernanza como sistemas de monitoreo constante permitirán llegar a tomar mejores decisiones y fortalecer las capacidades locales para la gestión y la sostenibilidad del turismo en El Salvador.

Objetivo

Establecer un marco rector para la planeación del desarrollo turístico sostenible de El Salvador, con el concurso de los principales actores del sector y los grupos de interés nacional.

Estrategias

A. Promover un enfoque transversal para el ordenamiento territorial que asegure que el turismo sea impulsor de la productividad integral del país.

B. Consolidar el modelo de planificación abierto y participativo del turismo de dentro hacia afuera con reciprocidad

C. Impulsar la priorización del turismo como elemento integral del ordenamiento territorial.

D. Incorporar fórmulas innovadoras para planificar el manejo de recursos naturales y culturales del territorio

A. Promover un enfoque transversal para el ordenamiento territorial que asegure que el turismo sea impulsor de la productividad integral del país.

Para lograr la mejora continua en la planificación y gestión del turismo en el país e impulsar el desarrollo sostenible, es indispensable que las diversas instituciones nacionales y locales comprendan y consideren el uso turístico del territorio al tiempo que las instituciones encargadas de planificar el turismo incluyan en su perspectiva de desarrollo otras actividades productivas que sustenten la diferenciación local y sean la base para diseñar alternativas coherentes de acuerdo con las particularidades de cada región.

Líneas de acción

- Impulsar la creación dentro de la Unidad de Planificación Territorial y Ordenamiento Turístico Sustentable la cual brindará lineamientos, y seguimiento a la gestión sustentable e integrada del espacio turístico de acuerdo a los objetivos de desarrollo turístico establecidos.
- Proponer y elaborar lineamientos y directrices para la preservación y el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos del país; adecuado a las condiciones físicas y ecológicas del territorio, en concordancia con los mandatos de las instituciones competentes en la materia.
- Convocar a las diversas instituciones que participan en el ordenamiento territorial del país para establecer en conjunto asuntos relacionados con los usos de suelo, determinación de zonas de aprovechamiento, conservación, gestión de cuencas hidrográficas y dotación de infraestructura turística.
- Analizar modelos y experiencias de ciudades y territorios inteligentes.
- Fortalecer las capacidades técnicas y operativas de los Comités de Desarrollo Turístico y Centros de Amigos del Turista (CAT) en temas de planificación para el turismo sostenible.
- Consolidar el liderazgo de los Comités de Desarrollo Turístico en la territorialización de las directrices de turismo sostenible, trabajando conjuntamente con las municipalidades, sus unidades ambientales y unidades de Turismo.
- Promover la realización a nivel local de diagnósticos estratégicos que generen planes y programas y acciones encaminadas a la gestión sostenible del espacio y las actividades turísticas de acuerdo a los objetivos de desarrollo turístico establecidos a nivel nacional.
- Fomentar la integración con los instrumentos de planificación sectorial del turismo, de aspectos relativos a la sostenibilidad ambiental, biodiversidad, cambio climático, vulnerabilidad y riesgos, y otros que pueden incidir en la actividad turística.
- Fomentar el diseño ambiental de las localidades turísticas con criterios físicos, estéticos, funcionales y ambientalmente adecuados y ecoeficientes, mejorando el paisaje urbano de los destinos a través del uso de arquitectura típica y tradicional, materiales y colores adecuados al ecosistema, generando espacios públicos accesibles, mobiliario urbano acorde al medio natural y dinámicas culturales circundantes para integrar la infraestructura turística al paisaje natural y cultural local, aportando valor al turista y a la convivencia de la comunidad.

- Generar instrumentos de política que amplíen la incidencia y participación de las instituciones y actores turísticos en el ordenamiento como en la planificación del desarrollo territorial, difundiendo la importancia del turismo sostenible como herramienta para el desarrollo integral de las comunidades y coadyuvante en la implementación de estrategias de otros sectores que ayuden a mejorar la vida de la población.

B. Consolidar el modelo de planificación abierto y participativo del turismo de dentro hacia afuera con reciprocidad

La implementación de una gestión turística sostenible que genere cambios positivos y significativos en las comunidades receptoras, promueva la inclusión social, la equidad de género, el acceso universal, la identidad y la anfitrionía salvadoreña, además de impulsar nuevos paradigmas relacionados con el desempeño del turismo, la educación y participación activa de la ciudadanía en su propio desarrollo, fomentando el involucramiento de la ciudadanía en el desarrollo del turismo y el abordaje de las situaciones particulares de sus territorios, en pro de construir un mejor destino turístico, con calidad y perdurable en el tiempo.

Líneas de acción

- Fortalecer un modelo de planificación abierta donde los actores locales, municipales, las comunidades y empresarios participen en la definición de la ruta a seguir para la planificación y el desarrollo del turismo, siguiendo lineamientos propuestos por el ente rector, y haciendo que el turismo pueda transitar progresivamente hacia un modelo sostenible.



- Procurar el empoderamiento de los actores locales en sus procesos de planificación del turismo, propiciando con ello, la descentralización y desconcentración, así como un mayor compromiso por parte de los entes locales como encargados de su propio desarrollo.
- Potenciar los mecanismos de participación ciudadana en la gestión sostenible del turismo incluyendo a poblaciones indígenas, poblaciones vulnerables, mujeres, adultos mayores, jóvenes y personas con discapacidad, para identificar medidas de inclusión y mecanismos que aseguren el acceso a la cadena de valor turístico y generar lineamientos que permitan solventar las brechas sociales.
- Fomentar la formación de sociedades para fomento y aprovechamiento del turismo, basadas en los territorios y recursos de las comunidades, para potenciar el desarrollo sostenible de los corredores productivos y de inversión turística.
- Promover que las Instituciones de Turismo al elaborar planes, programas y proyectos turísticos consideren la integración de equipos multidisciplinarios, incluyendo expertos en ciencias naturales, económicas y sociales para lograr una visión integral y sostenible desde el inicio de las políticas, planes y proyectos.

C. Impulsar la priorización del turismo como elemento integral del ordenamiento territorial

Tanto las instituciones de turismo como los actores del sector, deben ser conscientes de la importancia de su rol en el desarrollo local y asumir que las transformaciones a realizar en materia turística, requieren el compromiso común en la formación y la continuidad de las estrategias, tanto como trabajo progresivo sobre el diagnóstico de los territorios, como en la generación de herramientas e indicadores, que permitan el monitoreo y control para la mejora continua de la actividad turística y sus avances en sostenibilidad.



Para el fortalecimiento de la planificación turística, con miras a la resiliencia y a la sostenibilidad, ésta tiene que ser definida por los actores locales siguiendo lineamientos del ente rector, procurando el más amplio rango de participación.

Paralelo a esto, es clave considerar una planeación que tenga la visión de desarrollo incluyendo el enfoque de género. Los Comités de Desarrollo Turístico tendrán un rol protagónico como articuladores y transmisores de las directrices de sostenibilidad emanadas del ente rector de turismo y la intermediación con la población local y empresarios turísticos. Asimismo, el involucramiento de las municipalidades es vital para el éxito de las iniciativas.

La visión de desarrollo sostenible y el uso creciente de tecnologías digitales de información deben considerarse en el diseño de la planeación para promover el desarrollo de sitios y ciudades inteligentes.

Líneas de acción

- Fortalecer la participación y representatividad del MITUR dentro de la institucionalidad existente, en materia de planificación territorial y ordenamiento.
- Establecer espacios de diálogo y coordinación estratégica interinstitucional con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) y otros entes generadores de directrices de zonificación y ordenamiento territorial, para asegurar el crecimiento y protección de las inversiones turísticas.
- Posicionar al turismo sostenible como herramienta de desarrollo humano y territorial, integrándolo a las iniciativas implementadas por otras instituciones en cuanto a generación de empleo, juventud e inclusión.
- Promover la transición de los destinos hacia la creación de sitios y ciudades inteligentes.
- Promover la integración de los planes maestros de turismo a las dinámicas de planificación local.

D. Incorporar fórmulas innovadoras para planificar el manejo de recursos naturales y culturales del territorio

La Unión Internacional de Conservación de la Naturaleza (UICN) define la gobernanza como un conjunto de normas, instituciones y procesos que determinan cómo se ejerce el poder y las responsabilidades, cómo se toman las decisiones y

cómo los ciudadanos participan en el manejo de los recursos naturales, siendo el aspecto social clave para estos procesos.

El incluir la gobernanza en los procesos de desarrollo turístico, garantiza que las acciones sean integrales, trascendiendo el mero cumplimiento de la legalidad en aspectos ambientales y transitando a una gestión turística que identifique oportunidades de desarrollo a través de soluciones a los problemas que aquejan al destino (como presencia de residuos sólidos, deforestación, contaminación de aguas y degradación de sus fuentes, explotación, cacería o pesquería furtiva y tenencia inadecuada de vida silvestre marina y terrestre, entre otras).

Por lo que, fomentar una adecuada gobernanza contribuye al rescate de prácticas tradicionales de manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y de los ecosistemas y el promover la participación de la comunidad permite reducir riesgos y vulnerabilidad frente a eventos ambientales o naturales difíciles de prever.

En materia turística, la gobernanza implica la rectoría y la participación ciudadana, con una participación activa y responsable que genera cohesión social y una visión de desarrollo centrada en las personas, las familias y la comunidad.

La protección de los recursos naturales y culturales es para el turismo tan fundamental como el diseño, promoción y comercialización de los destinos turísticos, ya que implica la conservación y el uso sostenible de los recursos presentes en el territorio, de manera que se preserve su calidad a través del tiempo, para ofrecer un producto consistente al turista, y mejorar las condiciones de vida de la población local.

Líneas de acción

- Promover con las Municipalidades la creación de ordenanzas turísticas en temas de: sanidad, higiene, ornato, seguridad, medio ambiente, paisaje, recolección y tratamiento de residuos, arquitectura, urbanismo, publicidad y rótulos comerciales, participación ciudadana, prevención de la contaminación lumínica y acústica, conservación de la biodiversidad (flora y fauna), de uso de espacios públicos para fines turísticos, uso del territorio turístico y actividades turísticas, respetando derechos y promoviendo responsabilidades.
- Identificar de manera intersectorial e interinstitucional, estrategias de conservación y protección de ecosistemas amenazados y en peligro, donde el turismo sea un aliado.

- Fomentar el aporte del sector al cumplimiento de los compromisos de país en materia de cambio climático como por ejemplo la Contribución Prevista y Determinada a Nivel Nacional (NDC) y los instrumentos nacionales de planificación referentes al Cambio Climático.
- Acompañar el diseño de la planeación de la política pública en materia de turismo sostenible con componentes de adaptación a los eventos previsible y no previsible productos del cambio climático, particularmente de aquellos que sean un riesgo y amenaza para la población, apoyándose en análisis y estudios de vulnerabilidad.
- Participar activamente como MITUR en los espacios interinstitucionales e intersectoriales en temas de sustentabilidad, salud, vulnerabilidad y cambio climático como el Gabinete de Sustentabilidad Ambiental y Vulnerabilidad y el Consejo Nacional de Sustentabilidad Ambiental y Vulnerabilidad (CONASAV) y Comisión Intersectorial de Salud (CISALUD).





Eje II. Gestión con responsabilidad

La cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas realizada en el año 2012, adoptó el Marco Decenal de Consumo y Producción Sostenibles (One Planet network o 10YFP, por sus siglas en inglés).

Se trata de un marco de acción global para promover la cooperación internacional con el fin de acelerar la transición hacia la sostenibilidad tanto en países desarrollados como en desarrollo que contempla información al consumidor, estilos de vida sostenibles y educación, compras públicas sostenibles, edificaciones y construcción sostenibles y turismo sostenible. Estos cinco aspectos han de considerarse en todos los proyectos y programas que se impulsen a nivel nacional.

Objetivo

Orientar la planeación turística a través del establecimiento de modelos vinculados a criterios de sostenibilidad, que impulsen un consumo responsable para que la actividad turística sea un motor de progreso económico y social con perdurabilidad en el tiempo.

Estrategias

A. Incorporar las modalidades de consumo y producción sostenibles (CPS) en la cadena de valor turística.

B. Implementar sistemas de gestión de la sostenibilidad en la operación turística.

C. Desarrollar argumentos teóricos y modelos de gestión que impulsen sostenibilidad de la oferta turística del país.

D. Promover el diseño de esquemas de desarrollo y comercialización de productos turísticos sostenibles.

E. Fomentar la inversión en turismo sostenible, así como en proyectos turísticos que integren la dimensión ambiental y social en sus propuestas.

A. Incorporar las modalidades de consumo y producción sostenibles (CPS) en la cadena de valor turística

Las modalidades de consumo y producción sostenibles significan cambios en los modelos de negocios, pero con grandes impactos positivos en los aspectos ambientales, sociales y económicos. Puede ser realizado a través de modificaciones de los procesos, de los insumos, o de las tecnologías hacia otros más eficientes, lo que implica ahorros significativos en la operación de las empresas, un mejor desempeño y la mejora de la imagen del establecimiento y el destino en general.

Reconociendo la importancia cada vez mayor de la protección del ambiente y la calidad de vida de los residentes para el mantenimiento de las actividades turísticas a largo plazo, se debe impulsar en las localidades turísticas y establecimientos turísticos la adopción de modelos y métodos de producción sustentable y más limpia, con el enfoque desde la primera etapa de producción hasta la finalización de la entrega del servicio turístico, integrando a los proveedores tanto de productos como de servicios en el cumplimiento de los lineamientos ambientales establecidos

en las normativas jurídicas, así como también se debe asegurar de la disposición final responsable de su producto. Este modelo debe permear en toda la cadena de valor turístico.

Desde una perspectiva de rentabilidad con visión de largo plazo, la transición hacia la producción y el consumo responsable para vivir en un medio ambiente sano y para la preservación de los recursos naturales resulta más ventajoso, ya que conduce a la supresión de las externalidades negativas, reduce los costos de la reposición de recursos y ecosistemas, e impide caer en situaciones de degradación y destrucción de sitios de atracción para los visitantes.

Líneas de acción

- Promover la incorporación de las modalidades de consumo y producción sostenibles (CPS) en las políticas, planes, programas, estrategias y proyectos de Instituciones de Turismo.
- Proponer políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que creen puestos de trabajo y promuevan la cultura y los productos locales, el trabajo decente y crecimiento económico.
- Promover prácticas de compras públicas sostenibles de acuerdo con la normativa nacional y las prioridades nacionales, y extender esta práctica al sector privado.
- Fomentar los sellos y certificaciones en materia de sostenibilidad y responsabilidad empresarial en los establecimientos y destinos turísticos.
- Impulsar la sustitución de bienes de consumo más amigables con el uso de recursos que además reduzcan sustancialmente la generación de residuos cuya disposición es altamente dañina para el medio ambiente y los ecosistemas.

B. Implementar sistemas de gestión de la sostenibilidad en la operación turística.

Para alcanzar un desarrollo sostenible, es urgente transitar hacia actividades productivas y de servicios que reduzcan al máximo sus impactos negativos sobre el medio ambiente.

Como consecuencia de la creciente conciencia de la sociedad sobre los impactos negativos de la producción y el consumo sobre el entorno ambiental y en las condiciones y calidad de vida, en el mundo se observan crecientes cambio en todas las actividades económicas, tanto productivas como de servicios, incorporando paulatinamente tecnologías y procesos de reducir, mitigar y/o compensar los impactos ambientales y sociales que generan sus operaciones.

Se debe promover que entre las obligaciones de las empresas turísticas que operen en El Salvador, se incrementen los estándares de control de calidad y excelencia, y mejore el cumplimiento de las normas de higiene, salud y calidad del medio ambiente.

Un modelo de turismo sostenible, no debe limitarse exclusivamente al cumplimiento de leyes, normas y requisitos para obtener autorizaciones de operación. Debe trascender hacia modelos de negocio que asuman sus impactos sociales y ambientales. En particular en la actividad turística se debe transitar hacia la ecoeficiencia, la responsabilidad social empresarial, la aplicación de buenas prácticas, la compensación ambiental de la huella ecológica de sus actividades diarias, extendiendo su responsabilidad hacia la cadena de valor en el que participan con proveedores y clientes.

Líneas de acción

- Propiciar a través de leyes y reglamentos la implementación de un Sistema de Gestión de la sostenibilidad en las empresas turísticas, que incluya al menos los siguientes elementos:
 - Autorización de desarrollos turísticos solo si cumplen con un manifiesto de impacto ambiental aprobado por la autoridad.
 - Políticas corporativas y de gestión empresarial de sostenibilidad.
 - Identificación y mitigación de impactos ambientales y sociales de forma continua y en todo el proceso de operación.
 - Compra de insumos responsables y sistema de manejo de residuos sólidos.
 - Conformación y capacitación a comités de sostenibilidad dentro de las empresas.
 - Políticas y acciones en materia de género, igualdad, equidad, empleo digno y accesibilidad, que incluyan la distribución equitativa de beneficios e incentivos a la calidad y capacitación en materia de turismo.
 - Medida de adaptación y mitigación al cambio climático, con énfasis en generar empresas que en su consumo de energía, en el transporte y en el uso del suelo contengan medidas de carbono neutral.
 - Estrategias para conservar y en su caso restaurar la biodiversidad y el patrimonio cultural tangible e intangible.

- Preferir como proveedores aquellas empresas que apliquen criterios y medidas de sostenibilidad.
- Incorporar en las estrategias de mercadotecnia y comercialización productos y servicios que fomenten y garanticen la sostenibilidad.
- Fomentar la inclusión de actores locales en la provisión de bienes y servicios al turista.
- Promover el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo y las recomendaciones de la OMT para un turismo sostenible.
- Participar en procesos de formación de recursos humanos y sensibilización de proveedores de servicios en materia de turismo sostenible, impulsado por las instituciones de turismo, con fin de fortalecer sus productos y servicios con visión de sostenibilidad.
- Cumplir con los lineamientos generados por el MARN en cuanto al uso de sitios naturales y áreas protegidas, y garantizar el cumplimiento de las pautas de comportamiento dentro de estos, para la conservación de la calidad de los ecosistemas, especies de flora y fauna y del paisaje que conforman el atractivo y que han originado el desplazamiento turístico.

C. Desarrollar argumentos teóricos y modelos de gestión que impulsen sostenibilidad de la oferta turística del país

Para lograr que todos los productos y servicios que atienden la demanda de turistas nacionales y extranjeros contribuyan al desarrollo sostenible del sector, es importante demostrar ante productores y consumidores la viabilidad y los beneficios de integrar los intereses económicos, el bienestar social de la comunidad y el cuidado y manejo adecuado del medio ambiente y de los recursos naturales en todos los programas y proyectos, enfoque que debe incluirse en las estrategias y medios gubernamentales de fomento al turismo.

El diseño de productos turísticos deberá considerar las dinámicas y variables de cada territorio, así como aspectos como la conectividad y los corredores productivos, biológicos y culturales. Buscando la integración del territorio nacional, e impulsando la inversión de acuerdo a las prioridades establecidas en los corredores productivos de la Política Nacional de Turismo.

Una alternativa atractiva para la promoción del turismo es el desarrollo de rutas que contengan diversidad de atractivos, que se conviertan en un conjunto de

elementos de una experiencia inolvidable para el viajero, que contribuya además a la integración de territorios aledaños, con variedad de costumbres sitios de interés y atracción gastronómica.

El diseño de nuevos productos turísticos, infraestructura turística, actividades complementarias será sustentable a medida se integre el componente ambiental, social y económico de manera transversal, garantizando así su perdurabilidad en el tiempo.

Líneas de acción

- Promover desde las instituciones de turismo la creación de productos turísticos sostenibles a nivel nacional y municipal, con apoyo en asistencias técnicas, por ejemplo el fortalecimiento de los Pueblos Vivos.
- Incentivar las modalidades de turismo que pongan en relevancia los recursos naturales y culturales, como es el caso del ecoturismo, el turismo rural comunitario, turismo cultural y otros, con los criterios de conservación y educación.
- Promover desde las instituciones de turismo el fortalecimiento de los Comités de Desarrollo Turístico, para que cumplan plenamente con su labor de fomentar, promover, asesorar y apoyar al sector turístico local impulsando nuevas actividades, creación de productos turísticos, planes, estrategias y proyectos para un turismo sostenible.



- Fomentar la creación y consolidación de rutas turísticas que rescaten y pongan en valor la biodiversidad nacional a través de la gastronomía con ingredientes autóctonos y la producción artesanal ligada al turismo.
- Procurar la inclusión del arte y sus diversas manifestaciones a la oferta turística nacional para fortalecer y diversificar el producto turístico generando espacios de participación a la juventud, personas con discapacidad y la población adulto mayor.
- Incluir en los inventarios turísticos elaborados por el ente rector y por los Comités de Desarrollo Turístico, un directorio de los referentes culturales vivos en cada territorio como artesanos, artistas, adultos mayores, cuenta cuentos, historiadores, personajes importantes de la localidad y otros singulares, fortaleciendo la identidad, participación, convivencia social, rescatando tradiciones, fomentando su difusión para el fortalecimiento de la identidad del país y la diferenciación del producto turístico a través de la interpretación del patrimonio y la animación turística sostenible.
- Fomentar la sinergia entre turismo y otras actividades productivas como agricultura, ganadería, producción industrial y otras, a fin de ampliar los beneficios del turismo a diferentes sectores económicos, localidades y poblaciones, así como el rescate de las tradiciones en la elaboración de productos autóctonos.
- Fomentar la evaluación periódica del producto turístico por parte de los actores locales, y las Instituciones de turismo, con el objetivo de la mejora continua en términos de calidad, servicio y sostenibilidad.



- Considerar dentro de la elaboración del producto y las rutas turísticas los riesgos que pudiesen existir para el destino y los visitantes y gestionarlos con un enfoque preventivo.
- Identificar estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático para el sector turístico nacional considerando el desarrollo de segmentos de mercado y productos turísticos alternativos que sean resilientes ante los efectos del cambio climático

D. Promover el diseño de esquemas de desarrollo y comercialización de productos turísticos sostenibles

Para lograr la sostenibilidad deberá ampliarse la concepción de información turística, más allá de la difusión de los atractivos turísticos nacionales, hacia una concepción de información para el turismo o puesta en función del turismo, dando lugar al desarrollo de metodologías de captura de información de parte de los visitantes, así como información interna sobre la gestión sostenible de la actividad; esta información será valiosa para crear una línea base de la actividad turística y su sostenibilidad, con un panorama nacional, continuo y dinámico que permita dar una lectura de la realidad constituyéndose como un insumo invaluable para la toma de decisiones tanto a nivel de entes rectores como a nivel municipal, y empresarial, sobre el rumbo al cual se orientará la actividad turística en el futuro y que esta sea capaz de adaptarse a los desafíos que conlleve.

En el proceso de comercialización del producto deberá tomarse en cuenta el marketing verde de productos y experiencias que realzan la sostenibilidad, cuidando que la información presentada sea correspondiente a la realidad.

Líneas de acción

- Promover la difusión de experiencias exitosas en materia de turismo y sostenibilidad.
- Impulsar mecanismos de promoción de la oferta turística sostenible nacional que exalten los valores naturales del país, de igual modo la biodiversidad, comunicando los avances en sostenibilidad, así como fortaleciendo la percepción de seguridad del destino.
- Promover dentro de la prestación de servicios turísticos un espacio para la educación ambiental de los turistas.

