



# PLAN NACIONAL DE TURISMO 2020

## EL SALVADOR





Informe realizado y presentado por:



Con la colaboración de:



Equipo de Trabajo:

- Coordinación General: Baltasar Fernández Ávila
- Dirección Técnica: Ricardo Rojas Bejarano
- Equipo consultor asistente:
  - Gilberto Casanova Guillén
  - Daniel Sternfels Singer
  - Marco Vinicio Escobar López

Fecha de presentación: Diciembre de 2008

## ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Visión .....</b>	<b>7</b>
<b>3. Misión .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Principios y Criterios Generales de Planificación .....</b>	<b>11</b>
<b>5. Objetivos.....</b>	<b>16</b>
<b>6. Estrategia General de Turismo en El Salvador .....</b>	<b>32</b>
<b>7. Directrices estratégicas y programas de acciones para el desarrollo turístico sostenible en El Salvador.....</b>	<b>48</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

---

El Plan Nacional de Turismo 2014 fue presentado a principios de 2006 como primer gran documento estratégico de referencia para el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador. Se trata de un plan desarrollado en detalle que estaba destinado a convertirse en la guía principal de actuación para todo el sector turístico del país y, en particular, para un sector público liderado por el Ministerio de Turismo recién creado en esta legislatura de gobierno y por las instituciones gubernamentales que, como Corsatur, constituyen el eje motor de las actuaciones públicas en beneficio de la actividad turística.

Transcurridos dos años desde su puesta en marcha, el Ministerio de Turismo/ Corsatur ha procedido a realizar una revisión en profundidad de dicho documento. Una revisión que viene motivada por los siguientes aspectos:

- La necesidad de verificar el nivel de cumplimiento y efectividad de las acciones emprendidas en el marco de la estrategia de turismo planteada en el PNT 2014.
- La conveniencia de sistematizar la evaluación y la transparencia sobre los resultados derivados de la misma, como parte de los procedimientos de trabajo habituales de una administración pública que desea basar su trabajo en un sistema de planificación formal.
- La idoneidad de incorporar, en su caso, aquellos nuevos principios y criterios al Plan Nacional de Turismo relacionados con los cambios ocurridos en el propio sector turístico salvadoreño (tanto en el ámbito público, como en el privado); cambios relacionados con una mayor sensibilidad hacia la actividad, con la conveniencia de avanzar al

máximo en el consenso entre unos y otros agentes del sector, así como en la propia petición del sector por caminar hacia un pacto de Estado en relación al papel de la actividad turística en el país.

- La necesidad de revisar, no solamente las estrategias, principios y criterios de planificación establecidos en el PNT 2014 por las razones antes apuntadas sino, al mismo tiempo, por la actual y previsible situación económica y financiera internacional de crisis generalizada; una situación que obliga a revisar los objetivos planteados en su momento y, en consecuencia, la nueva dirección, ritmo y velocidad que ha de darse a la actuación pública de común acuerdo con el sector privado.

Por todos estos motivos, además de la revisión que se ha efectuado al vigente Plan Nacional de Turismo 2014, el Ministerio de Turismo y Corsatur han considerado necesario que dicha revisión sirva, no sólo al propósito de actualizar dicho documento, sino también al de llevarlo al horizonte temporal del año 2020, para así contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador que permita contemplar aquellas inversiones y actuaciones (nuevas infraestructuras de comunicaciones, cambios en el sistema de capacitación y cualificación turística, promoción en algunos mercados emisores, por ejemplo) cuyos efectos serán más visibles a medio y largo plazo. Todo ello, en consonancia, con los procedimientos y sistemas de planificación existentes en el ámbito de otras organizaciones turísticas mundiales, regionales, así como por parte de numerosos países de la escena turística internacional.

Por consiguiente, el nuevo Plan Nacional de Turismo 2020, además de actualizar cuanto ya se contenía en el anterior PNT 2014, sirve al propósito final de:

- Facilitar un nuevo impulso al consenso nacional en materia turística deseable.
- Ajustarse a la nueva realidad económica y financiera internacional.
- Adaptarse a los sistemas de planificación internacional de organizaciones y países con los que deberá converger.
- Otorgar al sector público un nuevo papel en su rol de facilitador principal del desarrollo turístico.
- Facilitar a los actores del sector privado el espacio que éstos necesitan como articuladores y motores de la inversión, el desarrollo del sector y la generación de riqueza y bienestar para el país.
- Considerar, en el contexto anterior, la oportunidad que El Salvador tiene en la actividad emprendedora como eje motor del cambio en dirección al desarrollo social, económico y ambiental del país.