- Incluir en cada espacio de participación institucional, el tema ambiental a través de diversos mecanismos (cápsulas informativas, charlas cortas, dinámicas, otros), procurando que en cada espacio de participación sobre temas turísticos se fortalezcan los conocimientos y la sensibilización de los actores turísticos y comunidad local en temas de turismo sostenible.
- A través de la implementación de prácticas sostenibles, lograr la atracción de mercados altamente interesados en servicios y productos con responsabilidad socio ambiental, mejorando la imagen del país en su conjunto.
- Promover la innovación y el uso de materiales más amigables con el medio ambiente en: publicaciones, material point of purchase, vallas publicitarias artículos promocionales y regalos, bajo un enfoque de producción más limpia con menor impacto ambiental, así como de integración de la producción artesanal del país a la estrategia de mercadeo turístico fomentando los valores naturales y culturales locales.

E. Fomentar la inversión en turismo sostenible, así como en proyectos turísticos que integren la dimensión ambiental y social en sus propuestas.

La creciente afluencia turística demanda mayor y mejor infraestructura pública y privada. En este rubro la participación de la empresa privada es relevante en el desarrollo turístico del país, ya que las inversiones que realiza para la expansión de los negocios turísticos contribuyen al desarrollo de las regiones, así como a la generación de empleos e ingresos importantes para el crecimiento de la economía y el bienestar social.

Según la OMT mucho del potencial económico del turismo sostenible se encuentra en medianas y pequeñas empresas, las cuales requieren la necesidad de mejorar sus condiciones de acceso al financiamiento para invertir en proyectos verdes, aprovechando tecnologías limpias y eficientes, construyendo infraestructura que atenúe al máximo su impacto ambiental, y adecuadas a la particularidad de los ecosistemas, clima, condiciones geográficas y culturales del lugar.

La creación de incentivos gubernamentales y regulaciones claras para desarrollar el turismo sostenible, con medios diferentes para las micro y pequeñas empresas contribuye a consolidar la aplicación de la sostenibilidad en las inversiones.

Líneas de acción

- Fomentar la inversión y el financiamiento sostenible, con apoyos especiales para las MIPYMES.
- Promover en los gobiernos locales la creación de medidas de aplicación local que incentiven a los inversionistas y las comunidades locales, para el desarrollo del turismo sostenible, impulsando la transformación de las prácticas no sustentables actuales.
- Establecer lineamientos para que las futuras inversiones en turismo contemplen modelos sostenibles de negocios y la responsabilidad social como parte de su propuesta.
- Promover, a través de las instituciones de turismo, de las comunidades y de las municipalidades, la articulación de las organizaciones internacionales para la cooperación, con asesorías y financiamiento para la creación de nuevos proyectos.
- Desarrollar lineamientos de sostenibilidad para la obtención de créditos, y promover dichos lineamientos con los programas institucionales y la banca comercial que otorga créditos para desarrollo turístico.
- Integrar El Salvador a redes regionales o internacionales de sostenibilidad turística.





Eje III. Turismo accesible e incluyente

De acuerdo con la OM el Turismo accesible “...busca crear productos y servicios que puedan ser disfrutados por personas con discapacidad, turistas y locales, familias con niños pequeños, adultos mayores y cualquier otra persona en situación de vulnerabilidad”.

Este enfoque tiene su base en el derecho que todos los seres humanos tienen relacionado al disfrute del tiempo libre y al goce de períodos de descanso en el trabajo, derecho reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos del año 1948 y recogido en la Declaración de Montreal del año 1996 y su posterior Adendum de Aubagne del año 2006, ambos documentos de la Organización Internacional de Turismo Social.

La creación de alternativas para el desarrollo del turismo incluyente y accesible, además de ser una obligación para satisfacer un derecho, representa oportunidades importantes en el sector. Solo para dar unos datos, la Organización Mundial de la Salud considera que cerca de mil millones de personas a nivel global (15% de la población del planeta) sufren de alguna discapacidad o limitación, y es un segmento creciente y dinámico de la población.

Objetivo

Promover el diseño de espacios y actividades con criterios de inclusión y accesibilidad, que generen beneficios equitativos para el bienestar de las comunidades locales.

Estrategias

A. Asegurar que todas las obras, construcción de infraestructura y facilidades para el turismo incluyan criterios de accesibilidad universal.

B. Fomentar el desarrollo de productos turísticos para personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y grupos en situación de vulnerabilidad.

C. Posicionar a El Salvador como un destino empático, abierto a todos y con facilidades para el disfrute incluyente del turismo.

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

El diseño universal o diseño para todos es un requisito fundamental en el desarrollo de productos y entornos de fácil acceso para el mayor número de personas posible, sin la necesidad de adaptarlos o rediseñarlos de una forma especial. El diseño debe ser igual o equivalente para todos, cómodo, estético y seguro.

Con el diseño para todos se construye un entorno accesible y universal, sin barreras, y se desarrollan los productos y servicios de forma que puedan ser aprovechados y utilizados por todos los ciudadanos, que aporten la máxima autonomía personal posible y con independencia de su capacidad funcional.

Algunos principios del diseño universal son los siguientes:

- Igualdad y facilidad de uso, independientemente de sus capacidades y habilidades.
- Flexibilidad, que se adecúe a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales.

- Simple e intuitivo, fácil de entender sin tener en cuenta la experiencia o los conocimientos.
- Información comprensible en diferentes formatos.
- Que exija poco esfuerzo físico.
- Que minimice el riesgo de cometer un error.
- Tamaños y espacios apropiados para el uso de ayudas técnicas, entre otros aspectos.

Líneas de acción

- Realizar un inventario del estado actual de la infraestructura turística en materia de accesibilidad universal, para conocer el status en el país.
- Desarrollar un Manual o Guía de Diseño Universal en el sector turístico, que indique a los actores de la actividad las características que se deben tomar en cuenta para lograr entornos inclusivos y accesibles.
- Trabajar, en conjunto con las instituciones nacionales y locales, para que los permisos de construcción y operación establezcan la obligatoriedad de considerar estos preceptos.
- Lanzar campañas de concientización en el sector acerca del rol que deben jugar para lograr un turismo sin ningún tipo de discriminación, y accesible para todos.



B. Fomentar el desarrollo de productos turísticos para personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y grupos en situación de vulnerabilidad

Los mercados de productos y servicios turísticos para las personas con algún tipo de discapacidad es creciente, y lo será con el paso de los años, en especial en países en desarrollo donde la pirámide poblacional está invirtiéndose y la esperanza de vida es cada vez mayor.

Generalmente las personas con algún tipo de discapacidad no viajan solas, por lo que el gasto al menos se duplica y, dadas sus necesidades especiales, suelen estar dispuestos a pagar un poco más por realizar actividades de turismo, que no siempre están a su alcance.

Un adecuado proceso de desarrollo de productos para este mercado puede diferenciar a las empresas, destinos e incluso al país ante la competencia, y atraer la demanda de un mercado rentable y en expansión.

Líneas de acción

- Realizar estudios e investigaciones tanto en mercados de origen como en el país para determinar las características, perfil y rentabilidad ambiental y social de este segmento.
- Desarrollar programas de formación para el diseño, operación y promoción de productos turísticos accesibles e incluyentes.
- Promover la instalación de infraestructuras y el desarrollo servicios para personas con discapacidad.
- Formar guías de turistas especializados en lenguaje de señas, sistema braille, atención a personas con dificultades motrices y otros tipos de discapacidad.
- Generar incentivos fiscales y de regulación para empresas que apuestan por desarrollar este tipo de ofertas, como una oportunidad de iniciar, expandir o consolidar su negocio.

C. Posicionar a El Salvador como un destino empático, abierto a todos y con facilidades para el disfrute incluyente del turismo

Uno de los diferenciadores que puede tener El Salvador y sus destinos es la apertura a recibir personas con algún tipo de discapacidad o vulnerabilidad, vinculando al turismo con el atributo de empatía y el valor de tolerancia planteado en la marca país y desarrollado en el Programa Pueblos Vivos. A nivel global, existen pocos ejemplos de destinos que estén apostando por mostrarse al mundo listos para trabajar en este sentido.

Muchas de las ciudades reconocidas por este enfoque son europeas, destacando entre ellas San Sebastián, en España, Lyon, en Francia, Chester en Reino Unido, Milan en Italia o Boras, en Suecia, quienes tienen una cultura más avanzada en estos temas. A nivel de Latinoamérica, las pocas ciudades que han apostado en posicionarse en este tema han tenido excelentes resultados, tal es el caso de Buenos Aires, Santiago de Chile, Sao Paulo, Ciudad de México o Montevideo.

Aunque el posicionamiento debe ganarse a partir de las acciones implementadas, es deseable llevar a cabo acciones puntuales para ello.

Líneas de acción

- Crear la Red Salvadoreña de Turismo Accesible, para empezar a compartir experiencias con otras redes como la de España, Uruguay, Costa Rica, entre otras.
- Incluir, dentro de sus materiales de promoción, textos en braille y otras innovaciones que permitan hacer accesible la información del país a todos los interesados.
- Trabajar en campañas de comunicación internas y externas para empezar a generar conciencia de la importancia de pensar en un turismo para todos, incluyente y accesible.
- Crear el premio Nacional a la Accesibilidad Turística, como una forma de reconocer los esfuerzos que se estén llevando a cabo en el país en este sentido.





Eje IV. Conocimiento como base de la sostenibilidad

La competitividad está enmarcada en el desarrollo de nuevas tecnologías y metodologías que permitan recabar, producir y administrar información de forma confiable y oportuna; procesarla para generar conocimientos útiles y trascendentes; y compartirla con los distintos actores que participan en la actividad, para facilitar la toma de decisiones acertadas en las distintas coyunturas, que afectan el desarrollo y el posicionamiento del país y los destinos que lo conforman.

Velocidad del Cambio

La facilidad de la comunicación entre individuos, consumidores y oferentes de productos y servicios, ha transformado de forma drástica los conceptos de competitividad. Los ciclos de vida de los productos son más cortos y los competidores tardan menos en copiar las nuevas ideas; las empresas y los destinos se ven forzados a reconsiderar los factores tradicionales asociados con la competitividad para tener una ventaja competitiva sustancial en un entorno comercial que cambia a toda velocidad. Por todo ello, es importante que los actores relacionados con el diseño de productos y servicios turísticos y asociados cuenten con información y conocimientos, que les permitan la constante innovación, para hacer frente a los retos del mercado de manera oportuna y eficaz.

Información Organizada

La posición rectora del Ministerio de Turismo se fortalece al promover la sincronía entre las personas que utilizan la información y generan conocimientos; por lo que recaba y administra información de múltiples fuentes nacionales, regionales e internacionales; promueve y desarrolla la investigación; analiza y comparte información estratégica y conocimientos relacionados con el desarrollo turístico, para que los actores que participan en la actividad puedan concebir, organizar y operar el turismo en sus distintos ámbitos de influencia.

Planificación Solida

La planificación de la gestión pública debe estar basada en el conocimiento y el diseño de estratégicos, los cuales se expresan en los documentos rectores: la Política Nacional de Turismo, que está determinada por un conjunto coherente y preciso de objetivos, estrategias y acciones que orientan el desarrollo turístico del país; el Plan Nacional de Turismo que tiene la finalidad de ordenar las acciones del sector público y orientar la utilización de los recursos institucionales en materia de turismo; y el Plan Nacional de Promoción Turística que ordena las acciones de mercadotecnia y los recursos del sector público para la promoción del país y los destinos que lo conforman.

Transparencia

Por su parte, la información pública es difundida mediante procedimientos sencillos y rápidos de acuerdo con lo establecido en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, para promover la participación ciudadana, la rendición de cuentas y el control en la gestión de los recursos que realizan las instituciones del Estado.



La construcción de sistemas de gestión de conocimientos para la planeación turística de El Salvador, se orienta a la producción, procesamiento y difusión de información estratégica que permita orientar los planes y programas públicos y privados con mayor precisión, además de medir y evaluar el desempeño turístico del país y de los destinos para retroalimentar a los actores, incentivando las prácticas con resultados más positivos y facilitando realizar ajustes y tomar medidas correctivas oportunas cuando sea necesario.

Los sistemas de información y gestión del conocimiento se organizan para aumentar la visión turística de los actores relacionados con el turismo, desde una perspectiva global que permite comprender el desarrollo del turismo más allá del entorno inmediato, para poder encontrar nuevas oportunidades, ideas, información o recursos; agregar valor a los productos en función de las tendencias y prospectivas futuras y generar ventajas competitivas para el país en el ámbito turístico.

La alineación de metodologías de generación y procesamiento; el planteamiento de objetivos e indicadores nacionales y locales de la información, facilitan la medición y evaluación del desempeño del país en su conjunto, y hacen posible la comparación de los resultados de las estrategias locales y nacionales; permitiendo extraer lecciones y conocimientos para definir mejores prácticas que fortalezcan la gestión turística del país.

El logro del desarrollo sostenible en el turismo es un proceso constante, que debe ser monitoreado para lograr mejores resultados de la actividad.

En la medida que el crecimiento del turismo vaya aparejado con el incremento de capacidades para producir y generar información, los impactos negativos del turismo serán minimizados, y los impactos positivos serán potenciados, logrando así una actividad más equilibrada.

Objetivo

Impulsar la investigación y creación de conocimientos a través de metodologías innovadoras y creativas, que aporten nuevos paradigmas y formas de cartografiar para estimular el desarrollo sostenible del país.

Estrategias

A. Fortalecer el Observatorio Turístico.

B. Fomentar la inclusión del componente de sostenibilidad como eje transversal en la formación turística.

C. Potenciar la formación de gestores de desarrollo de turismo sostenible en los territorios.

D. Promover la investigación y la innovación sostenible dentro de las Instituciones de turismo.

E. Incentivar el desarrollo de la empresarialidad sostenible impulsando la investigación para la innovación responsable dentro de las empresas privadas.

F. Desarrollar alianzas estratégicas con Universidades e Institutos Tecnológicos para el fomento de la innovación, investigación y desarrollo en materia turística.

A. Fortalecer el Observatorio Turístico

El Observatorio Turístico de El Salvador es una herramienta que integra diversos instrumentos de inteligencia sectorial, para analizar el comportamiento de las variables de la oferta y la demanda.

En 2004, se creó la Red Internacional de Observatorios de Turismo de la OMT con el objetivo de ayudar a los destinos a aprender unos de otros y a seguir avanzando en el seguimiento de los impactos del turismo en los destinos para recabar y difundir información estratégica para la gestión turística incentivan el intercambio de conocimientos entre el sector público, privado, académico y social a través del fortalecimiento de redes de conocimiento a nivel nacional e internacional.

El Observatorio Turístico se desarrolla a partir de un proceso de mejora continua que considera la reunión, producción y análisis de información en los siguientes aspectos:

- Las tendencias del mercado nacional e internacional;
- Las características y condiciones de la oferta turística local;
- Las características y condiciones de las distintas instancias que participan en la actividad turística;
- Los procesos de la gestión turística, su desempeño y evolución;
- La información recabada se basa en las metodologías establecidas por la OMT, de manera que pueda ser comparable con la de otros países y permita analizar el comportamiento turístico en el tiempo;
- El desarrollo del Observatorio implica el establecimiento de metodologías comunes para el levantamiento de la información, así como determinar quién participará en proveerla y cómo se difundirá.
- Igualdad y facilidad de uso, independientemente de sus capacidades y habilidades.
- Flexibilidad, que se adecúe a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales.



La información del Observatorio sustenta la toma de decisiones de los empresarios y funcionarios públicos que participan en el desarrollo de los destinos y la promoción turística del país; permite evaluar los resultados de las acciones implementadas para retroalimentar los procesos y ayudar a su ajuste, sirviendo como base para la elaboración de diagnósticos y análisis comparativos de los destinos turísticos, y como plataforma para la elaboración de modelos de predicción y gestión turística.

Líneas de acción

- Establecer alianzas con los actores que proporcionan información.
- Revisar y ajustar periódicamente el marco teórico y metodológico del observatorio turístico.
- Establecer un modelo que permita comprender el comportamiento del turismo de forma integral en cada destino, para orientar las decisiones estratégicas en materia de turismo.
- Diseñar la metodología de levantamiento de información encaminada a diagnosticar la situación del turismo en los destinos, que asegure la precisión de la información recabada.
- Recopilar y generar información de mercado que permita comprender las tendencias nacionales e internacionales.
- Implementar herramientas de análisis histórico, comparativo y prospectivo.
- Generar convenios y acciones conjuntas entre instituciones del gobierno nacional, los Gobiernos Municipales, universidades, empresas y otras organizaciones que puedan fortalecer la información del observatorio.
- Participar en las reuniones de la RED de Observatorios Turísticos de la OMT e incorporar los acuerdos a los sistemas salvadoreños.

B. Fomentar la inclusión del componente de sostenibilidad como eje transversal en la formación turística

Profundizar en el eje ambiental de la sostenibilidad como elemento transversal de lo económico y lo social, considerando que, de cara a las dinámicas y necesidades actuales del sector, la formación en turismo deberá incluir la educación ambiental

aplicada a la gestión del turismo, al mismo tiempo fomentar la anfitrionía y la cultura turística. A corto plazo, será necesaria la transversalización del componente ambiental y social en los procesos de formación de los actores turísticos impartidos por las Instituciones de turismo así mismo, fomentar que, las carreras de turismo impartidas por entes públicos o privados consideren los lineamientos de la presente Política y los criterios de sostenibilidad.

Líneas de acción

- Promover con el MINED y el Consejo de Educación Superior, la inclusión del turismo sostenible en la malla curricular pública y privada, a nivel básico, medio y superior con especial énfasis en aquellos centros educativos que ofertan programas de turismo a nivel de cursos, diplomados, bachilleratos, técnicos, carreras universitarias o postgrado.
- Fomentar la generación de espacios de intercambio de experiencias y conocimientos técnicos, así como el acceso a instrumentos y herramientas para que los actores turísticos a nivel nacional e internacional compartan su experiencia en gestión turística sostenible.
- Fomentar alianzas estratégicas con organizaciones de turismo a nivel mundial para el desarrollo de la capacidad técnica y científica del sector, acorde a la realidad del entorno turístico actual.
- Promover la revisión y adecuación permanente de la malla curricular de los programas de formación impulsados por las instituciones de Turismo, incluyendo en ella, la educación ambiental aplicada a la gestión del turismo sostenible; también la prevención y gestión de los impactos del turismo, la prevención de riesgos, gestión eficiente de recursos naturales, biodiversidad, uso responsable de sitios turísticos, cambio climático y otros temas relacionados al ambiente de relevancia para la actividad.



- Promover alianzas entre las Instituciones de turismo: las escuelas técnicas e instituciones de educación superior con carreras de y relacionadas al turismo; para la realización de investigaciones y prácticas que generen propuestas y beneficios a los destinos turísticos desarrollados o en desarrollo, bajo un esquema de trabajo multidisciplinario y de acompañamiento y que, además, brinde propuestas que contribuyan al desarrollo local, considerando su viabilidad y eficiencia.
- Fomentar conjuntamente con las autoridades competentes en la materia, la creación o fortalecimiento de programas de educación formal, capacitación técnica y profesional en turismo con temas de: gestión ambiental, interpretación del patrimonio natural y cultural, gestión turística sostenible, accesibilidad y desarrollo urbano relacionados con el turismo, biodiversidad, cambio climático, empresariedad sostenible, ecoeficiencia, consumo y producción sustentable y otros en materia de sostenibilidad turística dirigidos al recurso humano de las MIPYMES turísticas y actores locales del turismo.

C. Potenciar la formación de gestores de desarrollo de turismo sostenible en los territorios

Según la OMT, para los gestores y planificadores turísticos es crucial que las comunidades receptoras desarrollen un sentido de “propiedad” y responsabilidad con respecto al turismo sostenible. La participación de la comunidad se ve fortalecida cuando, ésta, a través del conocimiento, de la formación, la concientización y la sensibilización, puede ser artífice de su propio desarrollo, logrando beneficios económicos a la vez que, proteja sus recursos naturales y culturales.

Por consiguiente, constituir una plataforma técnica en materia de turismo sostenible a nivel municipal y comunitario, es fundamental para la territorialización de las estrategias y la generación de iniciativas locales sostenibles, así como de la creación de productos turísticos competitivos a nivel nacional e internacional.

Líneas de acción

- En conjunto con el MARN, MITUR fomentará programas de educación turística sostenible en los destinos, orientados a los prestadores de servicios, turistas, población local y municipalidades.



- Fomentar desde las Instituciones de Turismo, los Comités de Desarrollo Turístico y encargados de turismo de las Municipalidades, la educación y sensibilización al visitante en cuanto a su conducta, al realizar turismo en sitios naturales, según las condiciones de los ecosistemas locales a través de herramientas como la interpretación del patrimonio.
- Promover, desde las instituciones de turismo en conjunto con los actores turísticos locales, estrategias de comunicación y campañas dirigidas a la población en general, sobre cultura turística con énfasis en valorar y conservar el patrimonio natural y cultural del país.
- Procurar el fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico en su función de patrocinar y estimular a los centros de capacitación y adiestramiento, para preparar al personal especializado en todas las ramas relacionadas con el turismo, desde un enfoque de sostenibilidad.

D. Promover la investigación y la innovación sostenible dentro de las Instituciones de turismo

La sostenibilidad en el turismo es una construcción conjunta, sistemática y constante, hecha por todos los actores que, de manera directa o indirecta, forman parte de la actividad turística en el territorio. Requiere un compromiso de todos los implicados y el trabajo orientado a conseguir un fin común, el crecimiento de la industria turística y la expansión de sus beneficios para lograr el desarrollo en armonía con la naturaleza y la sociedad para una vida mejor.

En ese sentido, las instituciones de turismo juegan un rol muy relevante como actores locales, inmersos en el largo plazo en el destino, para generar información estratégica para la toma de decisiones, por lo que el fortalecimiento de su trabajo y de las alianzas lograrán, sin duda, sentar las bases para un turismo sostenible desde lo local.

Líneas de acción

- Fortalecer la investigación e infraestructura técnica, científica y tecnológica en turismo sostenible dentro de las Instituciones de Turismo.
- Promover la sistematización y difusión de experiencias de planes, programas o proyectos implementados por las Instituciones de Turismo, con el fin de acrecentar el acervo documental institucional y el cúmulo de aprendizajes.
- Impulsar alianzas regionales e internacionales para la investigación, transferencia tecnológica, desarrollo de la investigación y la innovación en el sector turismo con enfoque de sostenibilidad.

D. Incentivar el desarrollo de la empresarialidad sostenible impulsando la investigación para la innovación responsable dentro de las empresas privadas

Con el fin de promover una gestión empresarial turística que considere la incorporación de prácticas sustentables y novedosas en sus actividades, se fomentarán las conexiones entre turismo, creatividad y sostenibilidad, generando un espacio de innovación basado en investigación científica y sinergia con los demás actores del destino, ya sean turísticos o no, donde surjan propuestas de producto y herramientas de comercialización y gestión basadas en la sostenibilidad y la conservación de los recursos turísticos a través del fomento del talento, para el emprendimiento enfocado a personas con capacidad de cambio y liderazgo.

Líneas de acción

- Promover el trabajo conjunto entre las Instituciones de Turismo, empresa privada y academia, en la creación de modelos de operación sustentable en las empresas turísticas desde un enfoque multidisciplinario.

- Incentivar, a través de reconocimientos, la innovación en la gestión y operación sustentable de las empresas turísticas.
- Generar concursos de emprendimiento e innovación al interior de las empresas turísticas, en conjunto con startups, incubadoras y aceleradoras de negocios.
- Desarrollar una línea de apoyo institucional para los emprendedores sociales en turismo, que, mediante sus empresas, puedan resolver los retos ambientales y sociales de esta actividad.
- Fomentar acuerdos con las instancias que fomentan el desarrollo de ciencia, tecnología e innovación.

E. Desarrollar alianzas estratégicas con Universidades e Institutos Tecnológicos para el fomento de la innovación, investigación y desarrollo en materia turística.

Para lograr, el fin último de la sostenibilidad en el sector turismo, el sector académico juega un rol muy importante; se debe trabajar muy fuerte para definir, en conjunto, con el sector privado y social, líneas de investigación necesarias en turismo para comprender mejor los retos de esta actividad en El Salvador.

Una vez identificadas estas líneas de investigación, la formalización de acuerdos de investigación y uso de la información entre las instituciones de turismo del país y las Universidades, Centros de Investigación e Institutos Tecnológicos será clave para tener resultados concretos de investigaciones y soluciones técnicas para mejorar la sostenibilidad en el sector.

Líneas de acción

- Impulsar la creación de mecanismos de cooperación técnica con universidades e institutos tecnológicos, para el desarrollo, seguimiento y aplicación de indicadores turísticos de sostenibilidad en los destinos turísticos y el monitoreo del avance de la sostenibilidad del sector.
- Promover el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aplicadas a la gestión sostenible de destinos turísticos, productos y servicios.



Eje V. Planificación con capacidad de respuesta al cambio

La planificación de las políticas públicas para el desarrollo turístico sostenible debe ser una tarea de toda la sociedad, encabezada por el Gobierno y con la participación de los órganos legislativo y judicial, y de las autoridades y organizaciones sociales de los departamentos, teniendo como objetivo común transformar al sector turístico en un motor del crecimiento de la economía, en un sector que desarrolla y promueve la inclusión y la igualdad de oportunidades y en el reparto de los beneficios, en un sector que contribuye a reducir la pobreza, así como en un sector ejemplo en el aprovechamiento, manejo y conservación de un medio ambiente sano, de los ecosistemas y de los recursos naturales.

La planificación del desarrollo turístico sostenible como una política de Estado debe desarrollarse en un marco de participación democrática, que fortalezca y modernice el marco jurídico y normativo de los derechos y obligaciones de autoridades, desarrolladores, empresarios, operadores y prestadores de servicios, así como de los visitantes nacionales y extranjeros.

El proceso de planificación debe realizarse presentando a la sociedad un diagnóstico de los principales retos y de las mayores oportunidades que tiene El Salvador para transformar al sector en un motor perdurable del progreso económico y social del país, e integrando en objetivos, estrategias, líneas de acción, indicadores y metas, las principales demandas y aspiraciones de los sectores directamente relacionados con el sector y de los ciudadanos.

La planificación del sector turístico con visión de sostenibilidad debe incorporar instrumentos y mecanismos que incentiven la inversión nacional y extranjera en el sector, orientadas a desarrollar la competitividad de El Salvador frente a destinos alternativos, con especial atención a la formación y consolidación de las MIPYMES.

Durante los procesos de planificación, es importante tomar en cuenta elementos internos y externos que estén directa e indirectamente relacionados con el turismo, así como la visión de los distintos actores y expertos internos y externos en el tema, fomentando una visión integral y holística que promueva la innovación, para superar paradigmas y barreras definidas por la operación misma del sistema.

Objetivo

Asegurar la actualización de los instrumentos rectores de turismo mediante la incorporación de nuevas formas de planear y medir la sostenibilidad, tomando en cuenta las tendencias internacionales y el contexto del país, de las regiones y localidades turísticas.

Estrategias

A. Actualizar periódicamente la Política Nacional de Turismo.

B. Diseñar el Plan Nacional de Turismo alineado con la Política Nacional de Turismo.

C. Formular el Plan de Promoción Turística.

D. Apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y de gremiales en el ámbito turístico.

A. Actualizar periódicamente la Política Nacional de Turismo

La Política Nacional de Turismo es una propuesta que requiere establecer un proceso de mejora continua para adaptarse progresivamente a las nuevas condiciones del país y los mercados. En este sentido, la Ley General de Turismo establece la revisión y actualización de la Política cuando menos cada cinco años.

Este proceso, tiene en cuenta que el ciclo de las políticas públicas inicia cuando, gobierno y sociedad, identifican un problema específico o una oportunidad que requiere la participación colectiva para su solución o impulso; lo que implica un proceso de concientización y consenso, en el que se define la orientación de la política como medio para lograr la acción colectiva.

Una vez establecida la política, se definen los aspectos normativos que permitan sustentar legalmente las políticas a través de las instancias jurídicas correspondientes; se incorpora lo planteado en los proyectos y programas que traducen los lineamientos establecidos en conductas observables y acciones ejecutables en los que se asignan roles y responsabilidades de las distintas instituciones, organizaciones y actores participantes; se establecen los procedimientos, presupuestos, metas, tiempos y movimientos de los proyectos y programas, en función de una tradición de negociación, cooperación, decisión y consulta; se generan indicadores que permiten evaluar el cumplimiento de los planteamientos que dicta la política, y los impactos generados a partir de su implementación.

Para facilitar la actualización de la política, se implementan mecanismos de seguimiento, evaluación y retroalimentación, que permiten ajustarse a las condiciones del entorno y la mantienen vigente.

La actualización periódica de la Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador contempla el análisis de la evaluación de los resultados de las estrategias y líneas de acción formuladas, así como las tendencias internacionales en materia turística; y la observación cuidadosa de las nuevas condiciones, retos y oportunidades que surgen en el país.

Líneas de acción

- Revisión y actualización del marco jurídico correspondiente.
- Establecer indicadores y mecanismos de evaluación retroalimentar y ajustar la política periódicamente.
- Analizar las tendencias de gestión pública internacional, particularmente en el ámbito turístico.

- Analizar las tendencias del mercado turístico nacional e internacional, así como la situación actual de los destinos del país.
- Realizar consultas públicas para conocer las opiniones de los ciudadanos.
- Difundir las actualizaciones de la Política Nacional de Turismo.

B. Diseñar el Plan Nacional de Turismo alineado con la Política Nacional de Turismo

El Plan Nacional de Turismo (PNT) será elaborado por el MITUR con el fin de ordenar las acciones del sector y la utilización de los recursos públicos para el desarrollo del turismo, en consulta con los actores públicos y privados interesados.

El PNT contendrá los objetivos y metas a ser alcanzadas durante su vigencia con el fin de promover:

- La buena imagen de El Salvador y sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional.
- La llegada de turistas extranjeros, la extensión de su estadía y la movilidad de turistas en el mercado interno.
- La incorporación de segmentos especiales del mercado interno, en especial las personas de la tercera edad, los jóvenes y las personas con discapacidad.
- La definición de directrices y programas de apoyo al turismo de interés social.
- La protección del medio ambiente, de la biodiversidad y del patrimonio cultural de interés turístico.



- El estímulo al turismo responsable practicado en áreas naturales.
- La definición de acciones para un desarrollo turístico sostenible.
- La implementación de una cultura turística en la sociedad salvadoreña y todas las acciones que conlleven a lograr excelencia competitiva a través de la calidad en los servicios del sector turístico.

Líneas de acción

- Organizar los objetivos y estrategias en función de los lineamientos de la Política Nacional de Turismo.
- Establecer indicadores y mecanismos de evaluación de las acciones y estrategias que permitan evaluar y ajustar el plan.
- Analizar las tendencias del mercado turístico nacional e internacional, así como la situación actual de los destinos del país.
- Realizar consultas públicas para conocer las opiniones de los ciudadanos.

C. Formular el Plan de Promoción Turística

El Plan Nacional de Promoción Turística será elaborado por CORSATUR con el fin de ordenar las acciones mercadológicas del sector público y la utilización de los recursos públicos para la promoción del país y los destinos que lo conforman.

El Plan Nacional de Promoción Turística estará alineado con los planteamientos definidos en la Política Nacional de Turismo e incorporará los siguientes elementos:



- Un sistema de uso de marcas turísticas que establezca lineamientos para la combinación de las marcas de los destinos con la marca país.
- Una guía de mensajes, medios y formatos para comunicar eficientemente los valores de los destinos y los productos turísticos en los distintos momentos del viaje:
 - a. Antes del viaje: incidir en la decisión de visitar los destinos, invitar acompañantes y tiempo de permanencia.
 - b. Durante el viaje: aumentar el gasto y satisfacción de los visitantes.
 - c. Después del viaje: aumentar la recomendación y repetición.

Líneas de acción

- Establecer estrategias de mercadotecnia que combinen acciones de posicionamiento que generen deseo de compra, con resortes de presión que logren la venta.
- Desarrollar programas de lealtad que estimulen la repetición y recomendación de los destinos.
- Identificar áreas de oportunidad para establecer programas de relaciones públicas.
- Identificar los íconos representativos, nuevos descubrimientos, manifestaciones culturales, ferias, exposiciones, que fortalezcan el posicionamiento de los valores de diferenciación y la oferta de los destinos.
- Proponer mecanismos que articulen servicios turísticos acordes a las necesidades de la demanda y la dinámica de desarrollo del destino.

D. Apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y de gremiales en el ámbito turístico

La Política Nacional de Turismo representa una guía para la realización de planes y programas en el ámbito turístico.

La alineación de planes específicos a nivel municipal, regional y gremial permitirá que los actores respondan de manera coordinada y congruente, para fortalecer el desarrollo del turismo del país.

La difusión de la Política, entre las organizaciones que apoyan la realización de planes y programas turísticos a lo largo y ancho del país, permitirá capitalizar los esfuerzos individuales, comunitarios y nacionales para el fortalecimiento turístico del país, en este marco es clave tener una documentación del inventario turístico en el territorio, tanto a nivel de recursos como de atractivos turísticos, que permitan georreferenciar las necesidades de los territorios y junto con las municipalidades para llegar a crear planes coherentes que beneficien la actividad turística.

Líneas de acción

- Difundir la Política Nacional de Turismo entre las instancias que participan en la planeación turística en diferentes niveles.
- Recabar y ordenar los diferentes planes relacionados con el desarrollo del turismo.
- Identificar áreas de oportunidad para fortalecer la Política Nacional de Turismo, a partir de las experiencias particulares de los diversos planes que se desarrollen.





RESUMEN

Objetivo General

Impulsar la planificación participativa como estrategia para diseñar y gestionar un turismo que promueva el desarrollo responsable, justo y equitativo de los destinos para el disfrute y beneficio de los salvadoreños y los visitantes.

Objetivos Específicos

- Establecer un marco político rector para la planeación del desarrollo turístico sostenible de El Salvador, con el concurso de los principales actores del sector y los grupos de interés nacionales y locales.
- Orientar la planeación turística estableciendo modelos vinculados a criterios de sostenibilidad, que impulsen un consumo responsable para que la actividad turística sea un motor de progreso económico y social con perdurabilidad en el tiempo.
- Promover el diseño de espacios y actividades con criterios de inclusión y accesibilidad, que generen beneficios equitativos para el bienestar de las comunidades locales.
- Impulsar la investigación y creación de conocimientos a través de metodologías innovadoras y creativas, que aporten nuevos paradigmas y formas de cartografiar para estimular el desarrollo sostenible del país.
- Asegurar la actualización de los instrumentos rectores de turismo mediante la incorporación de nuevas formas de planear y medir la sostenibilidad, tomando en cuenta las tendencias internacionales y el contexto del país, de las regiones y localidades turísticas.

Eje I. Planificando en democracia

- A. Promover un enfoque transversal para el ordenamiento territorial que asegure que el turismo sea impulsor de la productividad integral del país.
 - B. Consolidar el modelo de planificación abierto y participativo del turismo de dentro hacia afuera con reciprocidad .
 - C. Impulsar la priorización del turismo como elemento integral del ordenamiento territorial.
 - D. Incorporar fórmulas innovadoras para planificar el manejo de recursos naturales y culturales del territorio
-

Eje II. Gestión con responsabilidad

- A. Incorporar las modalidades de consumo y producción sostenibles (CPS) en la cadena de valor turística.
 - B. Implementar sistemas de gestión de la sostenibilidad en la operación turística.
 - C. Desarrollar argumentos teóricos y modelos de gestión que impulsen sostenibilidad de la oferta turística del país.
 - D. Promover el diseño de esquemas de desarrollo y comercialización de productos turísticos sostenibles.
 - E. Fomentar la inversión en turismo sostenible, así como en proyectos turísticos que integren la dimensión ambiental y social en sus propuestas.
-

Eje III. Turismo accesible e incluyente

- A. Asegurar que todas las obras, construcción de infraestructura y facilidades para el turismo incluyan criterios de accesibilidad universal.
 - B. Fomentar el desarrollo de productos turísticos para personas con discapacidad, jóvenes, adultos mayores y grupos en situación de vulnerabilidad.
 - C. Posicionar a El Salvador como un destino empático, abierto a todos y con facilidades para el disfrute incluyente del turismo.
-

Eje IV. Conocimiento como base de la sostenibilidad

- A. Fortalecer el Observatorio Turístico.
 - B. Fomentar la inclusión del componente de sostenibilidad como eje transversal en la formación turística.
 - C. Potenciar la formación de gestores de desarrollo de turismo sostenible en los territorios.
 - D. Promover la investigación y la innovación sostenible dentro de las Instituciones de turismo.
 - E. Incentivar el desarrollo de la empresariedad sostenible impulsando la investigación para la innovación responsable dentro de las empresas privadas.
 - F. Desarrollar alianzas estratégicas con Universidades e Institutos Tecnológicos para el fomento de la innovación, investigación y desarrollo en materia turística.
-

Eje V. Planificación con capacidad de respuesta al cambio

- A. Actualizar periódicamente la Política Nacional de Turismo.
- B. Diseñar el Plan Nacional de Turismo alineado con la Política Nacional de Turismo.
- C. Formular el Plan de Promoción Turística.
- D. Apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y de gremiales en el ámbito turístico.

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



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
Tradición 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.

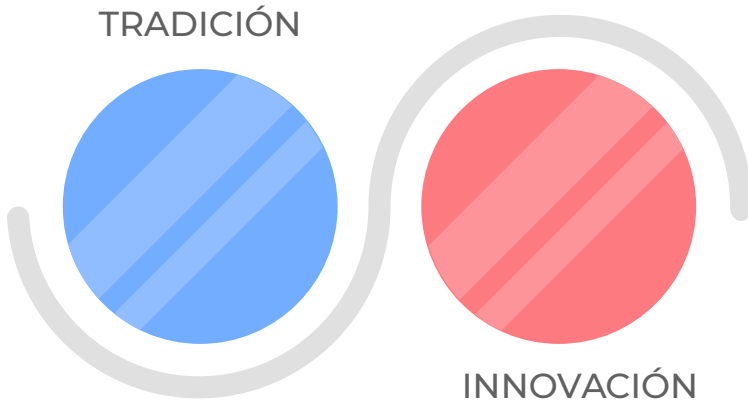
Las guías y turoperadores suelen hacer referencia a probar y experimentar sabores, conocer la forma de preparación de los alimentos o degustar ingredientes emblemáticos con valores nutricionales y significados culturales o hasta mágicos como atributos diferenciadores de los destinos. En este aspecto, 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

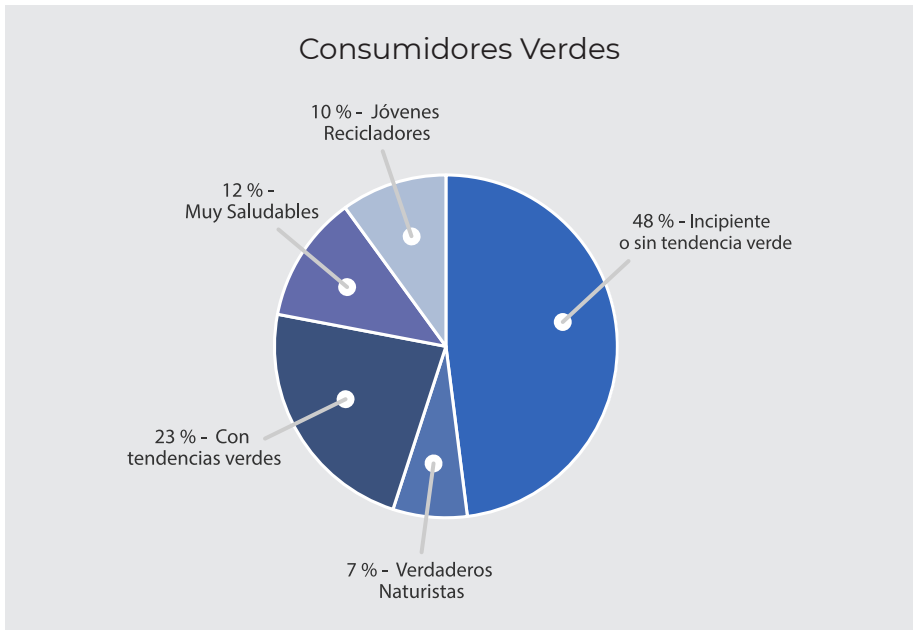
uso de tecnologías o buenas prácticas ambientales en la preparación culinaria son útiles para el relanzamiento que se busca para un nuevo consumidor.

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 diversidad 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.

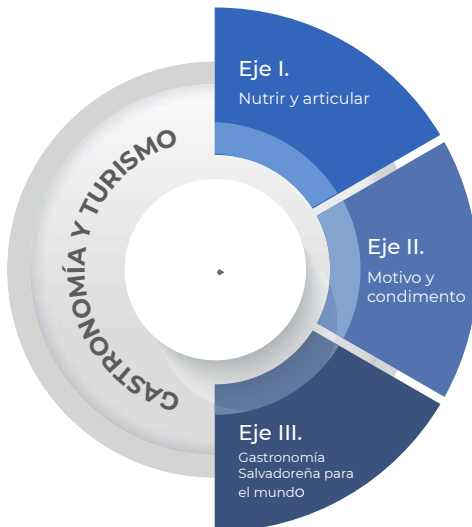
Los visitantes nacionales e internacionales cuyas actuaciones y actitudes nutren el carácter de los destinos que visitan.





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



TURISMO Y MARCA PAÍS

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 MARCA PAÍS EN EL SALVADOR	7
La identidad de un país no se crea, se descubre y se fortalece	8
Una marca sostenible	9
Estilo de vida salvadoreño	10
Vivencias y encuentros	11
Una marca para todos	12
Marcando el futuro	13
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	16
EJES ESTRATÉGICOS	18
Eje I. Vinculación de los elementos identitarios de la marca país con el turismo	19
Eje II. Posicionar la personalidad y los valores de la marca país en los mercados objetivo a través del turismo	26
RESUMEN	35



PRESENTACIÓN

En los últimos años, numerosas experiencias alrededor del mundo han mostrado cómo los países que se enfrentan al crecimiento de la competencia global mediante la construcción de marcas país han logrado impulsar la atracción de inversiones y talentos hacia sus territorios, respaldar el consumo o la preferencia de productos locales de exportación en los mercados nacionales e internacionales y aumentar el deseo de visitación de sus destinos.

El concepto marca-país se relaciona en una primera instancia con el concepto de identidad nacional como factor diferenciador, un tema que ha generado profundas controversias en los ámbitos legal, político, sociológico, comercial y académico.

La imagen de marca de un país no puede entenderse como una estrategia mercadológica creada por un solo actor, pues se relaciona la percepción que tienen los interlocutores directos, indirectos, reales y potenciales sobre las condiciones y atributos del país. Se construye mediante discursos históricos, políticos, religiosos y culturales, se asocia con objetos, lugares, ecosistemas, formas de producción, tecnología, arte, medios de inversión y personajes representativos y sobre todo con el estilo de vida de sus pobladores.

Dado que el turismo representa una de las principales oportunidades para fortalecer la notoriedad y popularidad de los países en el contexto nacional e internacional por su capacidad de transmitir las bondades de su entorno y las características más sublimes de la ideología e identidad de sus habitantes, es fundamental propiciar alianzas y establecer coincidencias entre los actores turísticos para asegurar que las campañas y mensajes turísticos se sostienen en lo que el país es y refuerzan su posicionamiento a nivel nacional e internacional.

En El Salvador la instancia encargada de proponer la estrategia de marca país es el Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA). En 2016 se diseñó una estrategia de marca país fruto de la interpretación de la identidad salvadoreña, que entrecruza los intereses y percepciones de diversos grupos de influencia en el posicionamiento del país. Durante el proceso se encontraron coincidencias en la identificación y conceptualización de atributos planteados en la Política Nacional de Turismo de 2013, definiéndola la personalidad del país como empática, positiva y dinámica, que se sustenta en los valores de solidaridad, tolerancia y orgullo.

Estos atributos proponen una síntesis clara y expresiva que recoge la esencia de El Salvador y los salvadoreños. Su posicionamiento depende de vincular el nombre del país y en su caso una imagen gráfica representativa, con mensajes e imágenes que consistentemente expresen y manifiesten estos atributos en los comunicados de los promotores e interlocutores clave. Entre ellos destacan las organizaciones relacionadas con el turismo que juegan un rol preponderante al asociar sus estrategias de comunicación con el estilo de vida salvadoreños, su forma de relacionarse, así como su vinculación con ofertas específicas y diferenciadas de los destinos que conforman el país, estableciendo estrategias particulares para los distintos mercados y segmentos de mayor oportunidad, pero siempre vinculando las expresiones de forma simbólica y subliminal con los atributos y valores propuestos.

En este sentido, la política de Turismo y Marca País propone asociar los esfuerzos de comunicación turística, los recursos, atractivos, destinos y productos que fortalezcan el posicionamiento de los atributos de personalidad y los valores que plantea el concepto desde un enfoque de relación de vivencias y encuentros, para lograr una comunicación alineada, una apropiación de esta hacia el interior, y un mejor posicionamiento de El Salvador en el exterior.

Esta Política se articula a través de dos ejes: Posicionar la personalidad y los valores de la marca país en los mercados objetivo a través del turismo y vinculación de los elementos identitarios de la marca país con el turismo. Ambos refuerzan el modelo que de dentro hacia fuera con reciprocidad que se ha implementado en el país en la última década.

La Política de Turismo y Marca País 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:

Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta para apoyar el posicionamiento competitivo de la imagen del país sólida y consistente ante los salvadoreños y el mundo.



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 MARCA PAÍS EN EL SALVADOR

El debate de las marcas de lugar en América Latina, se centra actualmente sobre aspectos relacionados con la transición democrática y la búsqueda de mecanismos para afrontar desafíos sociopolíticos y comerciales en el mundo contemporáneo. El tema se complejiza con el resurgimiento de la pluralidad en todos sus aspectos, ante

una situación globalizadora en que las regiones o ciudades han dejado de esperar que los gobiernos nacionales definan su futuro y emprenden acciones para fortalecer su imagen en aras de atraer inversiones directas, estimular la llegada de turismo y lograr un marco de gestión más independiente.