Para proceder a la realización de este trabajo se ha realizado previamente un trabajo de actualización del diagnóstico anterior con respecto a la nueva situación actual, así como un profundo trabajo de auditoría y evaluación de la ejecución, resultados e impacto del Plan Nacional de Turismo 2014 en sus dos primeros años de vigencia.

Al mismo tiempo, se ha desarrollado un proceso abierto y participativo de reflexión con los agentes turísticos del país; un proceso de reflexión que ha

permitido identificar, no solamente variables vinculadas a una correcta diagnosis de la situación, sino también a la identificación de oportunidades de mejora, posibles directrices estratégicas a considerar e incluso algunas iniciativas que se consideran de especial importancia.

Además del trabajo de gabinete para la revisión estadística y la información pertinente sobre la situación turística del país, el equipo consultor asignado al proyecto ha llevado a cabo un total de 32 entrevistas personales en profundidad con agentes públicos y privados, se ha desarrollado un Foro de Reflexión con empresas, administraciones públicas y otros agentes en el mes de octubre de 2008 y, al mismo tiempo, se han mantenido reuniones de trabajo diversas con las diversas y principales gremiales del sector turístico salvadoreño. Un trabajo que, en suma, ha permitido elaborar un documento final como el que se presenta, que permite contar con un grado de consenso muy alto entre el sector público y privado sobre la idoneidad del planteamiento estratégico que se ha realizado, así como sobre la pertinencia y prioridad de atender a unas iniciativas y medidas determinadas.

Es por todo ello que, al amparo de las reflexiones derivadas del análisis efectuado y de las diversas aportaciones de los agentes públicos y privados del sector, se propone a continuación el Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador que se detalla en este documento.



## 2. VISIÓN

---

En el marco de un Plan Nacional de Turismo, la visión se convierte en la piedra angular de la estrategia que se diseña para el destino. En efecto, a grandes rasgos, la Estrategia General de Turismo en El Salvador quedará definida por dos grandes elementos:

1. Lo que queremos, deseamos y aspiramos lograr en el horizonte temporal definido; la identificación del significado y aportación del turismo en el año 2020 para el conjunto de la República de El Salvador.
2. El posicionamiento de nuestro destino turístico en el mercado; es decir, cómo deseamos que El Salvador, en cuanto que destino turístico, sea percibido, comprendido, caracterizado y, en todo lo posible, deseado.

El primero de los elementos es la Visión. Un concepto clave para el diseño de las estrategias y acciones específicas de este Plan Nacional de Turismo 2020.

En el caso de El Salvador, la Visión definida es la siguiente:

**“En el año 2020, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un eje prioritario del desarrollo económico del país e instrumento indispensable para el bienestar social de toda la población salvadoreña, de la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la competitividad de la economía y el empleo, considerando especialmente las necesidades de las personas más desfavorecidas.**

**El Salvador será un destino turístico sostenible y competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa.**

***Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismos temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica, de la capacidad emprendedora del país así como de la responsabilidad y compromiso del sector privado con su desarrollo turístico”.***

#### **Aspectos sintetizadores de la Visión:**

- Eje prioritario de la economía e instrumento indispensable para la mejora del empleo, bienestar e integración social de la población.
- Sostenibilidad y responsabilidad social y ambiental en la acción para su desarrollo
- Posicionamiento de El Salvador respecto al conjunto de destinos centroamericanos.
- Imagen de marca-destino del país reconocida
- Destino diferenciado y de reconocida estabilidad que integra diversos productos temáticos impulsados por un sector privado comprometido

### 3. MISIÓN

---

En el marco del Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador el concepto de Misión debe hacer referencia al campo de actividad básico de las organizaciones, tanto públicas, como privadas, con actividad o competencia en el sector turístico.

En consecuencia, la Misión del sector turístico sirve de guía general para cuantas actuaciones se deban realizar a fin de lograr los objetivos que se contemplan en este Plan Nacional.