*La identidad de un país
no se crea, se descubre y se
fortalece*

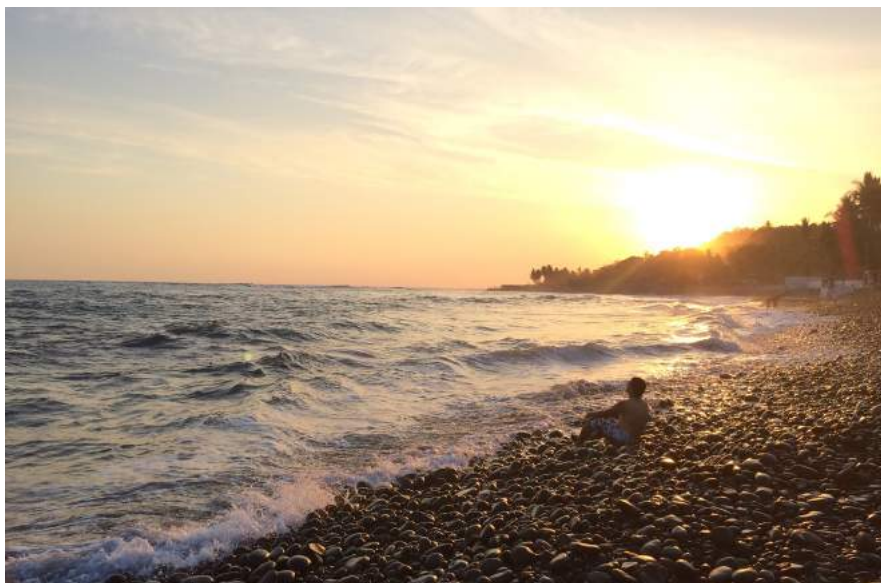
Mientras que las marcas comerciales necesitan ser interiorizadas por los clientes, el éxito de la marca país y la transmisión de identidades territoriales, nos lleva a apuntalar lógicas de creación, uso y significación distintas pues son marcas colectivas que requieren necesariamente que los actores locales las interioricen, las hagan suyas y las compartan, pues se plantean desde el principal capital activo del lugar: la identidad.

Las identidades de los lugares se construyen mediante discursos históricos, políticos, religiosos y culturales, también a través del conocimiento local y con la interferencia inevitable de las luchas de poder. Es así que las marcas-

país deben gestionarse de manera coordinada entre diferentes instancias de gobierno, el sector privado y social, pues requieren de la concurrencia de organismos de relaciones exteriores, comercio, desarrollo social promoción de inversión y turismo.

La imagen de un país es la percepción que tienen los interlocutores directos, indirectos, reales y potenciales de los países. Esta percepción es equivalente a la suma de todos los elementos que componen el país, más los elementos que se generan para comunicar sus características.

Todos los países son diferentes, así compartan elementos comunes. La diferenciación, es un requisito permanente en la construcción de una identidad de marca que implica considerar el conjunto de características, valores y creencias con las que la sociedad se auto identifica y se auto diferencia de las demás.



Una marca sostenible

Para construir marcas sólidas en pro de la sustentabilidad, es necesario estimular respuestas psicológicas y sociológicas positivas entre los interlocutores.

Basarse en el supuesto de que las personas actúan impulsadas por orientaciones racionales y creer que los clientes son capaces de valorar la sustentabilidad por su bien, por el bien del planeta o por el futuro, son argumentos que no necesariamente logran motivar las conductas y actuaciones de los interlocutores. Lejos de invitar a la acción, los argumentos fatalistas provocan en los interlocutores apatía y una sensación de impotencia que los paraliza.

El estudio realizado por Gallup reporta que incluso en el mercado europeo que es considerado altamente consciente, el 72 % de las personas consideran el problema ambiental como algo del futuro y no de hoy, y que provoca más empatía o culpa, que una motivación a cambiar de estilo de vida, consumo amigable con el entorno o la realización de acciones para evitar su deterioro.

Es necesario evitar combinar mensajes basados en el asombro, el disfrute y el amor a la vida con argumentos relacionados con el valor económico de la biodiversidad, pues esta mezcla resulta incongruente y hasta ofensiva para la mayoría de los interlocutores no especialistas y lejos de motivarlos, los desactiva. Los mensajes relacionados con el valor económico de la biodiversidad pueden ser efectivos para los responsables de generar políticas públicas o inversiones empresariales, aunque no para los viajeros.

Para captar la atención e imaginación de los interlocutores en pro de la sustentabilidad es necesario generar fascinación y conexión con la naturaleza y la cultura, proponiendo beneficios concretos y personales vinculados con el disfrute de la biodiversidad, la cultura y los productos y servicios asociados.

Por otra parte, los mensajes que invitan a la acción fortalecen el valor de las marcas al generar interés por descubrir y experimentar los productos y servicios relacionados con la marca país. Los cambios de actitud y comportamiento más significativos se logran a través de experiencias disfrutables y un sentido de fascinación hacia la vida, apoyándose con una llamada a la acción que incorpore beneficios personales y emocionales como inspiración para transformar el estilo de vida de los interlocutores.



Estilo de vida salvadoreño

Las marcas-país de El Salvador se relaciona con el estilo de vida de sus habitantes, con objetos, lugares, ecosistemas, formas de producción, arte, y personajes representativos. Gestionada de forma adecuada, permitirá cambiar principios económicos, medios de inversión, tecnología, turismo y comercio exterior.

Los esfuerzos de PROESA por desarrollar una marca clara y representativa del país son fruto de la interpretación del espacio y la identidad salvadoreña en donde se han entrecruzado y entretejido los intereses de grupos diversos que han encontrado en ella un ámbito que los diferentes sectores y actores que habrán de posicionarla a nivel nacional e internacional, lo que constituye una importante herramienta para construir

un lugar con sentido que genere lealtad y sentido de pertenencia entre los habitantes así como competitividad con impacto en la economía, política y diplomacia.

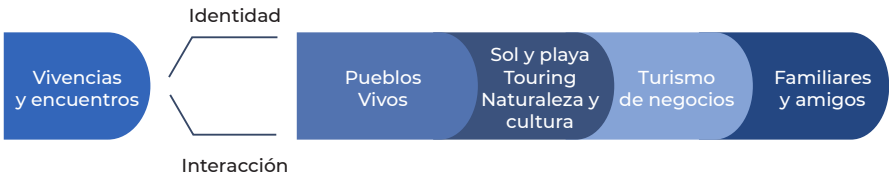
El sentir de los salvadoreños que se encuentran en la búsqueda de un futuro compartido, armónico e integrador que sustenta la pertinencia de la noción de vivencias y encuentros como el enfoque de relación que enmarca el diseño y posicionamiento de la actividad turística en el país se vincula con posicionar una oferta diferenciada y competitiva. Este enfoque está vinculado con la personalidad de la marca país que lo define como una entidad empática, positiva y dinámica, así como con los valores de solidaridad, tolerancia y orgullo.



Vivencias y encuentros

El enfoque de vivencias y encuentros que se plantea desde el ámbito turístico salvadoreño se fortalece con la articulación de la estrategia Pueblos Vivos como una fórmula transversal de desarrollo que impulsa el turismo interno, pone en valor la identidad, costumbres, tradiciones y valores autóctonos de los

anfitriones salvadoreños; estimulando la participación e integración de los habitantes de los distintos municipios del país, en acciones que fomentan estos atributos; potenciándolos como atractivos y productos turísticos que se comparten entre los salvadoreños al tiempo que fortalecen la oferta turística del país.



La noción de vivencias y encuentros en las líneas de producto relacionadas con el ocio y la recreación, como las modalidades de sol y playa, touring, actividades en contacto con la naturaleza y la cultura, se vincula con el contacto e interacción que se comparten durante

el viaje, de los visitantes con la población local; además de que permite a cada destino presentar los valores identitarios propios, para formar un mosaico perceptual que fortalezca la imagen del país en su conjunto.



Una marca para todos

El posicionamiento de la marca se relaciona con mensajes genéricos apoyados por expresiones específicas orientadas a cada segmento de interés.

- En los productos y segmentos de negocios, congresos y convenciones, que representan una modalidad de oportunidad para el turismo en el país, particularmente en el mercado centroamericano, el concepto de vivencias y encuentros presenta a El Salvador como un lugar de reunión, en el que se logra la concurrencia productiva de personas de diversos orígenes, aprovechando la posición geográfica y la infraestructura instalada, que es la mejor de la región.
- En los productos y segmentos relacionados con visita a familiares y amigos, el concepto de vivencias y encuentros no sólo es pertinente, sino definitorio, pues de esto se

trata la visita, de encontrarse con personas afines y significativas para los viajeros

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

El modelo promocional de El Salvador se orienta, entonces, a lograr el posicionamiento de la marca país asociada con el enfoque de relación y el estilo de vida salvadoreños; así como de la oferta específica y diferenciada de los destinos que lo conforman, estableciendo estrategias particulares para los distintos mercados y segmentos de mayor oportunidad.



Marcando el futuro

Para tener éxito en los mercados de viajes, es necesario romper los paradigmas que marcaban las tendencias de venta y consumo en la industrialización, que hoy se encuentran en franco declive, y orientar las estrategias de mercado hacia lo que está determinando el futuro en los ámbitos de desarrollo de producto, posicionamiento y comercialización.

El manejo y posicionamiento de la marcas país se vincula con los constantes cambios que producen nuevos estilos de vida y consumo impulsadas por diversos factores entre los que destaca el impacto de las nuevas tecnologías interactivas y su incorporación a todas los ámbitos de producción,

comunicación y gestión; el aumento en la esperanza de vida, la mayor participación de las mujeres en la economía familiar, la globalización e inmigración, así como una mayor responsabilidad ética y ambiental que inciden fuertemente en la cultura, la sociedad y la multidimensionalidad de los segmentos, así como en nuevas formas de organización y de relacionarnos.

Las tendencias sociales, culturales, ambientales, económicas y de mercado han dejado de ser inercias masivas y apuntan una progresiva personalización que implica la reinterpretación de las expresiones de las marcas, los productos y las experiencias turísticas.

Tendencias decrecientes

Las decisiones de compras y consumo se realizan desde una perspectiva funcional y racional.

Los consumidores identifican claramente el propósito de sus compras y deciden con una expectativa clara. Más susceptibles a productos y servicios masivos y útiles en la vida diaria.

Los clientes son comprendidos como un grupo pasivo orientado por los oferentes.

Tendencias crecientes

Las decisiones de compra y consumo se realizan desde perspectivas hedonistas, auto afirmantes y compensatorias.

Los consumidores están abiertos a nuevas experiencias, tienen pocas preconcepciones sobre nuevos servicios. Aprecian características individuales y únicas de productos y servicios y lugares que enfatizan lo espectacular, que son populares, disfrutables y accesibles.

Los clientes tienen la habilidad de crear y encontrar valor en lo que adquieren.

Tendencias decrecientes

Las expectativas de los consumidores son predecibles y tradicionalistas, tiene necesidades más homogéneas y se conforman con lo ofrecido.

Las personas usan su capacidad analítica racional en términos de consumo y comportamiento, procesan la información de forma lineal.

Las preferencias y patrones de comportamiento se diferencian por género en función de roles estereotipados subestimado el sentido colectivo y conformista.

El concepto de estilo de vida está fundado en el orden y la constancia que dan seguridad.

La identidad de las personas está fuertemente segmentada, anclada a ocupaciones individuales tradicionales y a un estatus social.

Los grupos sociales tienen un futuro trazado que incide en sus decisiones de compra y comportamiento. Son leales a una empresa, marca o producto.

Tendencias crecientes

La experimentación y el placer instantáneo son más importantes para los consumidores que la confiabilidad, están en constante búsqueda de estimulación y la innovación.

Las personas son más individualistas y holísticas en sus necesidades y preferencias. Sus gustos son altamente cambiantes y son capaces de hacer, pensar y querer variar cosas a la vez.

Las preferencias y patrones de comportamiento se desvinculan de los estereotipos de géneros a partir de gustos y significados individuales y un sentido de estilo propio que se despliega a través de opciones individualizadas.

Se suscriben a múltiples estilos de vida y sistemas de valores incompatibles y se disfruta la discontinuidad.

Las identidades se construyen a través de imaginaria (valores simbólicos), están en búsqueda de desarrollo y se autoafirman a través de símbolos (marcas) que identifican productos y servicios.

Los individuos viven el momento y no son capaces de expresar claramente los significados de lo que buscan. Evitan el compromiso y ejercitan la libertad de movimiento y decisión.

El diseño de estrategias para el posicionamiento de la marca país requiere transformar los paradigmas de comunicación y aprendizaje para lograr incidir en los mercados de viaje y las cadenas de valor relacionadas con el turismo.



OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta para apoyar el posicionamiento competitivo de la oferta turística del país.

Objetivos Específicos

- Identificar las áreas de oportunidad y los campos producto-mercado que fortalezcan la marca país.
- Orientar los esfuerzos mercadológicos de los actores que participan en la promoción de la imagen del país para lograr un posicionamiento consistente y congruente en el mercado nacional e internacional.



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 marca país 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, Secretaría de Cultura, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Ministerio de Economía, Viceministerio para los Salvadoreños en el Exterior, Dirección General de Migración y Extranjería, Red Consular, Agencia de Promoción de Inversiones de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.



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 (CASATUR), Asociación de Líneas Aéreas, Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje, Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas en El Salvador (AVA), Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH), Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), Asociación Salvadoreña de Touroperadores (ASOTUR), Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico en el ámbito local (CDT) y asociaciones de desarrollo comunal (ADESCO) entre otros.

Los **empresarios** del turismo, el comercio, los servicios, y la producción industrial, agropecuaria y artesanal 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 de la cadena de valor del turismo.

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

Dada la relevancia e importancia que representa la marca país para el posicionamiento de los productos y servicios turísticos y la incidencia del sector en su promoción, se plantean dos estratégicos que se vinculan con el modelo de dentro hacia fuera con reciprocidad.

Eje I.

Vinculación de los elementos identitarios de la marca país con el turismo

TURISMO Y MARCA PAÍS

Eje II.

Posicionar la personalidad y los valores de la marca país en los mercados objetivo a través del turismo



Eje I. Vinculación de los elementos identitarios de la marca país con el turismo

El valor de la marca de El Salvador se retroalimenta y conforma a partir de la valoración y ostentación de los elementos identitarios que plantea la marca país.

La consistencia y el fortalecimiento de la marca no solo implican utilizar los elementos gráficos simbólicos que se propongan, sino vincular los comunicados que se generen desde turismo con los valores centrales las estrategias de desarrollo, comunicación y promoción turística para hacer evidente la congruencia entre los dichos y los hechos que la sostienen.

Objetivo

Llevar a la acción activa la personalidad y los valores que definen la marca país El Salvador, permitiendo el empoderamiento e identificación de los actores sobre los mismos.

Estrategias

A. Promover la expresión de la personalidad y los valores de la marca país entre los interlocutores internos que se relacionan con el turismo.

B. Promover el uso de los elementos gráficos de la marca país en los comunicados turísticos.

C. Asociar la marca país de el salvador con marcas turísticas que le son afines y fortalecen su posicionamiento

A. Promover la expresión de la personalidad y los valores de la marca país entre los interlocutores internos que se relacionan con el turismo

Entre los principales retos que enfrenta el posicionamiento consistente de la marca país, está lograr que las personas que conforman la cadena del turismo, reconozcan y adopten los valores que definen la marca, de manera que se transmita una imagen clara, consistente y relevante de lo que el país es y lo que lo identifica, librando la marca país de un esfuerzo gubernamental a evolucionar a una auténtica identidad nacional. La imagen de marca no sólo es una cuestión de emisión, sino de recepción, y adquiere fuerza, en tanto logra comunicar los valores que representa, a los públicos que le dan significado.

La promoción de los valores y personalidad de la marca país entre los interlocutores, y la capacidad de incidir en ellos para que los proyecten en sus comunicaciones, será determinante para el posicionamiento sólido y consistente de la misma; por lo que se establecerán acciones permanentes desde distintos ámbitos de actuación, con el objetivo de que exista consistencia e integralidad entre lo que se dice del destino y lo que se vive.

Los objetivos de comunicación respaldan estos valores y se refuerzan con contenidos particulares para cada público objetivo, y así fortalecer la percepción de la imagen del país.

Funcionarios públicos

Fomentar la participación de las instituciones nacionales y los gobiernos locales en el desarrollo y la promoción de la marca país.

Empresarios y prestadores de servicios locales

Difundir y fomentar los valores corporativos y de los productos emblemáticos del país utilizando la marca país como referente

Medios de comunicación y líderes de opinión

Aumentar el interés por promover los valores de la marca país frente a los interlocutores internos y externos amarrándolos a experiencias turísticas en el país.

Compradores potenciales

Aumentar el prestigio y deseo de compra de los productos nacionales, con una clara identificación turística de los mismos.

Viajeros potenciales

Aumentar el deseo de visitar, vivir experiencias en el país y/o los destinos que lo conforman.

Viajero en los destinos

Aumentar el deseo de realizar actividades y compras locales, aumentando el gasto per cápita y la satisfacción de los viajeros con compras exclusivas del destino.

Intermediarios turísticos (Tour operadores y agentes de viajes)

Aumentar el interés por comercializar la oferta turística de El Salvador, basándose en los valores de la marca país que son un reflejo de la realidad en el destino.



Líneas de acción

- Identificar acuerdos con instituciones nacionales, regionales y locales para difundir los valores de la marca país y motivar su adopción.
- Proporcionar a los interlocutores, elementos que les permitan comprender y transmitir lo que la marca país significa.
- Generar y difundir un manual de marca didáctico de fácil lectura para explicar los valores de la marca país entre los principales interlocutores.
- Llevar a cabo talleres, foros y seminarios con los empresarios turísticos, influencers y medios de comunicación para socializar los valores de la marca país, proporcionando herramientas para adoptarlos.
- Resaltar la personalidad empática, positiva y dinámica de la marca promoviendo un estilo de vida abierto, familiar y dinámico en los textos e imágenes que se proyecten en capacitaciones a empresarios y agencias de publicidad nacionales.
- Potenciar a favor de la actividad turística, acontecimientos y tendencias regionales, nacionales y globales que se vinculen con los valores de solidaridad, tolerancia y orgullo.
- Sensibilizar a los actores locales para lograr su compromiso con la personalidad y valores de la marca país, por medio de generar vínculos funcionales, emocionales, sensoriales y de auto expresión, que reflejen la personalidad y valores de la marca país.

B. Promover el uso de los elementos gráficos de la marca país en los comunicados turísticos

La expresión gráfica simbólica de la marca país a través de un logotipo y un slogan, ocupa un lugar destacado en el repertorio de recursos de comunicación necesarios para posicionar al país y sus productos, pues permite que los públicos internos y externos asocien un símbolo a los significados de la identidad nacional con una expresión concreta, accesible y tangible.

En el ámbito turístico se buscará que los elementos visuales y textuales que se vinculan con sus estrategias de comunicación se relacionen de forma clara y contundente con la propuesta de marca país, acompañándose de imágenes y textos que evoquen un estilo de vida empático, positivo y dinámico que se relacione con la idea de vivencias y encuentros que sumen significado a la marca país, en este punto el recurso clave es contar historias reales en lugares del país que reflejen los valores y la personalidad.

Líneas de acción

- Revisar y evaluar periódicamente los impactos y lectura de las campañas marca país, ajustándolo a la propuesta de valor de la marca país y sus significados asociados.
- Generar y difundir el manual de trazo y uso corporativo de logotipo, slogan y otros elementos gráficos que se utilicen como elementos representativos de la imagen del país, para su correcta aplicación.
- Promover el uso gratuito y consistente de los elementos identitarios que identifican los valores de la marca para acompañar sus expresiones gráficas (logotipo).
- Usar la metodología de contar cuentos, utilizando texto, música e imágenes que proyecten de manera dinámica la personalidad de la marca en todos los mecanismos de comunicación.
- Crear en la semana del turismo un reconocimiento nacional al empresario o empresaria que puedan entrelazar de manera exitosa la vivencia de la actividad turística nacional como una expresión de la marca país, vinculada transversalmente al segmento de bien o servicios que pertenece.



C. Asociar la marca país de El Salvador con marcas turísticas que le son afines y fortalecen su posicionamiento

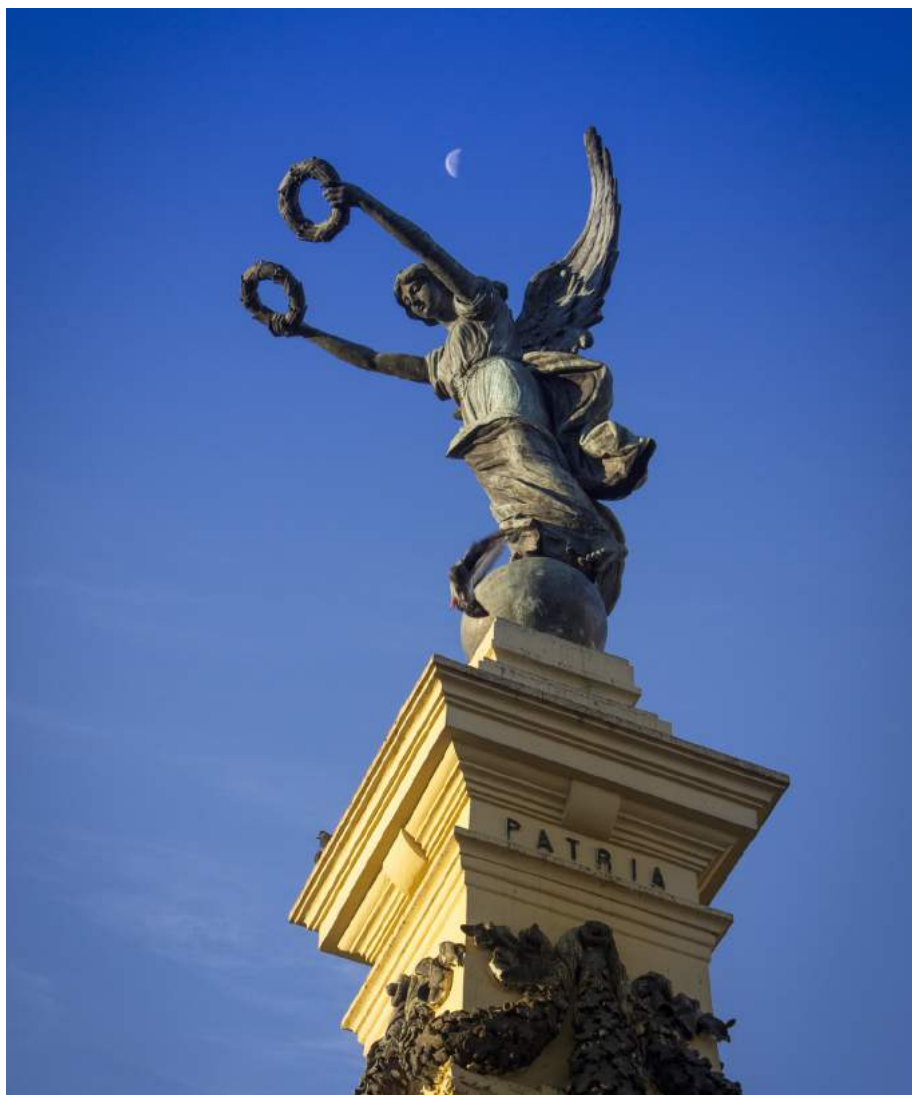
Una de las estrategias más eficaces para fortalecer el posicionamiento de marca de países que no tienen un posicionamiento fuerte en el mundo, es su asociación con las marcas de las regiones a que pertenecen, así como de empresas y proyectos cuyo conocimiento general y prestigio sean mayores frente al público objetivo al que se busca impactar.

El posicionamiento de El Salvador en los mercados de larga distancia, deberá asociarse con las marcas Centroamérica y Mundo Maya, para facilitar su ubicación en el mundo y su relación con la diversidad cultural y natural de estas regiones a las que pertenece.

Líneas de acción

- Emplear la referencia de Centroamérica y Mundo Maya en los comunicados hacia mercados de larga distancia.
- Utilizar los logotipos de Centroamérica y Mundo Maya como refuerzo de los comunicados internacionales.
- Participar activamente en las estrategias y acciones de promoción y posicionamiento de Centroamérica y Mundo Maya.
- Tener presencia y participación relevante en los eventos y actividades de promoción del Sistema Integración Turística de Centroamérica.
- Utilizar la marca en material de comunicación de manera asociativa a la FCCA (Floridan Caribbean Cruise Association) para establecer clara correspondencia con los pasajeros de líneas de cruceros, y los valores de la marca al vivir el destino.
- Utilizar en material de comunicación la marca de manera vinculada con la OMT (Organización Mundial del Turismo) como referente internacional del turismo.
- Utilizar en material de comunicación la marca asociada a las federaciones deportivas que salgan de las fronteras patrias a eventos internacionales para que puedan proyectar las vivencias de los valores de la marca en su atuendo, equipo deportivo, transporte al lugar entre otros elementos específicos de cada disciplina.

- Fomentar con las agencias de publicidad nacional el utilizar la marca país, como única marca vinculada de manera directa con todos los productos turísticos que el país proyecta en el exterior e interior y que representan los valores de la misma.
- Utilizar la marca de manera activa con las aerolíneas y transporte terrestres que cruzan frontera, colocando la marca en todo el material promocional al hacer referencia a El Salvador.
- Crear un reglamento que desligue la marca país de acciones políticas/gubernamental de cualquier índole.





Eje II. Posicionar la personalidad y los valores de la marca país en los mercados objetivo a través del turismo

El posicionamiento de la marca país de El Salvador en los mercados objetivo depende de la consistencia, frecuencia y pertinencia de uso de los elementos centrales de comunicación, lo que fortalece el posicionamiento de la imagen del país en su conjunto.

El posicionamiento de la marca país de El Salvador a través del turismo se respaldará en una estrategia de dentro hacia afuera, de manera que tanto el logotipo como el slogan y otros elementos gráficos y significantes que los acompañen, sean utilizados en todos los niveles de comunicación por las instituciones y empresarios que desarrollan los productos y destinos turísticos, con el objeto de apoyar la imagen del país.



Objetivo

Poner en operación mecanismo que permitan que el mercado internacional pueda conectarse con la personalidad y valores de la marca país, no solo percibiendo sobre ellos sino invitándolo a que pueda experimentarlo en primera persona, despertando la empatía y curiosidad de poder vivirla.

Estrategias

A. Asociar los elementos más representativos y competitivos de la oferta turística con la marca país de El Salvador.

B. Diseñar campañas de comunicación y acciones de mercadeo acordes con los valores de la marca país

C. Promover la difusión de los valores de la marca país a través del personal de contacto del visitante

D. Aproducir y distribuir material informativo y productos promocionales identitarios turísticos en sitio que reflejen marca país

A. Asociar los elementos más representativos y competitivos de la oferta turística con la marca país de El Salvador.

La marca país tiene que velar por la identidad diferenciadora, el posicionamiento en el mercado y la imagen., Para el primer elemento la identidad de El Salvador, está compuesta no solo de sus características definidas en la personalidad y los valores de la marca que son intangible, sino que trasciende a elementos tangibles territoriales que se reflejen en aspectos palpables por medio de los cinco sentidos, que además de los elementos históricos, geográficos, topográficos nacionales, está compuesto también por elementos que suplen necesidades sensoriales; y es esta sumatoria lo que compone los recursos turísticos de un país. Son los recursos turísticos del país a los que se les suma el impulso empresarial para integrar así la oferta turística.

Es de interés de esta cartera que la oferta turística sea lo más geográficamente diversa pero lo más holística en el sentido que los atractivos turísticos estén complementados por servicios ofrecidos por el empresariado nacional. Es en este enfoque que se propone posicionar los elementos gráficos de la iconografía reflejada en el simbolismo del actual logo donde se convergen destinos y actividades del turismo nacional como herramientas para cerrar la brecha en la concepción de imagen país entre lo percibido del destino con lo que en realidad se vive en él, buscando que la realidad sea positiva y agradable para el visitante en todo sentido, lo cual conllevara a un posicionamiento ganador.

En esta acción el rol que juegan dos mecanismos diferentes entre sí pero claves para el posicionamiento de los elementos más representativos de la oferta turística son: el servicio exterior, y las redes sociales. Ambos puntos de convergencia son estratégicos ya que estos dos medios permiten herramientas que dan un vistazo dentro de las ventanas abiertas de la imagen del país expresada al visitante y será en estos dos mecanismos que nos basaremos para generar líneas de acción específicas



Líneas de acción

- Crear una estrategia de imagen marca país/ oferta turística estandarizada en las sedes de embajadas o consulados en el exterior.
- Suplir de materiales impresos y audio visuales de la oferta turística al servicio exterior para ser proyectado en los eventos que se atienden, por medio de los cuales se asimilara los valores y personalidad de la marca país.
- Entrenamiento continuo al servicio exterior en el inventario de oferta turística actual para que de primera mano puedan hablar de los productos que hacen vivir la experiencia de la marca país.
- Actualizar al servicio exterior de las diversas ofertas turísticas.
- Fomentar la publicación de novedades y promociones por medio de la página web oficial y redes sociales de los distintos actores definidos como claves.
- Promocionar la oferta turística amarrada a los valores de la marca país por medio de facebook, twitter, youtube, pinterest, instagram y otras redes sociales creando conceptos innovadores que creen tendencias.
- Generar presencia y posicionamiento de marca en la red, utilizando recursos como (#) o videos cortos que cuenten historias reales de la identidad de la marca, buscando la viralizacion de los mismos.
- Promover el tráfico de visitantes a los sitios web institucionales y sus cuentas de redes sociales.
- Promocionar eventos o actividades que resaltan los valores y personalidad de la marca país para compartir con los públicos meta, por medio de diversos canales de comunicación digital.
- Optimizar la presencia de la marca país en las redes sociales y buscadores de internet, con la finalidad de mejorar y aumentar su presencia en los resultados de exploración de los buscadores más importantes de la red.

B. Diseñar campañas de comunicación y acciones de mercadeo acordes con los valores de la marca país

Las acciones de comunicación de cada producto/mercado, combinan sinérgicamente acciones de “aspiración” o deseo de compra sobre los consumidores, con acciones de “presión” a través de los intermediarios.

En este sentido, deberán considerarse los estados de desarrollo de los destinos o servicios, para pasar progresivamente de una comunicación de imagen general, a comunicaciones más puntuales sobre los productos específicos, en la medida en que estos estén suficientemente estructurados operativa y comercialmente como ofertas específicas.

Los mensajes deberán contener elementos que promuevan los valores de la marca país y de productos específicos, fortaleciendo los objetivos comunicacionales que se establezcan en cada caso, para adecuarse a los diferentes segmentos de mercado, teniendo en cuenta tres condiciones:

El posicionamiento de los productos o ideas

Las expectativas del público objetivo y la posibilidad real de satisfacerla

Evitar y contrarrestar los elementos distorsionadores que pueden provocar una percepción equivocada del mensaje



Líneas de acción

- Establecer mecanismos visuales de intercepción de los valores y personalidad de la marca país para ser proyectados en todas las representaciones en el exterior del territorio incluyendo Stands en ferias comerciales turísticas, adecuaciones de embajadas o consulados y fronteras terrestres o aéreas.
- Alinear las campañas en medios tradicionales y no tradicionales con la estrategia de marca país.
- Establecer mecanismos de medición y ajuste de las campañas de comunicación y promoción.
- Incorporación de nuevas tecnologías y participación empresarial en las campañas de promoción y comunicación.
- Fortalecer las fuentes de financiamiento que aseguren la continuidad, consistencia e intensidad de las campañas.
- Implementar un sistema de inteligencia en mercadotecnia enfocada a la generación de información de mercado para la evaluación, diagnóstico y resultados esperados de los esfuerzos de promoción y mercadeo.
- Promover el uso de elementos positivos que coadyuven a construir una imagen de seguridad y competitividad de El Salvador.
- Promover el diseño y difusión de material audiovisual que resalte los valores de la marca país en medios digitales.

C. Promover la difusión de los valores de la marca país a través del personal de contacto del visitante

Los turistas buscan información entre la comunidad local. El conocimiento de la población y particularmente del personal de contactorecepcionistas, guías, taxistas, meseros, dependientes de las tiendas, sobre los atractivos, productos y quehaceres de la localidad; así como su disposición a informar a los visitantes sobre ellos, es clave para responder con oportunidad frente a las necesidades de información de los visitantes hacerlo de una manera alineada con lo que el visitante está esperando recibir en el destino.

Es así, que la principal estrategia para difundir información en sitio, se vincula con propiciar el conocimiento, las habilidades de comunicación y la actitud del personal de contacto, el cual debe ser congruente con la personalidad y valores de la marca que se ha promovido, de la misma manera es clave también dotarlos de herramientas que les permitan incidir en la satisfacción, el gasto, la estadía y la recomendación de los destinos por parte de los visitantes.

Líneas de acción

- Identificar a las personas que tienen contacto directo y frecuente con los visitantes.
- Capacitar a este personal de contacto en la personalidad y valores de la marca país
- Establecer mecanismos de medición y ajuste de las campañas de comunicación y promoción.
- Realizar viajes de familiarización con el personal de contacto, para asegurar que conozcan su región y puedan recomendar los destinos y actividades.
- Generar guías para personal de contacto que incorporen principios de anfitriónia amarrados con la identidad de la marca país.
- Desarrollar un programa de comunicación y motivación de anfitriónia, en base al concepto rector de la Política Nacional de Turismo.

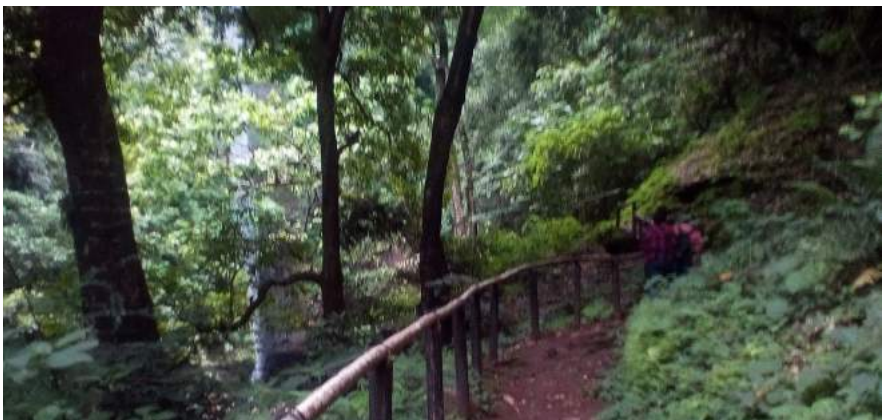


D. Producir y distribuir material informativo y productos promocionales identitarios turísticos en sitio que reflejen marca país

El diseño del material informativo y productos promocionales identitarios para viajeros que ya se encuentran en los destinos, estará orientado a promover su desplazamiento dentro de los destinos y sus regiones, a mejorar la experiencia de los turistas durante su estadía, a aumentar el consumo de servicios y productos en los destinos, y a posicionar la marca país y las marcas de los lugares de visita.

Es fundamental diferenciar el nivel de información que requiere un turista durante su estadía, de la que requiere para decidir el viaje. La precisión y extensión de la información que necesitan los turistas, una vez que están en los destinos, es mucho mayor a la requerida cuando se encuentran en sus países de origen, esta información debe ser congruente con los valores y personalidad de la marca país que el visitante ha comprado previo a llegar al destino y la claridad y oportunidad de la misma se convertirá en factores diferenciadores del destino que luego permitirán la promoción del mismo; por lo que se procurará de incorporar elementos certeros como: direcciones, horarios, tipo de alimentos en los restaurantes, eventos específicos que sucederán durante su estadía, tiempos de recorrido e información sobre la historia, la vida cotidiana y las actividades que pueden realizarse durante la visita.

Para asegurar que el material informativo y producto promocional identitario esté a disposición de los turistas, se distribuirá en los hoteles y a través de los empresarios y prestadores de servicio que tienen contacto con los clientes. Los elementos textuales y visuales en este material deberán ser un recordatorio activo de lo que la marca país es, ya que cierra el ciclo de lo que vivirá el visitante en el territorio. Este material permitirá hacer la información accesible a los visitantes en el momento que lo necesiten, además de que no requerirá una inversión adicional en personal especial para este efecto.



Líneas de acción

- Identificar detalles sobre atractivos, actividades, productos locales y situaciones del acontecer cotidiano, que puedan ser de interés para los visitantes.
- Establecer y difundir metodologías y mecanismos para diseñar y distribuir guías impresas y mapas locales.
- Generar mecanismos que promuevan la disponibilidad de información en empresas turísticas y relacionadas.
- Promover el diseño, impresión y distribución de información en sitio, por parte de empresas y asociaciones turísticas locales y regionales.
- Fomentar el desarrollo de guías especializadas, mapas e información de interés, a la venta en los destinos turísticos.
- Promover el diseño, y producción de productos promocionales identitarios originales y únicos amarrado a los valores de la marca país.
- Fomentar comercialización de productos promocionales identitarios en los destinos turísticos, y puertas de entrada al país.





RESUMEN

Objetivo General

Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta para apoyar el posicionamiento competitivo de la oferta turística del país.

Objetivos Específicos

- Identificar las áreas de oportunidad y los campos producto-mercado que fortalezcan la marca país.
- Orientar los esfuerzos mercadológicos de los actores que participan en la promoción de la imagen del país para lograr un posicionamiento consistente y congruente en el mercado nacional e internacional.

Eje I.

El Salvador abierto con el mundo

A. Mejorar la posición competitiva de El Salvador como receptor de turistas y excursionistas.

B. Fomentar el uso del espacio aéreo salvadoreño por otros actores internacionales.

Eje II.

Mayor competitividad aérea

A. Mejorar las condiciones competitivas en el entorno mundial de operación de las aerolíneas en aeropuertos del país.

B. Generación de un paquete de incentivos fiscales y operativos que atraigan un mayor número de turistas y excursionistas al país.



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



TURISMO Y GOBERNANZA

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 GOBERNANZA EN EL SALVADOR	7
Transversalidad	7
Transideología	9
OBJETIVOS DE LA POLÍTICA	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
UNA POLÍTICA INCLUYENTE	14
EJES ESTRATÉGICOS	16
Eje I. MITUR como ente integrador	17
Eje II. MITUR en el contexto nacional	22
Eje III. El Salvador, abierto a la cooperación	29
Eje IV. Temas globales, acciones locales	37
Eje V. Empresas, impulsoras del cambio	43
Eje VI. Sociedad civil, aliada estratégica	49
Eje VII Academia, generadora de conocimiento	52
Eje VIII. Transparencia y rendición de cuentas, base de la democracia	56
RESUMEN	59



PRESENTACIÓN

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.

Es así que en El Salvador el turismo se asume como un asunto de interés nacional, por lo cual su impulso y desarrollo es responsabilidad del Estado en su conjunto. Desde esta perspectiva, las nuevas fórmulas de gobernanza turística están asociadas con la transformación de la política pública como factor de cohesión social, a partir de una visión de desarrollo centrada en la gente, lo que implica un enfoque transversal, transideológico y apartidista.

Esta posición reconoce el rol orientador, coordinador e impulsor del Ministerio de Turismo (MITUR) como responsable de la rectoría en materia turística. A esta cartera le corresponde definir la Política Nacional de Turismo y el Plan Nacional de Turismo, generar información estratégica, establecer mecanismos de interlocución e interrelación y coordinar los esfuerzos de los diversos actores y sectores que inciden en el desarrollo de la actividad.

No obstante, el desarrollo turístico no puede ni debe interpretarse como el compromiso o tarea de un solo actor, pues 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.

Así mismo, se requiere del concurso de las autoridades legislativas y judiciales para contribuir a la construcción de un marco institucional de derechos, obligaciones, responsabilidades y capacidades, que dé certidumbre a las inversiones, estabilidad a los negocios, beneficios a la comunidad y a la sociedad, así como garantías para los visitantes.

La Política de Turismo y Gobernanza se orienta a promover el bienestar común, el mejoramiento de las condiciones de vida de los salvadoreños, la reducción de la pobreza y de la desigualdad por medio del desarrollo del sector turístico con visión de sostenibilidad, requisitos fundamentales para la cohesión social y la paz.

Esta Política se articula a través de ocho ejes en los que se plantean un conjunto de estrategias y líneas de acción que permitirán aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país y convoca a los actores públicos, privados y sociales que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de gestión, inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad para que el turismo incida en el desarrollo sostenible del país.



La Política de Turismo y Gobernanza 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, prolongar su estadía y convertirlos en agentes multiplicadores que recomienden los destinos de El Salvador.

La Política de Turismo y Gobernanza responde al segundo objetivo de la PNT:

Propiciar una gestión institucional eficaz y eficiente para impulsar el desarrollo sostenible del país a través del turismo estableciendo directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, articulen y orienten la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo bajo principios de respeto a los derechos humanos y la inclusión social.



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.

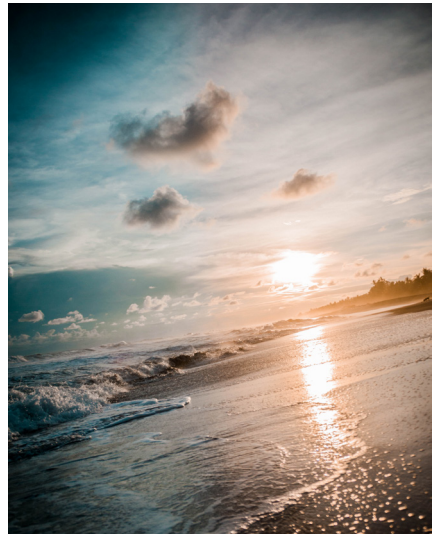
Para lograrlo se requiere la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y de las municipalidades, las grandes, medianas, pequeñas y microempresas, las agencias de integración y cooperación internacional, la academia, 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 a la actividad turística para las instituciones de gobierno, las organizaciones civiles y los actores locales se relaciona 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, ya que 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 GOBERNANZA EN EL SALVADOR

La Política de Turismo y Gobernanza está alineada con el marco institucional nacional y toma en cuenta las diferentes relaciones de jerarquía y de cooperación de las instancias públicas y privadas que participan en el desarrollo de la actividad turística para asegurar la congruencia de las propuestas con la legislación que da sentido de orden al desarrollo del país y fortalece el sistema de gobernabilidad.

La transversalidad y transideología son dos ingredientes fundamentales para la gobernabilidad y buen funcionamiento de las estructuras que sostienen el desarrollo turístico mediante la rectoría efectiva por parte del MITUR.

Transversalidad

El desarrollo turístico de El Salvador se asume como un asunto de interés nacional que promueve el aprovechamiento económico sostenible de los bienes públicos, por lo cual su impulso y desarrollo no puede ser responsabilidad y tarea solamente de un ministerio.

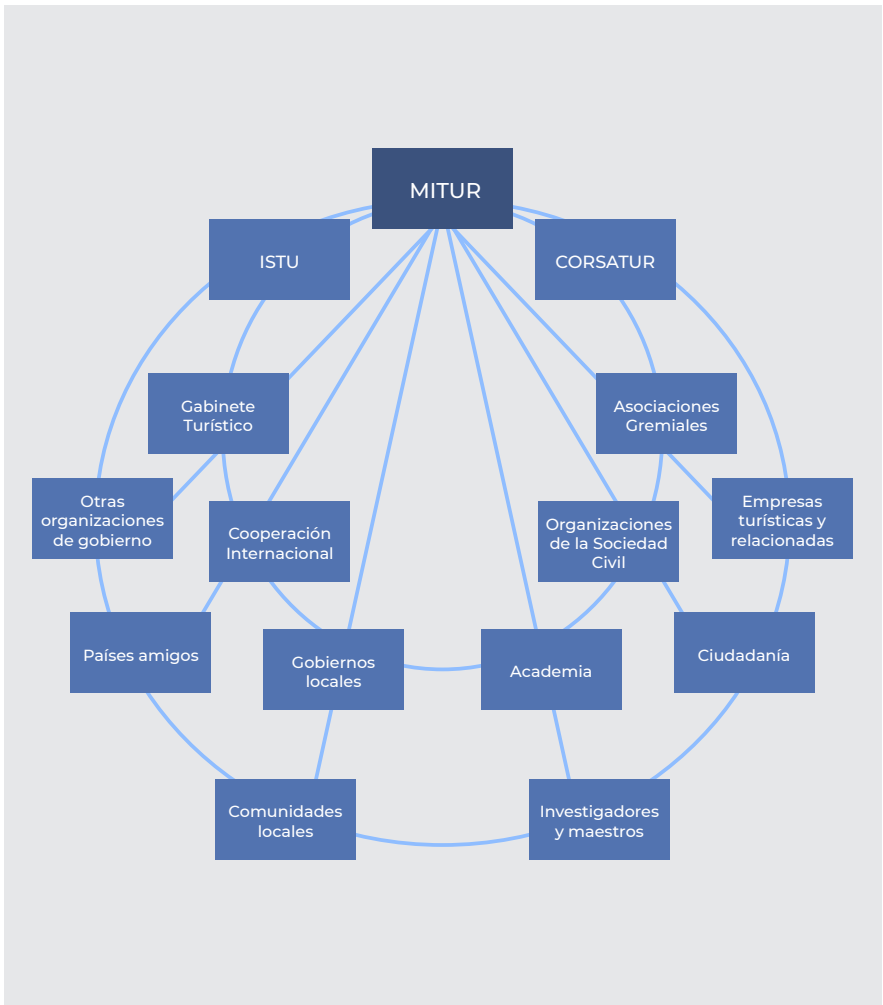
En este sentido, se busca en todo momento trabajar bajo condiciones de plena coordinación entre las diferentes autoridades nacionales y locales, con objetivos, estrategias, líneas de acción, metas e indicadores, elaborados con la

participación de los diversos sectores de la sociedad, en particular con las comunidades poseedoras de los recursos y receptoras de los visitantes.

Esa coordinación implica el ejercicio de la gobernanza en un contexto de transversalidad, para lo cual se requiere, por una parte, fortalecer la capacidad de gestión del Ministerio de Turismo, para que sea efectivo en su gestión; y por la otra, promover coincidencias de políticas y programas con las demás

instituciones de gobierno vinculadas directa o indirectamente con el desarrollo del sector.