Desde estas consideraciones previas, se considera la declaración de Misión siguiente:

**“Las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas, como privadas, adoptan la Misión de posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, mediante la ordenación turística del territorio, la mejora cuantitativa y cualitativa de la oferta, así como la puesta en valor y sostenibilidad integral de los recursos turísticos, haciendo partícipe, mediante la sensibilización, formación e información, a toda la comunidad salvadoreña, donde quiera que ésta resida, realizando un especial esfuerzo por integrar en este proceso a la población con limitaciones socioeconómicas y por fortalecer el compromiso por una acción socialmente responsable de la capacidad emprendedora del país.”**



Por consiguiente, la Misión declarada anteriormente se asienta sobre los siguientes pilares fundamentales de cara al Plan Nacional de Turismo 2020 que se propone.

**Pilares en los que se fundamenta la Misión del Sector Turístico:**

---

- Ordenación turística del territorio.
- Coordinación y cooperación de los agentes públicos y privados.
- Fomento de la calidad turística como factor diferencial y competitivo.
- Firme compromiso con la conservación y puesta en valor de los recursos.
- Vocación de integrar y hacer partícipes a toda la comunidad salvadoreña.
- Capacitación e información para una cultura turística a nivel de país.
- Vocación de marca y destino de referencia en toda Centroamérica.
- Acción socialmente responsable de la capacidad emprendedora del país

#### 4. PRINCIPIOS Y CRITERIOS GENERALES DE PLANIFICACIÓN

---

Los principios constituyen el conjunto de valores, paradigmas y experiencias que orientan la acción de planificación, así como el modelo de desarrollo y promoción del destino; un conjunto de principios formulados al amparo de las reflexiones y aportaciones a lo largo del proceso de construcción de este documento y, por consiguiente, del consenso y acuerdo entre los agentes turísticos salvadoreños, tanto públicos, como privados.

Así pues, en este Plan Nacional de Turismo de El Salvador, conforme a la Visión definida para el escenario 2020, las acciones que se proponen se fundamentan y definen en base al sistema de valores y principios que a continuación se expone:

- **SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA INTEGRAL**, paradigma de plena aceptación mundial y base sin la cual no es posible definir un escenario y modelo razonable de competitividad turística para El Salvador. Un principio general que integra la perspectiva social, ambiental y económica que se erige como punto de partida y referencia permanente del desarrollo turístico del país.
- **EL TURISMO COMO INSTRUMENTO PARA LA MEJORA DEL NIVEL, CALIDAD DE VIDA Y BIENESTAR DE LA POBLACIÓN SALVADOREÑA**. En el marco de un país que debe caminar de manera firme por la mejora


sustancial de las condiciones de vida de su población, acercándola a los niveles de desarrollo de los países turísticos más avanzados.

- **PROMOCIÓN DEL BIENESTAR Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA**, de manera que se favorezca el óptimo cumplimiento de sus expectativas y de su percepción de la calidad acerca del destino desde un punto de vista global.
- **RENTABILIDAD**, enmarcada en la necesidad de optimizar el rendimiento producido por la actividad turística en el país y de generar el máximo valor añadido posible de forma asociada a la oferta turística del país.
- **PROACTIVIDAD Y EMPRENDEDURISMO DEL SECTOR: INNOVACIÓN Y COMPROMISO INVERSOR DE TODOS/AS.**

El reconocimiento a la capacidad emprendedora del país, como parte de su idiosincrasia, se une en este caso a la necesidad de que los agentes turísticos del sector adopten en esta nueva etapa del desarrollo turístico un rol mucho más proactivo; la proactividad debe ir asociada, al mismo tiempo, a la búsqueda de soluciones innovadoras unidas a un mayor y progresivo compromiso inversor de cuantos intervienen en la actividad. Todo ello debe facilitar la permanente adaptación a los cambios del entorno que se produzcan en el escenario turístico internacional; es decir, ha de ser flexible y debe contemplar los mecanismos necesarios para una eficaz detección de las fluctuaciones económicas y cambios estructurales que se puedan estar produciendo en su entorno de mercado, de forma que se puedan dar respuestas útiles y anticipadas.

- **COMPROMISO, LIDERAZGO Y COOPERACIÓN DEL SECTOR PRIVADO.** Si el emprendedurismo es una de las características de la idiosincrasia del país, el sector turístico privado debe tener la capacidad, en esta etapa turística, de afrontar, con la fortaleza necesaria, el rol de motor del desarrollo que le corresponde. Junto al Ministerio de Turismo, el sector privado debe liderar cuantas iniciativas le correspondan para un efectivo avance en los objetivos de país planteados.
- **DEFENSA DE LA IDENTIDAD Y LA CULTURA SALVADOREÑA.** El Plan se convierte en un instrumento útil que expresa y define el compromiso en la defensa, puesta en valor y promoción de la riqueza cultural y étnica del país.
- **COOPERACIÓN CONTINUADA DE LOS AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS.** El valor de la cooperación se pone de manifiesto a lo largo de las numerosas iniciativas planteadas, que encuentran en esta fórmula la vía más idónea para garantizar la implantación, adecuados resultados e impacto sostenible deseado con la estrategia planteada.
- **EDUCACIÓN Y CUALIFICACIÓN DEL CAPITAL HUMANO,** como factor estratégico y clave del modelo de competitividad y sostenibilidad turística que se desprende de este Plan Nacional.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL TURISMO,** entendida como acercamiento a las necesidades, demandas y expectativas de los diversos grupos de interés que existen en torno a la actividad de cara a lograr mayores niveles de excelencia en su gestión a través de la introducción de criterios, instrumentos y decisiones para la mejora continua de empresas,





instituciones y territorios, en coherencia con los objetivos globales de sostenibilidad planteados en el PNT 2020.

- **APORTACIÓN Y ESTÍMULO DE LA COMPETITIVIDAD NACIONAL,** favoreciendo así la integración de la actividad turística en el conjunto de la economía nacional.

A partir del conjunto de principios definido, la formulación y ejecución de las acciones contenidas en este Plan Nacional debe tener en cuenta, como elementos orientadores de la acción, el siguiente conjunto de criterios:

- **DESARROLLO ORDENADO**, para favorecer la explotación perdurable de los recursos medioambientales, culturales y turísticos, en su conjunto, de modo acorde con las actuales necesidades y bienestar de la población, así como de las generaciones futuras.
- **SINGULARIDAD**. Fomento y puesta en valor de recursos y atractivos singulares.
- **MAYOR PARTICIPACIÓN LOCAL**. A través de una mayor promoción de procesos que favorezcan un mayor compromiso, capacidad y participación en el turismo de los agentes públicos y privados en los municipios y espacios turísticos locales; todo ello, al objeto de favorecer un desarrollo y gestión basada en un mejor conocimiento y proximidad a las necesidades turísticas, potencialidad y capacidad específica de cada entorno.
- **RENDIMIENTO**. Optimización sostenible del rendimiento socioeconómico de la actividad turística.
- **APORTACIÓN DE CONOCIMIENTOS Y *KNOW HOW* DE AGENTES EXTERIORES**. La industria turística salvadoreña ha de mostrarse dinámica y receptiva respecto a la aportación de inversión, conocimiento y *know how*

de agentes externos que contribuyan con su financiación, experiencia, tecnología, capacidad comercial o productiva al desarrollo del sector.

- **INNOVACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN**, de la industria turística como medio para favorecer el posicionamiento competitivo de El Salvador en el contexto turístico internacional.
- **MEJORA CONTINUA**. Aplicación de objetivos, estrategias y procedimientos que permitan la mejora continua en la producción y prestación de los servicios turísticos en una búsqueda continua de la excelencia desde un ejercicio responsable de la actividad.
- **PARTICIPACIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL**. Como vía para favorecer el acercamiento de la actividad a toda la población salvadoreña sin exclusiones, al mismo tiempo, para incentivar su participación en el proceso de construcción y desarrollo turístico que se desea.
- **PLANIFICACIÓN SISTEMÁTICA Y PERIODICA**. La planificación general de la actividad turística en el país debe convertirse en una práctica habitual desarrollada por todas las administraciones públicas vinculadas al sector. La planificación, además, debe realizarse de forma sistemática, periódica y considerando los planes operativos que corresponda realizar en el marco de un horizonte temporal de largo plazo convenientemente consensuado y formalizado. El PNT 2020 debe ser la primera expresión de este compromiso a nivel de país.