Mediante la transversalidad se induce, de manera directa o indirecta, la generación de estrategias que coadyuvan el alivio de los problemas socioeconómicos y ambientales presentes en el territorio, e impulsa el ejercicio de los derechos de todos los ciudadanos e incluso de los visitantes.



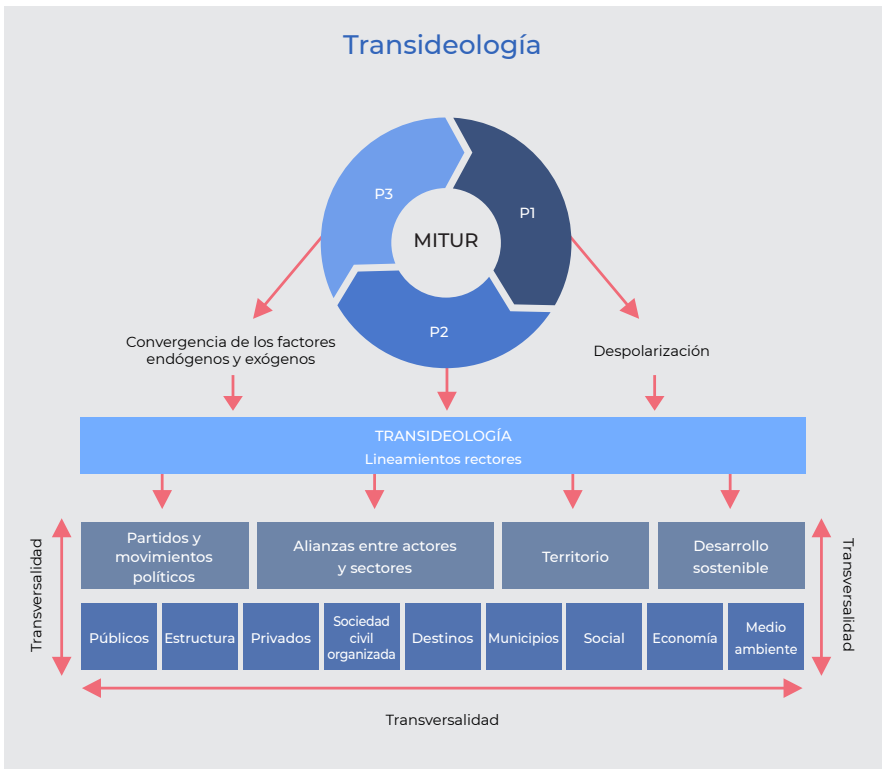
Transideología

La gestión transideológica representa la capacidad de crear programas de desarrollo relevantes con objetivos que van más allá de ideologías y políticas partidistas que distorsionan su legitimidad como acción de gobierno.

La eficacia y eficiencia de las políticas públicas descansa en gran medida en su legitimidad ante la sociedad por lo que deben estar claramente orientadas a promover el bien común y el progreso colectivo, sin distinciones de grupos de interés sociales, ideológicos, religiosos o de cualquier otra índole, y sin intención de beneficiar a algún grupo o corriente política. Solo así se puede asegurar la continuidad de las políticas y el involucramiento social

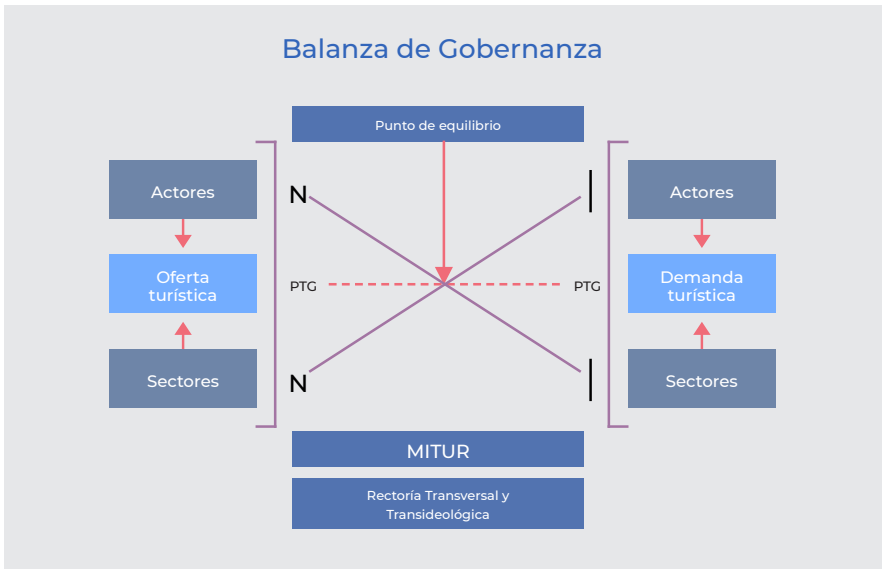
necesario para que las normas jurídicas y de regulación alcancen su cometido, las medidas gubernamentales logren incentivar compromisos efectivos y los inversionistas adquieran confianza en el futuro.

La certeza de que las oportunidades que buscan crear las políticas públicas están destinadas a beneficiar a todos los ciudadanos sin distinción o discriminación solo se puede construir a través del diálogo, con respeto a los derechos y puntos de vista de las minorías, así como con la inclusión de medidas de transparencia y rendición de cuentas del ejercicio de la autoridad y el destino de los recursos públicos.



La política de gobernanza se orienta a alcanzar la relación idónea de equilibrio entre la vinculación de la visión transversal y la gestión transideológica y apartidista como factores vinculados. De esta manera la acción gubernamental prioriza el bien público y el interés nacional frente a cualquier otro interés. Un estilo de gobernanza democrático

y participativo, que respeta los derechos de las minorías, privilegia el bien común y el interés nacional por encima de cualquier ideología y de los intereses particulares de los partidos políticos es el mejor mensaje que se puede dar a los visitantes nacionales y extranjeros para convertir al sector turístico en un pilar del desarrollo de El Salvador.



Lograr establecer un punto de equilibrio entre las diferentes fuerzas económicas y sociales que impactan el territorio donde se desarrolla la actividad turística, demanda la aplicación de políticas y estrategias concretas que propicien el sano balance entre estas.

La Balanza de Gobernanza Turística (BGT), representa a la Política de Turismo y Gobernanza (PTG) como la base para generar un equilibrio sobre la interacción de los actores y sectores que producen la oferta turística en el mercado nacional (N); quienes, a su vez, suplen la demanda turística (I), tanto a nivel nacional como

internacional. La base de este sostén y equilibrio es generada gracias a la rectoría transversal y transideológica ejercida por el MITUR.

Por otra parte, el punto de equilibrio de la BGT representa la generación de derrames económicos derivados de las condiciones óptimas del entorno comercial y de la aplicación eficaz de los lineamientos de la PGT para lograr la armónica articulación de los diferentes esquemas de interacción y desarrollo turístico, generados por los actores y sectores públicos y privados vinculados al turismo.

En esta perspectiva, mediante la BGT se pretende mostrar que el equilibrio entre las fuerzas del mercado es propiciado por la aplicación de una política de gobernanza turística eficaz en congruencia con los programas, planes de desarrollo, proyectos estratégicos de inversión, entre otros planteados en el Plan Nacional de Desarrollo y la Política Nacional de Turismo.

La legitimidad de un gobierno, así como la armonía de sus propósitos, medidas e instrumentos con las respuestas de la sociedad, solo se pueden lograr si el ejercicio del poder de la autoridad se lleva a cabo con transparencia, fortaleciendo la descentralización de funciones y recursos, precisando la legitimidad de un gobierno, así como la armonía de sus propósitos, medidas e instrumentos con las respuestas de

la sociedad, solo se pueden lograr si el ejercicio del poder de la autoridad se lleva a cabo con transparencia, fortaleciendo la descentralización de funciones y recursos, precisando la distribución de roles a nivel territorial, fomentando una conducta ética en prácticas gubernamentales y empresariales, asegurando la armonización de instrumentos regulatorios y normativos.

Un buen gobierno tiene características que impactan en la vida de los pueblos, particularmente en la práctica de transparencia, descentralización, distribución de roles a nivel territorial, fomento a la ética en prácticas empresariales y armonización entre los actores normativos. En este marco los siguientes pilares son fundamentales para consolidar la gobernanza turística del país.



Pilares de la gobernanza turística de El Salvador

Rectoría del Estado

Fortalecimiento de la gestión del Ministerio de Turismo y de su incidencia a favor de la actividad turística con las diversas instituciones que comparten espacio en el gabinete de ministros para una coordinación interinstitucional.

Competencia y eficacia

Mejora en la calidad y oportunidad de la gestión gubernamental para mayor eficacia de las políticas públicas y mayor certidumbre a la sociedad y al sector privado.

Visión clara

La política turística promueve el desarrollo sin prejuicios ideológicos o intereses partidistas.

Diálogo abierto

Diálogo para la concertación, cooperación y participación por parte de los actores públicos y privados en la toma de decisiones vinculadas con la actividad turística.

Desarrollo sostenible

Planificación, desarrollo y promoción de la actividad turística bajo un enfoque de sostenibilidad que integre los aspectos sociales, económicos y ambientales.





OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Objetivo General

Propiciar una gestión institucional eficaz y eficiente para impulsar el desarrollo sostenible del país a través del turismo estableciendo directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, articulen y orienten la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo bajo principios de respeto a los derechos humanos y la inclusión social.

Objetivos Específicos

- Fortalecer las atribuciones y responsabilidades del MITUR a través del marco jurídico, regulatorio y reglamentario.
- Crear mecanismos de diálogo y participación ciudadana.
- Robustecer las capacidades de gestión del MITUR y sus instituciones adscritas para una mejor eficacia y eficiencia.
- Establecer directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, articulen y orienten la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo.
- Estimular la creación de mecanismos de desarrollo e integración a los actores y sectores de manera competitiva e inclusiva, con particular atención a las MIPYMES.



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 la actividad turística del país funcione 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 del desarrollo turístico en el ámbito de la gobernanza son:

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

Representantes de organizaciones privadas y de la sociedad civil que participan en el desarrollo económico, social y ambiental de los destinos.

Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH), Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador (HOPES), Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), Asociación de Líneas Aéreas, Asociación Salvadoreña de Agencias de Viaje, Asociación de Agencias de Viaje Autorizadas en El Salvador (AVA), y Comités de Desarrollo Turístico en el ámbito local (CDT) Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS).

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 Juventud y Deporte 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 Justicia y Seguridad Pública, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Defensa, Ministerio de Transporte, Ministerio de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Salud, Viceministerio de Transporte, Gobiernos Municipales, Dirección Nacional de Protección Civil, Prevención y Mitigación de Desastres, Red Consular, Policía Nacional Civil, POLITUR, Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador.

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 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 gobernanza turística contempla 8 ejes y sus respectivas estrategias, para asegurar la articulación de los actores clave y propiciar una gestión transversal y transideológica en materia de turismo.





Eje I. MITUR como ente integrador

Las diversas instancias de gobierno nacional reconocen a la actividad turística como prioridad nacional por su capacidad de incidir en la solución de los grandes retos del país. Es así que asumen objetivos y establecen proyectos y programas orientados a generar las condiciones que permitan que la actividad turística genere los impactos esperados en la economía, el medio ambiente y la sociedad en sus distintos ámbitos de responsabilidad.

En este contexto, el Ministerio de Turismo, como institución rectora del turismo, establece acuerdos y negociaciones que inciden en la conformación de la agenda pública y en el proceso de toma de decisiones para la asignación de recursos, así como del funcionamiento de procesos administrativos interinstitucionales que determinan la acción cotidiana de la administración pública en los ámbitos que inciden en el desarrollo turístico del país.

Objetivo

Robustecer las capacidades de gestión del MITUR y sus instituciones adscritas para lograr una mejor eficacia y eficiencia en el impulso del desarrollo sostenible del sector.

Estrategias

A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo

B. Incrementar la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

C. Reforzar el desempeño del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo

El Ministerio de Turismo de El Salvador se hace cargo de establecer las políticas, planes y estrategias para la construcción de un escenario turístico ordenado de acuerdo con los lineamientos que establece el Gobierno Nacional. Con estos instrumentos promueve un ambiente propicio para el crecimiento del sector y construye un espacio que fomenta la colaboración de los diversos actores que inciden en la actividad, en un esquema de concertación de acciones autónomas y colectivas que impulsan el desarrollo turístico.

En tal sentido, se hace necesario fortalecer su estatus público, su capacidad de gestión, administración y liderazgo, dotándolo de recursos tecnológicos, financieros y humanos acordes con su responsabilidad frente al país.



Líneas de acción

- Realizar un análisis periódico de identificación de necesidades para adecuación de la estructura y del marco programático de MITUR y para un mejor seguimiento a la rectoría del sector, todo esto en estrecha coordinación con la Presidencia de la República.
- Adecuar al marco regulatorio y programático del MITUR en acuerdo con la Presidencia de la República y la Asamblea Legislativa.
- Gestionar los recursos tecnológicos, financieros y humanos necesarios de acuerdo con las necesidades detectadas.
- Incentivar la actualización y formación constante de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística.
- Revisar y desarrollar manuales de procedimientos, que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.

B. Incrementar la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

La participación pública y privada en la junta directiva de CORSATUR es un elemento que favorece el concepto de gobernanza incluyente planteado en la Política Nacional de Turismo. En este sentido, el continuo fortalecimiento de los mecanismos de comunicación entre los representantes de la iniciativa privada con los miembros de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las gremiales que la conforman, así como con otras organizaciones privadas que participan en la gestión del turismo en el país, seguirá siendo un tema prioritario para la institución.



El crecimiento de turismo en el país, el registro de su importancia para el desarrollo local y el reconocimiento de los impactos que genera su evolución hacen necesario incrementar la capacidad operativa de CORSATUR para responder de manera oportuna a los nuevos retos del sector.

Para que el turismo se convierta en un motor dinamizador de la economía y el desarrollo sostenible, será necesario implementar programas más robustos para asegurar que el turismo impulsa el desarrollo competitivo y sostenible del país.

Líneas de acción

- Realizar un análisis estructural de CORSATUR para identificar las necesidades de adecuación y mejora que le permitan dar seguimiento a la implementación de proyectos y programas relacionados con la Política Nacional de Turismo en estrecha coordinación con MITUR y el ISTU.
- Adecuar el marco regulatorio y programático de CORSATUR.
- Dotar a CORSATUR de recursos financieros, tecnológicos y humanos congruentes con su marco programático.
- Incentivar la actualización y formación constante de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística.
- Revisar y desarrollar manuales de procedimientos que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.
- Implementar mecanismos de intervención para atender oportunamente las necesidades y oportunidades que se presenten en el mercado con la participación de los actores involucrados.

C. Reforzar el desempeño del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

El ISTU, por vocación, está directamente relacionado con la recreación familiar y el sano esparcimiento de los salvadoreños, por lo que le compete la promoción del turismo social bajo un enfoque de inclusión, haciendo del ISTU el organismo idóneo para la ejecución de Programas de turismo social.

La operación del ISTU estará alineada con los planteamientos establecidos en la Política Nacional de Turismo, por lo que su marco legal, su estructura y definición programática, se revisarán periódicamente para asegurar su consistencia y capacidad operativa e implementar los programas necesarios que fomenten el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad recreativa y el turismo social en el país.

Líneas de acción

- Realizar un análisis estructural del ISTU para identificar las necesidades de adecuación y mejora que le permitan dar seguimiento a la implementación de la Política Nacional de Turismo, particularmente en el ámbito de inclusión social.
- Realizar las adecuaciones necesarias al marco regulatorio y programático del ISTU para reforzar su desempeño.
- Dotar al ISTU de recursos financieros y humanos congruentes con su marco programático.
- Incentivar la capacitación constante de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística incluyente en el país.
- Revisar y desarrollar los manuales de procedimientos que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.





Eje II. MITUR en el contexto nacional

El desarrollo del turismo requiere de la participación de diversas instituciones nacionales con incidencia en el sector turístico, lo que hace necesario profundizar en los programas de cooperación, vinculación e intercambio para la búsqueda de consensos; dichos programas deben fortalecer y aprovechar las oportunidades de desarrollo, fortalecer al sector turístico e incidir en el desarrollo del país, siempre alineados con el concepto rector y las estrategias y acciones establecidas en la Política Nacional de Turismo.

Los acuerdos para lograr estos objetivos se establecerán en primera instancia, en el Consejo de Ministros de El Salvador, que participará en la actualización de la presente política y conformará las comisiones operativas permanentes o transitorias que se consideren necesarias para negociar acuerdos interministeriales.

La activación de las comisiones relativas a asuntos de turismo permitirá establecer mecanismos de coordinación intersectorial, en un esquema que funcione en múltiples sentidos: optimizar esfuerzos y recursos, facilitar la interlocución de los actores, facilitar el intercambio de conocimientos y promover la generación de

dinámicas de participación, que pongan en manos de los actores adecuados los proyectos y programas bajo el principio de responsabilidad compartida.

La siguiente tabla muestra la incidencia de las instituciones del Gobierno Nacional en asuntos relacionados con la actividad turística

Secretaría de la Presidencia

Coordinación de gabinetes de gestión vinculados con temas y sectores que inciden en el desarrollo del turismo, y promoción de la inversión.

Ministerio de Gobernación

Legalización de personalidad jurídica de organizaciones sin fines de lucro, respuesta a desastres y emergencias, migración y extranjería.

Ministerio de la Defensa

Asistencia en caso de desastres.

Ministerio de Educación

Educación de calidad para todos, formación vocacional en turismo y fortalecimiento de la identidad nacional.

Ministerio de Economía

Establecimiento de incentivos, registro de empresas legalmente constituidas, impulso y apoyo a emprendimientos turísticos, fomento a la inversión.

Ministerio de Hacienda

Registro y control en materia fiscal y brindar opinión favorable previo a la calificación de los proyectos de interés turístico nacional calificados por MITUR.

Ministerio de Relaciones Exteriores

Suscribir convenios de cooperación internacional y comunicación con salvadoreños en el exterior, principales promotores del turismo en el exterior y atracción de inversiones.

Ministerio de Justicia y Seguridad Pública

Seguridad de ciudadanos y seguridad de los turistas en las fronteras y zonas prioritarias (POLITUR).

Ministerio de Trabajo y Previsión Social

Profesionalización y competencias laborales, mejorar la productividad e inserción productiva de la población e investigación de oferta y demanda laboral.

Ministerio de Salud

Proteger la salud de los habitantes y visitantes, control de epidemias, permisos y control de establecimientos turísticos en materia de salud e higiene.

Ministerio de Agricultura y Ganadería

Fomento a encadenamientos productivos en el entorno rural, desarrollo rural en general y apoyo a emprendimientos relacionados con el agroturismo.

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Proteger y difundir el patrimonio natural, y evaluaciones de impacto ambiental y permisos de operación en áreas naturales protegidas. Brindar opinión favorable previo a que el MITUR califique o deniegue un proyecto de interés turístico nacional.

Ministerio de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano

Construcción de infraestructuras de servicios básicos y conectividad; construcción y mantenimiento de red de carreteras, caminos vecinales y acceso a destinos turísticos.

Secretaría de Inclusión Social

Establecer mecanismos de integración de grupos vulnerables en la actividad turística.

Ministerio de Cultura

Proteger y difundir el patrimonio cultural tangible e intangible, que el turismo aprovecha para su operación.

Fortalecer la importancia y relevancia del sector turismo en el desarrollo del país es uno de los roles claves para el Ministerio. En este sentido la búsqueda constante de coincidencias programáticas y homologación del marco jurídico y normativo vigente con el de otras instituciones es clave para lograr un sector con desarrollo competitivo y sostenible.

Objetivo

Confirmar la coordinación alineada y eficiente de los esfuerzos de las diferentes instituciones del Gobierno Nacional que tienen a su cargo los distintos componentes que inciden en la competitividad y sostenibilidad del turismo.

Estrategias

A. Construir agenda de incidencia dinámica y transversal en el Consejo de Ministros.

B. Crear un plan de trabajo coordinado con las instituciones autónomas en las que se tiene participación directiva.

C. Fortalecer los vínculos de relación con la Asamblea Legislativa

A. Construir agenda de incidencia dinámica y transversal en el Consejo de Ministros.

El desarrollo armónico del turismo hace necesario que los diversos ministerios que participan en la gestión de los elementos que integran la cadena de valor del turismo, establezcan una agenda coordinada en la que se determinen las acciones e inversiones de cada uno de acuerdo con las atribuciones que les corresponden.

Líneas de acción

- Identificar objetivos, estrategias y metas que sean de interés común para el cumplimiento de obligaciones y responsabilidades de los ministerios citados, así como las áreas de oportunidad en los asuntos en los que contribuyen para el desarrollo sostenible del turismo y del país.
- Desarrollar programas y proyectos que fortalezcan el desempeño del turismo en función de las atribuciones de cada institución, identificando las políticas públicas y las decisiones de la autoridad necesarias, los recursos públicos humanos, materiales y financieros requeridos, y los cambios legislativos y en la regulación.
- Evaluar la relevancia de creación de áreas dedicadas al turismo dentro de las instancias nacionales que convergen con las estrategias de la Política Nacional de Turismo.
- Incentivar la actualización constante en materia turística, entre los funcionarios que participan en asuntos relativos a la actividad.
- Utilizar sistemas de gestión de conocimiento para orientar, monitorear, evaluar y retroalimentar las acciones de desarrollo turístico nacional.

B. Crear un plan de trabajo coordinado con las instituciones autónomas en las que se tiene participación directiva.

El Ministerio de Turismo incide de manera directa en las juntas directivas de las siguientes instituciones: Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), Consejo Salvadoreño del Café (CSC), Comisión Nacional de Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), y a la vez forma parte del Gabinete Nacional de Sustentabilidad Ambiental y Vulnerabilidad del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN).

Cada una de estas instituciones tiene misiones alineadas con la actividad turística, por lo que es imperante ajustar los planes conjuntos a las nuevas realidades analizadas en la presente política.