## 5. OBJETIVOS

---

Los objetivos en este Plan Nacional de Turismo 2020 conforman el conjunto de aspiraciones y metas claramente identificables, objetivas y medibles, en su caso, que han de guiar y orientar al sector en la ejecución de las acciones

Se identifican a continuación los objetivos propuestos en función de su aportación y relación con la Visión turística de la actividad para el conjunto de El Salvador (Objetivos Generales), distinguiendo, a su vez, entre objetivos Cuantitativos y Cualitativos.

Al respecto, se distinguen dos grandes periodos de planificación:

1. Periodo 2009-2014, como marco general de referencia a corto y medio plazo, fundamentalmente.
2. Periodo 2015-2020, como marco de referencia que expresa la voluntad de acometer determinadas iniciativas que requieren considerar el largo y muy largo plazo (obras de infraestructura para abastecimiento, nuevas vías de comunicación y accesibilidad terrestre, marítima y aérea, etc.)

A efectos de la evaluación sistemática del cumplimiento del Plan Nacional de Turismo 2020, se considerará como dato de partida para la observación de la evolución de cada indicador el correspondiente al ejercicio anual finalizado ya de 2007.

### **Objetivos Cuantitativos**

---

Los objetivos cuantitativos generales que han de orientar la acción estratégica y operativa en el periodo considerado sobre la base de su consecución al final del periodo de ejecución de este Plan Nacional, son los siguientes.

**Objetivo 2014: 1.900.000 turistas**

**Objetivo 2020: 3.000.000 turistas**

---

Dicho objetivo se ha establecido teniendo en cuenta los criterios de planificación citados en el capítulo anterior y, de forma especial, incidiendo en la necesidad de garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico de El Salvador; un desarrollo sustentable que, por la propia definición y conceptualización del término, ha de estar intrínsecamente unido al de capacidad de acogida de visitantes – o capacidad de carga - del destino. De esta forma, la prioridad se ha establecido, como se puede observar también en los objetivos siguientes, no tanto en términos de un aumento exponencial del número de visitantes recibidos, sino en la capacidad que se ha de desarrollar para gestionar razonablemente dicho volumen; una gestión del destino con la debida garantía de calidad en la prestación de los servicios turísticos, que incida en el rendimiento social y económico generado por la actividad y, por tanto, en su aportación al aumento de la riqueza nacional, del empleo y de la equitativa distribución de dicha riqueza entre la población salvadoreña.

En relación al objetivo planteado en este PNT 2020 para el año 2014 es preciso indicar que se ha rebajado la aspiración que para este mismo año se expresaba en el documento anterior del PNT 2014, que concretaba la cifra en 2.000.000 turistas. Ello es debido, no tanto al ritmo de crecimiento observado en el periodo analizado hasta la fecha actual (2004-2007, donde se observaba un importante incremento), sino más bien a la incertidumbre derivada de las consecuencias y duración que puede tener la actual coyuntura internacional de crisis económica y financiera en el escenario internacional.

Un objetivo que estará condicionado, si las circunstancias del entorno internacional lo permiten, a la consecución de un promedio anual de crecimiento cifrado en:

**Objetivo del periodo 2015-2020:**

**Promedio de crecimiento anual superior al 8% anual en el periodo 2015-2020**

---

En relación con la aspiración de mejorar considerablemente la aportación del turismo a la riqueza nacional, se concreta el objetivo siguiente:

**Objetivo 2020:**

**Alcanzar el umbral de contribución del turismo del 10% sobre el PIB nominal de la Nación**

---

Una contribución establecida en términos de participación de los ingresos turísticos por divisas antes identificados en relación al PIB nominal de la Nación. Si bien es cierto que la contribución al PIB registrada en 2005 fue alrededor del 3,7%, el crecimiento turístico generalizado en la Región y el que particularmente se ha observado en El Salvador, han permitido que este indicador se sitúe en el 4,6% en 2007, por cuanto cabe considerar como probable y razonable la consecución de esta meta; una posición que, por otro lado, es similar a la que habitualmente tienen mucho países con un mayor grado de consolidación de su actividad.

Para el cumplimiento de los anteriores, a su vez, será preciso tener en cuenta los objetivos específicos que se cuantifican a continuación:

#### **Objetivo 2020:**

##### **Alcanzar en 2020 una estadía promedio/ turista superior a 7 días**

---

El último dato que cabe considerar como referencia al respecto es el obtenido para 2007, que alcanza ya la cifra promedio de 7,6 días. La posibilidad práctica de alcanzar este objetivo tiene una directa y estrecha relación con la naturaleza del comportamiento turístico de los principales ámbitos de mercado en los que centra este Plan Nacional su esfuerzo; de un lado, el turismo de ocio y vacacional y, de otro lado, el turismo vinculado a encuentros, VAPS y otras modalidades.

Aunque el turismo étnico es de mayor estadía, es previsible que el total de visitas derivadas de esta motivación sea considerablemente inferior en términos relativos al que actualmente supone, si la comparamos con el



total previsible de pernoctaciones turísticas relacionadas con negocios, reuniones, eventos, incentivos, sol y playa y otras motivaciones de ocio.

Por consiguiente, cabe prever una cierta estabilidad de este indicador – o incluso ligera minoración durante algunos años-, como consecuencia del creciente mayor peso que tomarán los turistas que no llegan al país por motivos de visita a amigos y familiares.

**Objetivo 2014:**

**Alcanzar en 2014 un gasto promedio diario superior a 125 \$/ Día**

**Objetivo 2020:**

**Alcanzar en 2020 un gasto promedio diario superior a 160 \$ / Día**

---

Para alcanzar el deseado nivel de desarrollo en la actividad turística, El Salvador deberá hacer un especial esfuerzo por aumentar considerablemente –al menos hasta la cifra indicada en el objetivo – el volumen de visitas turísticas.

No obstante, el criterio de sostenibilidad, como paradigma que se asume en el modelo propuesto, y como criterio sustancial de planificación, obliga a considerar que dicho crecimiento debe ser sustancialmente apreciable en el rendimiento ligado a dicha actividad. Es decir, que la rentabilidad de las visitas realizadas ha de ser más que proporcional al aumento registrado en el volumen de dichas visitas.

Así, por tanto, el perfil de público considerado en los objetivos de captación de demanda que se están exponiendo, guarda una estrecha relación con el deseado aumento en la rentabilidad turística. Si en 2005 se constataba que el gasto promedio diario alcanzaba la cifra de 91.6\$ por persona y día, la consecución de esta meta centrada en la cantidad de 140 \$/ día que contemplaba el anterior PNT 2014, ahora esta cifra se ha rebajado como consecuencia del previsible efecto de la actual coyuntura de crisis internacional.

Es por ello que, una vez superados previsiblemente los efectos de la menor actividad económica y turística en la demanda internacional, es deseable realizar un importante esfuerzo por la captación de una demanda de mayor gasto potencial y, sobre todo, por la consecución de un gasto efectivo importante en el territorio salvadoreño como consecuencia de una acertada gestión de los agentes salvadoreños una vez que los visitantes ya están en nuestro destino.

#### Objetivos 2014 y 2020:

Como continuación detallada de estos objetivos, se expresan a continuación los objetivos relativos al equilibrio deseable en la captación de turistas según áreas del ámbito internacional y en términos relativos sobre el total del volumen de turistas recibidos:

Objetivos de equilibrio porcentual según zonas turísticas emisoras internacionales	2007 (%)	2014 (%)	2020 (%)
% Turistas del área de América del Norte	28.9 <small>387 mil</small>	40 <small>760 mil</small>	45 <small>1.2 millones</small>
% Turistas del área de Centroamérica	63.7 <small>853 mil</small>	50 <small>950 mil</small>	40 <small>1.35 millones</small>
% Turistas de Europa	3 <small>40 mil</small>	4 <small>76 mil</small>	7.5 <small>225 mil</small>
% Turistas de Sudamérica	3 <small>41 mil</small>	4 <small>76 mil</small>	5 <small>150 mil</small>
% Otros	1.4 <small>18 mil</small>	2 <small>38 mil</small>	2.5 <small>75 mil</small>

Como dato de referencia a efectos de la necesaria evaluación y monitoreo del cumplimiento de los resultados esperados al final del periodo considerado, la distribución que en 2005 se registraba en relación a la procedencia de los turistas según estas mismas fuentes emisoras era la siguiente:

- América del Norte: 24.12%
- Centroamérica: 70.15%
- Europa: 2.65%
- Sudamérica, El Caribe, Asia y Oceanía: 3.07%.

Los datos de partida en 2007 para la evaluación del periodo del PNT 2020 sí aparecen indicados en la tabla antes detallada.

Como continuación y complemento del anterior, se establece el siguiente objetivo cuantitativo.