Líneas de acción

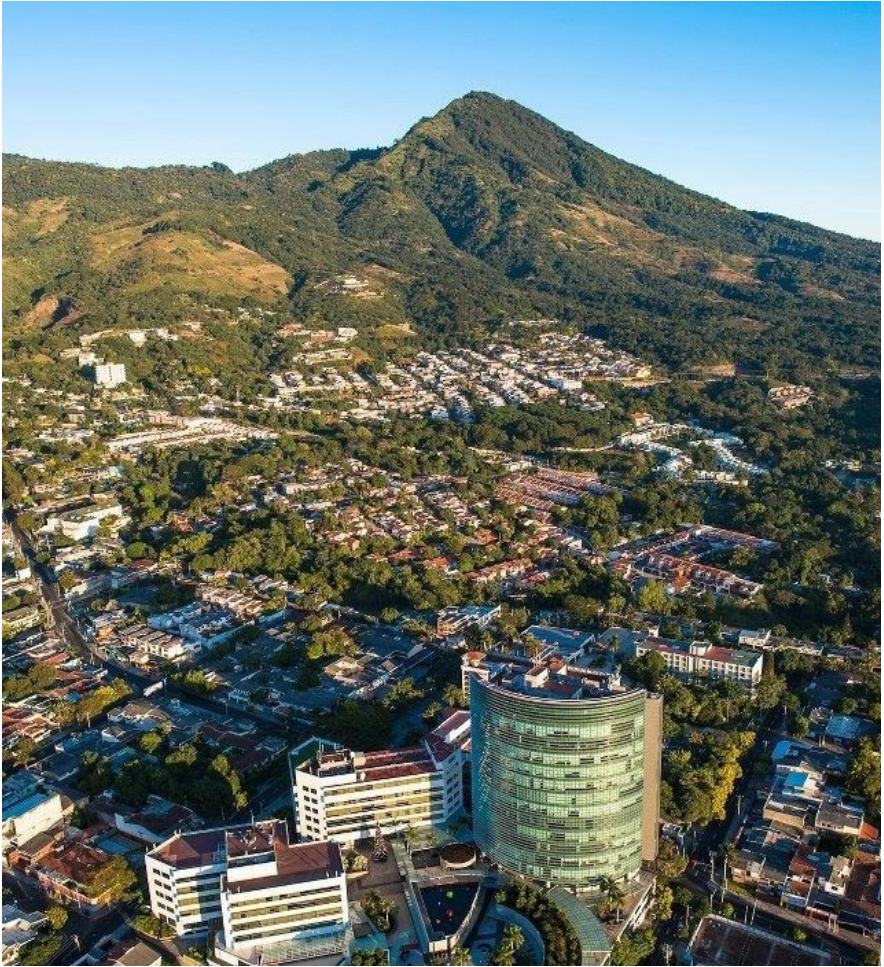
- Delegar en un funcionario de alto nivel la recopilación y actualización sistémicas de la información de las instituciones vinculadas, y presentar trimestralmente un boletín de trabajo en las juntas directivas, incluyendo el seguimiento del avance en el cumplimiento de los acuerdos de las juntas previas.
- Incluir el fomento y apoyo a la actividad turística en los planes de acción de las instituciones autónomas, como componente indispensable de las actividades a realizar en los diversos planes operativos.
- Considerar en los programas operativos para el desempeño de las instituciones autónomas los medios e instrumentos viables para la promoción del sector privado turístico, de acuerdo con un producto turístico en particular.
- Coordinar las intervenciones territoriales de las instituciones autónomas en función de la planificación del sector turismo, para que puedan fortalecerse desde las diferentes instituciones de apoyo.

C. Fortalecer los vínculos de relación con la Asamblea Legislativa

El Órgano Legislativo tiene una función determinante en tres aspectos que contribuyen decisivamente en el crecimiento del turismo:

- El primero es el relacionado con su función sustantiva y la aprobación del marco jurídico nacional y la aprobación de acuerdos internacionales.
- El segundo corresponde a su función política de construcción de acuerdos para la gobernabilidad.
- El tercero concierne a la distribución y aprobación del presupuesto de la nación para las diferentes carteras de estado y la definición de políticas públicas y estrategias programáticas.

Fortalecer los vínculos de relación con la Asamblea Legislativa para modernizar el marco jurídico y regulatorio del sector logrará vincular los derechos y obligaciones de los desarrolladores de proyectos y actividades turísticas, las atribuciones y responsabilidades de las autoridades nacionales y locales y los derechos y responsabilidades de los visitantes nacionales e internacionales, para asegurar la sostenibilidad del turismo en el país.



Líneas de acción

- Evaluar el marco jurídico actual relacionado directa e indirectamente con el desempeño del sector junto con representantes del Órgano Legislativo, para elaborar propuestas de modernización y actualización a la luz de los objetivos del desarrollo sostenible que afectan al turismo.
- Desarrollar un programa de difusión de derechos y obligaciones para los diferentes actores del sector con la colaboración del Órgano Legislativo.



Eje III. El Salvador, abierto a la cooperación

Más allá de las grandes diferencias en el desarrollo económico y social entre las naciones del mundo, o la diversidad étnica, cultural, religiosa, política y de otras naturalezas; la cooperación fronteriza, regional e internacional es imprescindible para el desarrollo económico y social común, el aprovechamiento compartido de recursos, conocimientos y tecnologías, el intercambio científico y cultural y la convivencia pacífica y armónica a nivel mundial.

Frente a los grandes retos globales del siglo XXI, para los cuales la Organización de las Naciones Unidas convocó a la suscripción de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), la cooperación está en el centro de los compromisos de todas las naciones, particularmente para combatir el hambre y la pobreza, para reducir las múltiples desigualdades, proteger y preservar los recursos naturales y los ecosistemas y hacer frente a los grandes retos del cambio climático.

Dentro de los 17 apartados de los ODS, el turismo ocupa un lugar importante por ser una actividad de impacto transversal en lo económico, lo social y lo ambiental. Es así como actualmente, diversos países y organizaciones han comenzado a medir y difundir la influencia del turismo en todos ellos y no solamente en los tres que en un primer momento reconoció la OMT como los más relevantes para el sector: el 8 que se relaciona con trabajo decente y crecimiento económico, el 12 concerniente a garantizar modalidades de consumo responsable y el 14 vinculado con la vida submarina.

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

En materia turística, El Salvador mantiene relaciones con otras naciones a través del Ministerio de Turismo el cual actúa en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores, en distintos ámbitos de integración regional, continental e internacional con intercambios comerciales, así como cooperación en ciencia y tecnología, acuerdos y apoyos financieros.

En términos de la cooperación Sur-Sur, se han generado convenios para la creación, intercambio y desarrollo de capacidades técnicas, aprendizajes, experiencias y conocimientos, principalmente entre países de similares niveles de desarrollo, bajo conceptos de equidad, confianza y trabajo colaborativo.

La cooperación Norte-Sur se basa en la importancia del conocimiento que pueden aportar los llamados países en vías de desarrollo a los países desarrollados en temas de experiencias, lecciones aprendidas, prácticas significativas, entre otras.

Como miembro de Organización Mundial de Turismo (OMT), El Salvador forma parte de la campaña de adhesión de líderes mundiales por el turismo, y participa en diversos acuerdos, programas y proyectos, principalmente orientados a la integración de los mercados y la medición de los impactos del turismo.

En los proyectos de integración regional, El Salvador ha formalizado diversos acuerdos para lograr objetivos comunes para solucionar problemas económicos, sociales y ambientales comunes.

En el caso del turismo, destaca la proyección de una imagen regional multidestino que refuerza la percepción de los países de la región, favorece la movilidad regional, facilita la distribución de flujos turísticos y contribuye a la creación de ofertas atractivas para los mercados de larga distancia.

Estos acuerdos han dado como resultado la conformación de SITCA (Sistema de Integración Turística Centroamericana), la CATA (Agencia de Promoción Turística Centroamericana) y la OMM (Organización Mundo Maya), que se encargan de vigilar el cumplimiento de lo pactado y favorecer que se logren los objetivos establecidos a través de sus respectivos consejos de ministros.

Objetivo

Integrar la participación de las instancias de cooperación para que sus actuaciones sumen al logro de los objetivos del país en el ámbito turístico.

Estrategias

A. Participar activamente en la Organización Mundial de Turismo

B. Contribuir al logro de los objetivos de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana

C. Colaborar en la consolidación de la Organización Mundo Maya

D. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes

A. Participar activamente en la Organización Mundial de Turismo

Con el propósito de fomentar y dar seguimiento a la integración del Ministerio de Turismo con organismos internacionales como la OMT, que es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Asimismo, está comprometida en promover el turismo para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados por las Naciones Unidas y que están encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible.

Líneas de acción

- Alinear los estudios y estadísticas a las definiciones que establezca la OMT para asegurar su comparabilidad.
- Participar propositivamente en las reuniones y asambleas de la OMT.

B. Contribuir al logro de los objetivos de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana

Los esfuerzos por alcanzar la integración centroamericana se remontan a los años de consolidación de la independencia política de la región. En comparación con otras regiones del mundo con condiciones similares, la región centroamericana se considera pionera en cuanto a procesos de integración, lo que debe aprovecharse como oportunidad en términos de imagen internacional.

El Salvador aprovecha su posición privilegiada en el centro de la región centroamericana, rodeado de países con los que comparte un vínculo marcado por su historia y cultura, para insertarse en los proyectos de desarrollo y posicionamiento, promoviendo la conectividad aérea, terrestre y marítima de Centroamérica, para crear circuitos turísticos regionales como fuente para fomentar el turismo hacia el país, impulsando la integración de ofertas que puedan ser suministradas por operadores turísticos salvadoreños, regionales e internacionales; así como promover que los destinos de El Salvador se incorporen en las guías impresas y electrónicas que consultan los viajeros de larga distancia para planear sus viajes a Centroamérica.

En materia de turismo, se cuenta con un instrumento de concertación operativa, el Sistema de Integración Turística Centroamericana (SITCA), donde El Salvador, con los demás países de la región, han reafirmado su compromiso para lograr la integración turística regional; que permita unir recursos, voluntades y esfuerzos, con el fin de proyectar ante el mundo una imagen turística común.

El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) es un órgano del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) conformado por los ministros(as) de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana. Fue creado mediante la resolución VI de la 1ª Conferencia Extraordinaria de Ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica, realizada en San Salvador el 29 de marzo de 1965, como órgano subsidiario de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA).



La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) es la oficina regional permanente del CCT y funge como instancia operativa del Consejo en temas de integración y competitividad turística.

Por su parte, la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, sus siglas en inglés), está a cargo de la promoción del producto turístico de la región centroamericana.

Los países miembros han diseñado una marca regional orientada a posicionar Centroamérica como un multidestino, cuya diversidad de recursos y atractivos hace a los países de la región más competitivos frente a los mercados subcontinentales y de larga distancia, que viajan a varios países para disfrutar diversos tipos de destinos en el mismo recorrido.

Para fortalecer la capacidad turística regional, se ha incorporado y capacitado a los grupos locales para manejar eficientemente la actividad, involucrándolos en el proceso de desarrollo sostenible, con visión para aumentar los niveles de bienestar, respetando la diversidad natural, cultural y étnica; lo que contribuye a fortalecer la identidad centroamericana.

Líneas de acción

- Promover alianzas específicas para la integración centroamericana en términos turísticos.
- Propiciar el desarrollo de ofertas multilaterales y esfuerzos conjuntos de posicionamiento de la región.
- Estimular el movimiento de flujos turísticos intrarregionales.
- Colaborar en la realización de foros y congresos de integración turística centroamericana.
- Contribuir en el planteamiento, diseño y desarrollo de proyectos relacionados con la integración de rutas multitemáticas y especializadas.
- Fomentar la realización de viajes de intercambio y familiarización entre los actores turísticos de los países de la región.

C. Colaborar en la consolidación de la Organización Mundo Maya

La región maya comprende a los países centroamericanos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras, así como los estados mexicanos de Campeche, Chiapas, Tabasco, Quintana Roo y Yucatán, y se distingue por antecedentes históricos y etnográficos comunes originados por la civilización maya.

La Organización Mundo Maya, de la que El Salvador es parte, surge con la finalidad de: coordinar, asistir y estimular el desarrollo turístico, cultural y ambiental de la región en que se fundó y floreció la civilización maya, reconociendo la importancia de conservar y mantener la herencia cultural común y los recursos naturales y arqueológicos de la región para las generaciones actuales y venideras.

Los países miembros coordinados por la organización han logrado posicionar la marca Mundo Maya desde hace más de veinte años, y actualmente es utilizada incluso por diversos touroperadores internacionales que promueven viajes a la región.

El Salvador se suma a la estrategia regional que propone aprovechar el valor de la relevancia de la cultura maya reconocida en todo el mundo, combinar zonas arqueológicas, ciudades coloniales, pueblos típicos, culturas vivas, biodiversidad y ecosistemas, así como de playas y paisajes, y aprovechar la infraestructura de acceso, alojamiento e imagen de los destinos que se encuentran en etapas de mayor madurez para impulsar el desarrollo de nuevos destinos y conformar una oferta competitiva y altamente diferenciada.

Para capitalizar las ventajas de la región, El Salvador incorpora la oferta del país a circuitos turísticos multinacionales, impulsando la integración de productos y servicios ofertados por operadores salvadoreños y lograr que los destinos de El Salvador sean incluidos en las guías impresas y electrónicas que consultan los viajeros de todo el mundo. Así mismo, se trata de aprovechar la interconexión aérea para hacer más accesible la visita al país.



Líneas de acción

- Promover alianzas específicas con los países de la región Mundo Maya.
- Fortalecer el posicionamiento del sitio precolombino Joya de Cerén como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Fomentar la inclusión de los sitios arqueológicos, naturales y culturales de El Salvador, en las estrategias de promoción del Mundo Maya.
- Promocionar la marca Mundo Maya para elevar su posicionamiento.
- Fortalecer la vinculación de El Salvador con el posicionamiento de la región.
- Colaborar en la realización de foros y congresos de integración turística.
- Integrar la oferta salvadoreña a las rutas regionales multitemáticas y especializadas.
- Realizar viajes de intercambio y familiarización entre los actores turísticos de los países de la región.

D. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes

El Ministerio de Turismo trabaja en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores para promover la concertación de acuerdos y convenios que fortalezcan el desarrollo de las capacidades locales en los ámbitos técnico, científico, tecnológico, cultural, educativo y económico, para favorecer el desarrollo del turismo nacional.

Para lograrlo, se debe promover la alineación de los proyectos y programas, con los principios establecidos en esta política, con el objetivo de forjar una cultura turística emprendedora, incluyente y responsable, así como un territorio integrado y sostenible que evidencie un posicionamiento competitivo.

Se debe aprovechar la existencia de organizaciones cooperantes que se vinculan directamente con los gobiernos municipales y con las más diversas figuras jurídicas de asociación. Para lograr que sus intervenciones estén alineadas, se debe promover que los actores locales reconozcan la política, se apropien de ella y la promuevan entre los interlocutores internacionales.

Los proyectos de cooperación relacionados con el ámbito turístico se orientan a partir del Plan Maestro de Cooperación Internacional para el Desarrollo Turístico de El Salvador que contempla cuatro aspectos prioritarios:

- Fortalecimiento de las capacidades del Ministerio de Turismo, CORSATUR e ISTU, así como del sector privado, para formular y ejecutar proyectos de turismo sostenible.
- Cooperación y financiamiento de proyectos que apoyen el desarrollo de turismo sostenible en El Salvador.
- Óptima ejecución de los proyectos de cooperación en materia de turismo.
- Proyectos y propuestas innovadoras, viables para apoyo por parte de los organismos de cooperación internacional.

Líneas de acción

- Fortalecer el posicionamiento de El Salvador como receptor de cooperación internacional.
- Construir acuerdos de cooperación diseñados específicamente para aprovechar las condiciones de las diversas localidades y promover la firma de convenios y acuerdos en materia de turismo.
- Alinear soluciones a la problemática turística para hacer más efectivos los esfuerzos de cooperación para el desarrollo.





Eje IV. Temas globales, acciones locales

Para tener un sector capaz de generar beneficios locales y nacionales, las decisiones y acciones deben iniciarse en el ámbito local. Por ello, es necesario trabajar en la adaptación de estrategias nacionales surgidas desde lo local, mediante procesos que permitan empoderar a las organizaciones de base responder de mejor forma a las necesidades locales.

La descentralización de la gestión turística en El Salvador no es únicamente un proceso administrativo formal para transferir funciones, competencias, responsabilidades y recursos hacia los gobiernos municipales y los actores locales. Es sobre todo un sistema de gestión que permite a la sociedad local tener una mayor participación en las decisiones que le afectan directamente.

La creación de los Centros de Amigos del Turista (CAT), como oficinas regionales permite la interlocución de las instituciones relacionadas con el turismo y los

actores locales y la suma de esfuerzos que de manera coordinada operan a través de una red de interacciones en todo el territorio salvadoreño, hace más eficiente la inversión individual y colectiva, enlazando a los actores regionales y comunitarios con las metas y objetivos comunes.

Objetivo

Alinear las actuaciones de los gobiernos municipales y las instancias locales para lograr una descentralización eficiente y ordenada en el desarrollo turístico local.

Estrategias

A. Acrecentar los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística.

B. Fortalecer los Comités de Desarrollo Turístico.

C. Fortalecer la gestión de los Centros de Amigos del Turista, como interlocutores locales.

D. Conformar redes turísticas regionales.

A. Acrecentar los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística

Los gobiernos municipales tienen un papel determinante en el desarrollo turístico de los destinos del país y los procesos de descentralización en los nuevos escenarios democráticos, lo cual ha implicado la transferencia de funciones, responsabilidades y toma de decisiones hacia las alcaldías, que al tener una personalidad jurídica propia gozan de capacidad de acción que debe coordinarse con la administración del gobierno central.

En términos de gestión turística, se reconoce que la proximidad y la relación continua y directa de los gobiernos municipales con la ciudadanía les permite conocer directamente las necesidades y oportunidades que equilibren las presiones del crecimiento del turismo con lo local.

Para capitalizar esfuerzos y recursos al diseñar, desarrollar y promover la oferta turística de El Salvador, las instituciones nacionales relacionadas con el turismo mantienen una comunicación constante, abierta y recíproca con los gobiernos municipales para lograr que las acciones nacionales se vinculen con las necesidades locales, al mismo tiempo que los programas y proyectos locales estén alineados con los planteamientos de desarrollo de la política nacional.

Líneas de acción

- Proporcionar a los funcionarios municipales, conocimientos y herramientas que fortalezcan sus capacidades en términos de gestión turística.
- Colaborar en el diseño de modelos de desarrollo turístico acordes con la vocación de cada municipio.
- Apoyar la elaboración de planes maestros de desarrollo turístico municipal, alineados con la Política Nacional de Turismo.
- Promover el fortalecimiento institucional y jurídico de los municipios en materia turística.
- Apoyar la consolidación de alianzas entre los municipios, las instituciones del gobierno central, asociaciones civiles, actores privados y agencias de cooperación en materia de turismo.
- Encauzar proyectos y programas hacia el ámbito municipal, proporcionando apoyo técnico y financiero para su implementación.

B. Fortalecer los Comités de Desarrollo Turístico

La creación y fortalecimiento de los Comités de Desarrollo Turístico como entidades para el apoyo de los procesos de descentralización, la responsabilidad compartida y los procesos democráticos del país, pues estos organismos favorecen la coordinación de las instituciones nacionales con los empresarios turísticos locales, con los representantes de los gobiernos municipales y con otros actores relevantes de las comunidades receptoras.

La participación activa, enfocada y autónoma de los comités para planificar e implementar proyectos turísticos que agreguen valor a los destinos debe proponer un manejo adecuado de las oportunidades de los espacios turísticos, adaptándose a las condiciones de cada localidad, municipio y región; tomando en cuenta tanto aspectos naturales y físico-geográficos, como sociales, culturales y de intervención humana.

De esta manera, el fortalecimiento de los comités se traduce en el fortalecimiento de la cultura democrática y participativa, así como en la generación de impactos positivos en la economía, en el medio ambiente y la calidad de vida de los salvadoreños, pues impulsa la capacidad social de tomar decisiones, que resulten en proyectos e iniciativas que se emprenden desde las localidades turísticas.

Líneas de acción

- Fomentar la conformación de Comités de Desarrollo Turístico en las localidades con potencial turístico
- Definir las funciones, las áreas de competencia y reglamentos, de los Comités de Desarrollo Turístico en cada localidad, promoviendo su autonomía.
- Promover la representatividad de los diversos actores turísticos en los Comités de Desarrollo Turístico.
- Proveer capacitación para mejorar las competencias de los comités para la conservación de los recursos culturales y naturales con valor patrimonial.
- Establecer estrategias de procuración de recursos que permitan la realización de proyectos y propicien la autonomía de los comités.





C. Fortalecer la gestión de los Centros de Amigos del Turista (CAT) como interlocutores locales

Los Centros de Amigos del Turista (CAT) facilitan la gestión turística local y tienen la doble función de atender a los visitantes, así como establecer vínculos con los actores locales, públicos y privados que inciden en la actividad turística.

Los CAT son también un instrumento para generar inteligencia de mercado en sus regiones de influencia, particularmente en cuanto al fortalecimiento territorial del Registro Nacional de Turismo y el levantamiento de información estratégica que alimente los sistemas de gestión de conocimiento necesarios para orientar las decisiones del sector.

Líneas de acción

- Generar lineamientos y manuales de operación claros respecto a la gestión de cada CAT en función de las necesidades de sus regiones de influencia.
- Implementar programas de capacitación especializada para el mejoramiento técnico de los CAT.
- Mejorar el equipamiento y capacidad de gestión de los CAT acorde con sus atribuciones operativas y de desempeño.

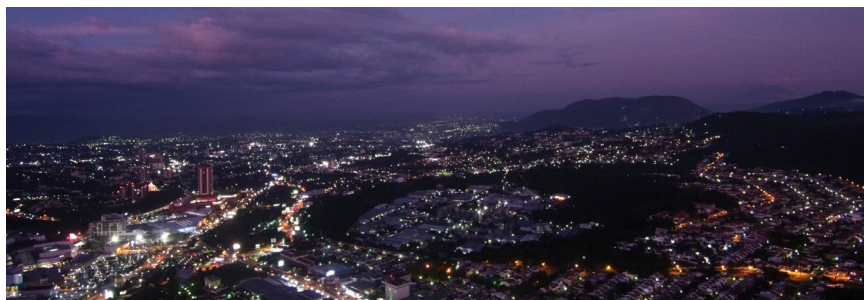
D. Conformar redes turísticas regionales

Considerando que los territorios turísticos no siempre responden a una lógica geopolítica, es necesario conformar redes regionales desde una lógica turística-territorial que contemplen la posición geográfica, el nivel de desarrollo, la vocación turística, las relaciones comerciales de las localidades involucradas, así como la afinidad y complementariedad de sus recursos y mercados. Esto implica que un comité local pueda participar en más de una red turística regional.

La participación articulada de los actores de distintas localidades, a partir de la conformación de redes regionales, contribuye a un mayor aprovechamiento de las oportunidades de mercado y la distribución de los flujos turísticos, el intercambio de experiencias, el planteamiento de una visión común para el desarrollo territorial y la articulación de proyectos integrales que promuevan el desarrollo conjunto de los destinos. Así mismo propician la diversificación de flujos turísticos en el territorio nacional y fomentan la competitividad de las regiones y localidades.

Líneas de acción

- Establecer criterios de selección para la integración de los Comités de Desarrollo Turístico locales a las redes regionales y promover su incorporación a aquellas que son afines.
- Definir mecanismos de funcionamiento, comunicación y evaluación de desempeño de las redes turísticas regionales y los proyectos que se implementen.
- Diseñar los mecanismos de participación e inclusión social para la integración de nuevos actores a las redes turísticas.
- Realizar diagnósticos periódicos para identificar otras necesidades, oportunidades y potencialidades propias de los grupos y regiones, para su fortalecimiento y consolidación de la red.





Eje V. Empresas, impulsoras del cambio

El fortalecimiento de la vinculación entre empresas del sector turístico de El Salvador es un recurso estratégico de gran importancia para responder eficazmente al entorno competitivo internacional.