### Objetivos 2014 y 2020:

**Lograr en 2020 una distribución según el perfil de motivación principal de visita del turista como la siguiente:**

Objetivos de equilibrio en la distribución de segmentos de la demanda según la motivación turística principal	2007	2014 (%)	2020 (%)
MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events)	N/A	12 228 mil	20 600 mil
Ocio / Vacacional	28 375 Mil	30 570 mil	40 1.2 millones
Negocios	26 348 Mil	20 380 mil	15 450 mil
VAP (visita a parientes - turismo étnico)	34 455 Mil	28 532 mil	20 600 mil
Otros	12 161 Mil	10 190 mil	5 150 mil

Como se puede apreciar, hay un sustancial aumento de la demanda turística asociada a todos los principales segmentos de interés para El Salvador, destacándose especialmente el aumento en los segmentos de Ocio/ Vacacional y MICE.

Todo este conjunto de objetivos, claramente centrado en el ámbito de la demanda y de la aportación del turismo a la Nación, requieren una modificación sustancial de los parámetros que componen la oferta de servicios turísticos básicos. Concretamente, dichos parámetros dan lugar a las siguientes aspiraciones y metas para el periodo 2009-2020.

**Objetivo 2020:**

**Captar más de 2,000 inversiones dirigidas a impulsar la creación de oferta turística básica y complementaria.**

---

Este objetivo de captación de, al menos, **2.000 inversiones que faciliten e impulsen la creación de una oferta de alojamientos, restauración y servicios complementarios** plenamente acorde con los objetivos, productos y territorios turísticos estratégicos delimitados en este Plan Nacional de Turismo 2020.

No obstante y, a tenor del modelo general de sostenibilidad, crecimiento responsable social y ambientalmente, así como de la rentabilidad deseable del sector, la inversión en la creación de nueva oferta de alojamientos debe centrar su atención de forma particular en los siguientes objetivos específicos de oferta:

**Objetivo 2020:**

**Aumento nominal de la oferta de alojamiento en más de 350 establecimientos registrados, de los que al menos el 85% correspondan a la categoría de hoteles rurales, de montaña, de playa ó de clase turista”, de capacidad media, considerando como característica de ésta una capacidad no superior habitualmente a 50 habitaciones por establecimiento (MIPYME).**

---

**Objetivo 2020:**

**Aumento de la oferta hotelera actual hasta superar la cantidad total de 23,000 habitaciones.**

---

**Objetivo 2020:**

**En conjunto, la oferta de nuevos establecimientos y habitaciones debe permitir una cobertura potencial superior a 12 millones de pernoctaciones en 2020.**

---

La nueva oferta turística que se ha considerado dará lugar, en síntesis,

- Más de 8.000 nuevos empleos generados en el sector hotelero directamente.
- Más de 53.000 empleos generados, directos e indirectos, como consecuencia del mayor dinamismo del sector turístico.
- Más de 335 millones \$USA destinados a la inversión directa en la creación de la nueva planta de alojamientos.

Para todo ello, buena parte del conjunto de estrategias y acciones que se identifican en este Plan requieren una importante intensidad en la acción promocional del turismo salvadoreño. Traducido a objetivos concretos, la

promoción de la imagen de marca del país, de sus atractivos turísticos, de su oferta temática, de su interés para los potenciales inversores, precisa:

**Objetivo 2020:**

**Inversión pública en promoción turística en el extranjero superior al 0.5% de los ingresos turísticos generados anualmente en El Salvador.**

---

Una cantidad que, coherente con la correspondencia fiscal derivada de la nueva legislación, debe permitir al sector público acometer el esfuerzo promocional y de imagen que se precisa para competir en los mercados deseados y lograr el rendimiento escenificado en los párrafos precedentes.