Las organizaciones gremiales del sector empresarial son plataformas creadas para articular a los actores de un sector o subsector y proteger los intereses de sus agremiados, por lo que buscan incidir en las políticas públicas y los marcos normativos que afectan su desempeño, su competitividad y su rentabilidad.

La negociación colectiva permite reducir costos, desarrollar innovaciones tecnológicas, generar economías de escala, aprovechar espacios comunes de participación e interlocución y alcanzar nuevos mercados compartiendo los costos de comercialización.

La vinculación empresarial a través de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las gremiales del sector, la creación de cadenas productivas y el establecimiento de mesas de trabajo, permite mantener la flexibilidad de las empresas individuales, al mismo tiempo que se crean sinergias para aprovechar las capacidades combinadas de sus socios.

El Ministerio de Turismo impulsa la vinculación empresarial con el objetivo de contar con interlocutores organizados, que contribuyan al desarrollo de la oferta turística de El Salvador, participen activamente en mejorar la calidad de los servicios turísticos para que de esta manera puedan incursionar en nuevos mercados e incrementar los beneficios que el turismo genera para el país.

Objetivo

Fortalecer el diálogo con el sector empresarial para aumentar la competitividad y sostenibilidad del turismo, estimulando la creación de mecanismos de desarrollo e integración con particular atención a las MIPYMES.

Estrategias

A. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo -CASATUR y las gremiales adscritas.

B. Apoyar en el fortalecimiento y promoción de las empresas miembros del Registro Nacional de Turismo.

C. Impulsar la creación de cadenas productivas

A. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo -CASATUR y las gremiales adscritas

Las organizaciones gremiales en materia turística son espacios que agrupan diferentes voluntades de un sector específico que suelen ser competidores en el ámbito comercial, pero deciden colaborar para impulsar iniciativas que beneficien al conjunto de sus asociados e incidir en la solución de problemas de interés común, donde los objetivos colectivos sobrepasan los intereses particulares.

En El Salvador, la Asociación Nacional de la Empresa Privada – ANEP, es la institución más reconocida en vincular otras gremiales, es ahí donde se inscribe la Cámara Salvadoreña de Turismo como ente representativo del sector.

Tanto la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) como las organizaciones gremiales del sector facilitan la interlocución entre y con los miembros de cada subsector y representan un espacio de gran valía para generar propuestas de actuación comunes. Su participación en el diseño y difusión de las políticas públicas relacionadas con la actividad turística permitirá consolidar un liderazgo integrador y transversal, que robustece la actividad turística en el país.

Líneas de acción

- Promover una agenda compartida entre las distintas organizaciones gremiales, a través de la Cámara Salvadoreña de Turismo y el Gobierno Nacional.
- Robustecer los programas conjuntos de formación y capacitación en el manejo organizacional.
- Establecer programas de procuración de recursos que fortalezcan su autonomía financiera.
- Fomentar el conocimiento y adopción de la Política Nacional de Turismo entre sus miembros.
- Promover la afiliación de proveedores de servicios y productos turísticos a asociaciones gremiales que les sean afines.
- Apoyar las estrategias y acciones que surjan como resultado del trabajo conjunto, para atender las necesidades y oportunidades de la actividad turística.



B. Apoyar en el fortalecimiento y promoción de las empresas miembros del Registro Nacional de Turismo

El Registro Nacional de Turismo es un registro público administrado por la Corporación Salvadoreña de Turismo, en el que se inscriben empresas turísticas nacionales y extranjeras, así como sus titulares.

Al estar inscritas las personas naturales o jurídicas obtienen beneficios como capacitaciones, promoción en catálogo, información de sus servicios en la página web institucional, participación en ferias internacionales e incentivos fiscales.

Pueden inscribirse empresas de alojamiento, restaurantes, operadoras de turismo, organizadoras de eventos, prestadoras de servicios de transporte turístico, parques recreativos, campos de golf y otras empresas que presenten servicios directos de naturaleza turística.

Para promover la incorporación de los actores turísticos al Registro Nacional de Turismo, se aplican medidas de evaluación constante del cumplimiento de los requisitos tanto en los procedimientos de inscripción, como de la reglamentación aplicable. De esta manera se identifican barreras y oportunidades en el sector, se instrumentan medidas de mejora y se promueve la inclusión de todos los actores relacionados con la actividad turística. Estas acciones han servido para que registro tenga un elevado rango estratégico para el sector.

Líneas de acción

- Promover el Registro Nacional de Turismo por medio de campañas de incorporación y registro de empresas turísticas en ámbitos regionales y locales.
- Establecer la categorización de las empresas turísticas en el Registro Nacional de Turismo para mejorar su competitividad y el otorgamiento de beneficios.
- Promocionar a las empresas registradas a través de la página web y catálogos especializados.

C. Impulsar la creación de cadenas productivas

El encadenamiento productivo en la actividad requiere la articulación de los productores y proveedores de bienes y servicios que los visitantes consumen antes, durante y después de sus viajes.

Por la diversidad de actores y sectores que participan en esta cadena es una de las más complejas y heterogéneas de la economía. Requiere de la integración productiva transversal, intersectorial e interdisciplinaria, pues incorpora tanto al sector agrícola como industrial, comercial, académico y de servicios.

En algunos destinos de El Salvador, los encadenamientos productivos suceden de forma espontánea para satisfacer una demanda de mercado existente, en ocasiones realizados con el menor esfuerzo de los integrantes de la cadena, sin tomar en cuenta los efectos que la calidad y oportunidad generan en la economía, la producción local y la competitividad.

Para distribuir mejor los beneficios del turismo, es fundamental incentivar a los proveedores de distintos eslabones de la cadena, aplicar métodos y sistemas de producción y organización con visión de integración local y generar nuevas capacidades locales para elevar productividad, incrementar el desempeño profesional y la competitividad de los negocios.

La clasificación de las cadenas productivas en El Salvador identificará los productos y servicios asociados a la actividad turística con base en tres consideraciones:

- **POR ÁMBITO GEOGRÁFICO** que impulsa la agrupación de los productores y prestadores de servicios de la localidad o municipio a nivel local o regional, fomentando una mayor distribución de ingresos, una reducción de costos económicos y ambientales, de transportación y la colaboración entre actores locales y regionales, entre otros, como beneficios relacionados con la diversificación económica de los destinos, la inclusión social y la responsabilidad ambiental. La agrupación puede también contribuir a eliminar externalidades negativas.
- **POR PRODUCTOS Y SERVICIOS**, que impulsa la integración de productos y servicios de la misma naturaleza, lo cual puede contribuir a la reducción de costos al incrementar la escala de las operaciones compartidas, conocer otras experiencias y generar un mejor posicionamiento por categoría de producto, y aumentar la rentabilidad social de una actividad específica.
- **POR SISTEMAS DE ALTA COMPETITIVIDAD**, que promueve la integración vertical y horizontal de los productores y prestadores de servicios, para formar redes de valor, también por su efecto en el incremento en la escala de las operaciones y por la posibilidad que otorga de reducir o eliminar externalidades negativas.

Para impulsar el encadenamiento productivo y promover la colaboración entre diversos actores que participan en el sector turístico se aprovechan los mecanismos de asociación y vinculación que promueve el enfoque de gestión de gobernanza transversal.

Líneas de acción

- Fortalecer y difundir los diagnósticos locales que identifican necesidades y oportunidades de desarrollo para proveedores locales en el ámbito turístico.
- Sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos respecto a las ventajas del consumo de insumos producidos en sus localidades y regiones.
- Fomentar la creación de cooperativas de proveedores turísticos y mecanismos de distribución de insumos locales a través de los CDT.
- Facilitar el acceso a esquemas de financiamiento cooperativo.
- Promover la integración de MIPYMES no turísticas locales y regionales a las cadenas productivas de las grandes empresas turísticas.
- Asesorar y proporcionar acompañamiento técnico a inversionistas interesados en los diferentes esquemas de proveeduría en el ámbito local, regional y nacional.





Eje VI. Sociedad civil, aliada estratégica

Las organizaciones civiles situadas entre lo público y lo privado cumplen con un rol significativo, pues representan intereses colectivos de los grupos sociales que las conforman, suelen caracterizarse por su visión plural e incluyente, y con frecuencia presentan propuestas para solucionar problemas sociales que los individuos, las empresas o los gobiernos no pueden solucionar por sí solos.

A través de ellas, se coordinan esfuerzos que armonizan el desarrollo del turismo, la cultura y el medio ambiente con la identificación colectiva de obstáculos y oportunidades.

En un mundo que cambia con rapidez, las organizaciones de la sociedad civil necesitan dinamizar su capacidad de evaluación y diseño de propuestas que incidan en las políticas públicas, trascender su resistencia al cambio y orientarse al impulso de proyectos distributivos, responsables y rentables, además de encontrar fuentes diversas para obtener los recursos necesarios y cumplir con los objetivos que se han propuesto.

Objetivo

Vincular las actuaciones del sector social y las organizaciones no gubernamentales con los objetivos nacionales de desarrollo turístico sostenible del país, reafirmando mecanismos de diálogo y participación ciudadana.

Estrategias

A. Mapear y diagnosticar las organizaciones sin fines de lucro enfocadas en asuntos que impulsan la actividad turística sostenible e incluyente.

B. Impulsar y difundir las acciones dirigidas al sector turismo dentro de los planes de las organizaciones de la sociedad civil.

A. Mapear y diagnosticar las organizaciones sin fines de lucro enfocadas en asuntos que impulsan la actividad turística sostenible e incluyente.

Contar con un mapa actualizado de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) identificando sus objetivos e intereses, y establecer mecanismos de diálogo para evitar que se traslapen con las atribuciones y acciones que corresponden al estado o a las institucionales públicas, permitirá fortalecer su contribución al bienestar social y al desarrollo económico. Este ejercicio es clave para promover acciones que puedan potencializar la función de esas organizaciones y generar sinergias.

Líneas de acción

- Levantar un mapa de las organizaciones en las zonas de influencia de los Centros de Amigos del Turista.
- Identificar planes operativos de las ONG en las zonas turísticas, trazando vínculos con las acciones de turismo y las acciones de las ONG en las diferentes locaciones
- Establecer alianzas estratégicas con las ONG que estarán en el territorio para que contribuyan a la implantación y difusión de la Política Nacional de Turismo.

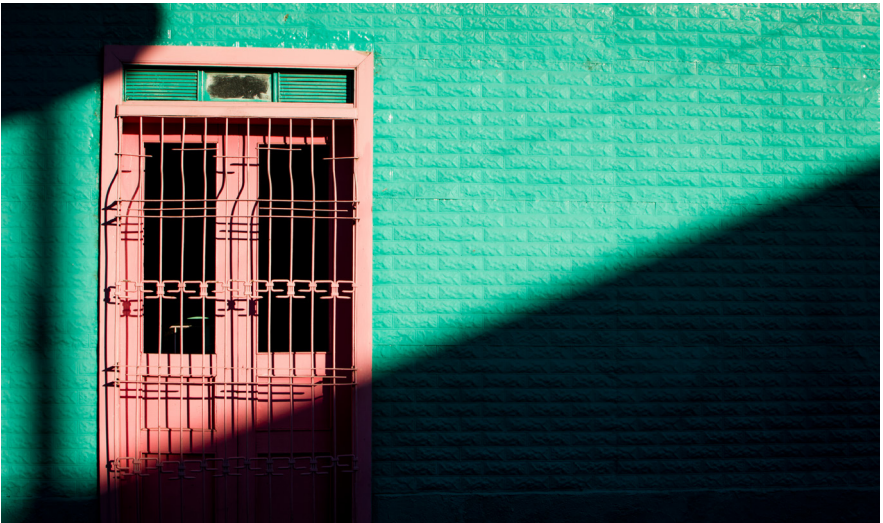
B. Impulsar y difundir las acciones dirigidas al sector turismo dentro de los planes de las organizaciones de la sociedad civil.

El Salvador, como país en vías de desarrollo, tiene una fuerte presencia de la cooperación internacional por medio del apoyo a diferentes ONG presentes en el territorio nacional con quienes se comparten las metas globales enmarcadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para varias de esas organizaciones, el turismo es una alternativa para mejorar el presente y el futuro de las comunidades que atienden. En este sentido, es relevante fortalecer un diálogo permanente y conocer de primera mano sus propuestas e intereses para que participen activamente en el desarrollo de las políticas, planes programas y proyectos del sector que realiza MITUR.

Líneas de acción

- Incrementar el trabajo conjunto entre las ONG y MITUR en el territorio.
- Promover encuentros de coordinación con las principales ONG de los territorios para revisar en conjunto la vinculación de los actores y su formalización y crecimiento dentro de la industria turística.
- Fomentar inversiones de las ONG alineadas con los planes de promoción y publicidad para cada territorio que se esté buscando promover.





Eje VII. Academia, generadora de conocimiento

La articulación e integración del sector académico de El Salvador con las políticas públicas del sector a través de la investigación turística y la docencia, tiene como objetivo construir un espacio de oportunidades e intercambio de conocimientos y experiencias entre las instituciones públicas, el sector productivo y las universidades.

De esta manera será posible capitalizar los proyectos de investigación, desarrollo científico, tecnológico y de innovación, así como el rol de la comunidad académica en la transferencia de conocimientos.

El intercambio de información, la creación de modelos de desarrollo turístico, la producción y transferencia de conocimientos, establece las bases de colaboración e intercambio en un contexto de configuración de espacios regionales y temáticos.

Objetivo

Articular la relación entre las políticas públicas y las actividades del sector académico, para fortalecer la investigación y creación de conocimientos en materia de turismo sostenible.

Estrategias

A. Impulsar las acciones académicas con el fin de lograr la inteligencia competitiva del sector.

B. Coordinar las necesidades de personal calificado del sector con la oferta educativa.

A. Impulsar las acciones académicas con el fin de lograr la inteligencia competitiva del sector

Las universidades e instituciones de investigación son capaces de crear conocimiento sobre el potencial turístico de El Salvador y divulgar las mejores prácticas nacionales e internacionales en materia turística, así como la evaluación autónoma de las políticas públicas para su mejor diseño e instrumentación, en beneficio de desarrollo económico y social con visión de sostenibilidad.

La inteligencia competitiva que se puede lograr con el concurso del sector académico puede dar ventajas al país y permitir que se avance por caminos innovadores hacia la solución de los retos nacionales con acciones que correspondan a las realidades y necesidades locales.

El sector académico y de investigación debe ser generador de análisis e información de los mercados y su contribución deberá ser determinante en la definición del rumbo del sector y de sus alternativas para contribuir al bienestar y progreso de los salvadoreños, con aportes en el conocimiento de las tendencias demanda turística a nivel regional y global en un mundo de crecientes exigencias.

La labor del sector académico deberá ser también relevante para transformar al sector turístico con la aplicación de las más modernas tecnologías digitales en la producción de bienes y provisión de servicios para los visitantes nacionales y extranjeros. Por tanto, la academia debe apoyar la transición hacia ciudades y sitios de interés inteligentes.

Es en la academia donde están los espacios para el estudio y análisis de la información estadística del sector y para imaginar y proponer estrategias eficaces y viables dirigidas a diseñar campañas publicitarias, destinadas a la construcción de una imagen nacional e internacional que promueva la gran valía de los recursos humanos, históricos, culturales y naturales que el país ofrece al turista.

Líneas de acción

- Fomentar foros de discusión con frecuencia anual para la evaluación y el fortalecimiento de la política turística, para construir y dar seguimiento a la hoja de ruta para el sector.
- Promover encuentros entre estudiantes de diferentes facultades en las que se puedan discutir retos para sus respectivos territorios y determinar acciones viables para su superación.
- Generar premios y reconocimientos a la investigación en temas de turismo que permitan enfrentar los retos y reducir las brechas del sector.
- Impulsar la publicación de estudios, análisis y documentos técnicos sobre los efectos, impactos y mejores prácticas para el turismo receptivo y doméstico.

B. Coordinar las necesidades de personal calificado del sector con la oferta educativa.

Es el sistema educativo se forman los recursos humanos que se incorporarán a la fuerza laboral calificada para el sector turismo. Es ahí donde se preparan los nuevos emprendedores, innovadores, administradores, promotores y prestadores de servicios que impulsarán las transformaciones del sector turístico salvadoreño con sus saberes y habilidades.



Para contar con recursos humanos calificados y suficientes en todas las ramas y especialidades que reclama la modernización del sector turístico de El Salvador, deben conocerse hasta donde sea posible la dinámica actual y escenarios futuros del sector y tener un diagnóstico correcto de necesidades.

El currículum académico de las facultades y escuelas técnicas y universitarias debe corresponder a las necesidades del sector; sus egresados deben formarse con conocimientos y experiencias de las condiciones de desarrollo del turismo sostenible, las mejores prácticas, las políticas más exitosas y los proyectos de turismo de mayor demanda entre los visitantes nacionales y extranjeros.

Una formación profesional y técnica moderna, adecuada a las demandas actuales de los visitantes nacionales y extranjeros, cada vez más exigentes, reclama que en las instituciones de educación se generen pensamiento crítico y capacidad de aprendizaje entre sus alumnos para formar agentes de cambio capaces de trascender los antiguos paradigmas de desarrollo lineal para trabajar en red e impulsar la sostenibilidad del territorio.

Líneas de acción

- Identificar las necesidades de profesionales del sector turístico para alinear los planes y programas de formación.
- Facilitar encuentros entre empresa privada y la academia.
- Dedicar acciones conjuntas que actualicen al sector académico en las necesidades laborales del sector empresarial.
- Fomentar la creación de un seguimiento estadístico del comportamiento del sector en materia de empleabilidad especializada.





Eje VIII. Transparencia y rendición de cuentas, base de la democracia

En una democracia los funcionarios públicos de todos los niveles son mandatarios y el mandante, titular de la soberanía nacional, principios y finalidad última del Estado es el pueblo.

Las diferentes instancias relacionadas con esta obligación aprovechan el desarrollo de tecnologías de información para impulsar la rendición de cuentas y la transparencia en la gestión pública con más eficiencia y menores costos, generando información de primera mano que permite a los ciudadanos tomar decisiones informadas y apoyadas por el Estado de manera justa y competitiva, creando una situación de armonía que equilibra la relación entre los actores y mejora la confianza en las instituciones públicas.

Objetivo

Generar confianza entre los actores que inciden en el desarrollo del turismo y la ciudadanía consolidando mecanismos de transparencia y rendición de cuentas.

Estrategias

A. Difundir información estratégica de utilidad para el sector

B. Generar estrategias de cocreación para enfrentar las coyunturas y oportunidades que se identifiquen

A. Difundir información estratégica de utilidad para el sector

Para aumentar los impactos positivos de la información estratégica del Observatorio Turístico de El Salvador, se establecen mecanismos de difusión en medios impresos y electrónicos de manera que esté disponible para los distintos actores interesados y puedan utilizarla para diseñar y ajustar sus estrategias y tomar decisiones pertinentes en función a los nuevos conocimientos, otorgándoles la posibilidad de adquirir ventajas competitivas para el desarrollo de sus actividades.

Líneas de acción

- Generar boletines informativos del comportamiento de la actividad turística y darlos a conocer mediante medios electrónicos que eviten el uso excesivo de papel y aumenten el alcance de los comunicados.
- Mejorar la plataforma y las herramientas de difusión en línea aprovechando las nuevas tecnologías.

B. Generar estrategias de cocreación para enfrentar las coyunturas y oportunidades que se identifiquen

La economía colaborativa implica estimular alianzas que faciliten el intercambio de conocimientos y experiencias para estimular la innovación y la mejora continua de los actores relacionados con la implementación de proyectos, el desarrollo de los destinos, rutas, corredores y regiones turísticas.

Los procesos de cocreación se establecen con base en las coincidencias y coyunturas temáticas de las comunidades con vocación turística del país. Su objetivo es trabajar en conjunto para atender los principales retos y prioridades de desarrollo provocando el pensamiento creativo y colaborativo de los actores locales. Para fomentarlos se establecen mesas temáticas podrán funcionar de forma temporal o permanente, conforme sea relevante para la situación del momento.

Se dará prioridad a los temas relacionados con las líneas de producto de mayor potencial turístico del país, y se promoverá la creación de nuevas mesas de trabajo, de acuerdo con las necesidades de los actores turísticos.

Líneas de acción

- Analizar constantemente el entorno para identificar oportunidades y temáticas relevantes para el desarrollo turístico nacional, regional y local.
- Desarrollar una agenda para las mesas de trabajo con base a los temas prioritarios identificados.





RESUMEN

Objetivo General

Propiciar una gestión institucional eficaz y eficiente para impulsar el desarrollo sostenible del país a través del turismo estableciendo directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, articulen y orienten la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo bajo principios de respeto a los derechos humanos y la inclusión social.

Objetivos Específicos

- Fortalecer las atribuciones y responsabilidades del MITUR a través del marco jurídico, regulatorio y reglamentario.
- Crear mecanismos de diálogo y participación ciudadana.
- Robustecer las capacidades de gestión del MITUR y sus instituciones adscritas para una mejor eficacia y eficiencia.
- Establecer directrices y estrategias de trabajo que desarrollen, articulen y orienten la acción responsable y participativa de los actores y sectores que inciden en el turismo.
- Estimular la creación de mecanismos de desarrollo e integración a los actores y sectores de manera competitiva e inclusiva, con particular atención a las MIPYMES.

Eje I. MITUR como ente integrador

- A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo.
- B. Incrementar la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).
- C. Reforzar el desempeño del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).

Eje II. MITUR en el contexto nacional

- A. Construir agenda de incidencia dinámica y transversal en el Consejo de Ministros.
- B. Crear un plan de trabajo coordinado con las instituciones autónomas en las que se tiene participación directa.
- C. Fortalecer los vínculos de relación con la Asamblea Legislativa.

Eje III. El Salvador, abierto a la cooperación

- A. Participar activamente en la Organización Mundial de Turismo.
- B. Contribuir al logro de los objetivos de la Secretaría de Integración Turística Centroamérica.
- C. Cooperar en la consolidación de la Organización Mundo Maya.
- D. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes.

Eje IV. Temas globales, acciones locales

- A. Acercar los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística.
- B. Impulsar la consolidación de los comités de desarrollo turístico
- C. Fortalecer la gestión de los centros de amigos del turista (CAT) como interlocutores locales
- D. Conformar redes turísticas regionales.

Eje V Empresas, impulsoras del cambio

- A. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo -CASATUR y las gremiales adscritas.
- B. Apoyar en el fortalecimiento y promoción de las empresas miembros del Registro Nacional de Turismo
- C. Impulsar la creación de cadenas productivas.

Eje VI. Sociedad civil, aliada estratégica

- A. Mapear y diagnosticar las organizaciones sin fines de lucro enfocadas en asuntos que impulsan la actividad turística sostenible e incluyente.
- B. Impulsar y difundir las acciones dirigidas al sector turismo dentro de los planes de las organizaciones de la sociedad civil.

Eje VII Academia, generadora de conocimiento

- A. Impulsar las acciones académicas con el fin de lograr la inteligencia competitiva del sector.
- B. Coordinar las necesidades de personal calificado del sector con la oferta educativa.

Eje VIII. Transparencia y rendición de cuentas, base de la democracia

- A. Divulgar la información oficial que establece la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- B. Difundir información estratégica de utilidad para el sector.
- C. Generar mesas de trabajo para enfrentar las coyunturas y oportunidades del entorno.

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