## Objetivos Cualitativos

---

- Consolidar El Salvador entre los dos principales destinos turísticos de Centroamérica.
- Posicionar El Salvador como primer destino en los segmentos de negocios y MICE (meetings, incentives, conventions and events) de la Región Centroamericana.
- Avanzar en la consecución de una mayor complementariedad entre los segmentos MICE y otros segmentos de interés, como el vacacional de sol y playa, de naturaleza, cultural, etc.,
- Optimizar el nivel de participación y compromiso del sector privado en el desarrollo turístico del país, como primer motor de gran interés en la actividad inversora sobre el destino salvadoreño y logrando, al mismo tiempo, aprovechar el potencial de la capacidad emprendedora característica de El Salvador.
- Fomentar la participación de todos los agentes públicos y privados del sector turístico en el compromiso por la inclusión de las capas sociales más desfavorecidas de la población salvadoreña en el proceso de desarrollo turístico, potenciando igualmente su acceso a los beneficios derivados de la actividad turística generada.
- Seguir avanzando en la creación de una oferta de servicios turísticos innovadora, diferencial respecto a los destinos competidores y de calidad,



consiguiendo que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.

- Continuar avanzando en la notoriedad de la imagen de marca de país de El Salvador y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística, profundizando aún más en cuanto se vincula al nivel de seguridad existente y percibida sobre el país.
- Fomentar el desarrollo sostenible, ambiental y socialmente responsable del sector turístico en El Salvador, así como la plena intervención coordinada de los agentes públicos y privados implicados directamente en el mismo.
- Reforzar la promoción de una mayor profesionalización y cualificación de los recursos humanos implicados en el turismo.
- Potenciar la intervención de toda la comunidad salvadoreña en el modelo de desarrollo turístico y, en particular, continuando el esfuerzo realizado por la creación de una mayor cultura turística en toda la población.
- Liderar como país el proceso de apoyo a la integración turística de la Región Centroamericana.

## **6. ESTRATEGIA GENERAL DE TURISMO EN EL SALVADOR**

---

En aras de aprovechar las ventajas competitivas que ofrece El Salvador, cumplir los objetivos fijados y por tanto, alcanzar la Visión Turística para el año 2014, se establecen a continuación los factores que definen la estrategia general del país en su desarrollo turístico.

### **6.1. ESTRATEGIA DE DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DESDE EL ENFOQUE “ENCUENTROS”.**

---

El Salvador destaca por la existencia de múltiples recursos y atractivos que correctamente articulados ofrecerán una gran diversidad de productos turísticos capaces de responder a una amplia variedad de motivaciones.

Si bien la meta a largo plazo es posicionar a El Salvador como un destino multitemático competitivo, dicho objetivo parece alcanzable únicamente mediante la correcta priorización de los segmentos de mercado a desarrollar y potenciar, a fin de fortalecer las ventajas del país respecto a los demás destinos centroamericanos. Dicha priorización centrada en los productos turísticos especializados temáticamente permitirá después una correcta ordenación de las actuaciones a llevar a cabo en el ámbito territorial.

En este sentido, tomando en cuenta el grado de desarrollo de los productos turísticos identificados, el impacto ambiental, social y económico de los mismos, su potencial crecimiento y la oferta turística del resto de países centroamericanos, se observa la idoneidad de centrar un mayor esfuerzo -

dada la mayor probabilidad de éxito que conlleva la opción que se propone, aunque no se centre únicamente -, en el posicionamiento de múltiples productos temáticos incidiendo en su adaptación a dos grandes segmentos de la demanda: la de motivación principal por razones de **ocio/ vacacional**, por un lado, y la de motivación **MICE** (*meetings, incentives, conventions and events*), por otro lado, dada la existencia, además, de fuertes sinergias y complementariedad entre uno y otro segmentos.

Adicionalmente y de forma distintiva al resto, dada su singularidad, se propone un eje estratégico que vertebrará un conjunto de acciones dirigidas a la captación de **Turismo con enfoque Social**.

Todos estos productos dirigidos a estos segmentos deben formularse y articularse en torno a un enfoque estratégico general y principal: los ENCUENTROS.

Al respecto, ha de entenderse el término Encuentro como el conjunto de actuaciones relacionadas con una demanda atraída por el interés y motivación en participar en actividades y eventos diversos, frecuentemente formando parte de grupos, interactuando con la población local, posibilitando una estadía de media/larga duración, y una relación y acercamiento con la realidad turística, social, económica y medioambiental de El Salvador.

Por tanto, el encuentro hace referencia también a la experimentación de una vivencia turística en el país, como fruto del contacto e interacción con su población y con los atractivos turísticos.

En todo caso, no hace referencia solamente a grupos de viajeros, sino que también es una vivencia posible de experimentar mediante las diversas fórmulas de turismo individual.



## **6.2. DIRECTRICES ESTRATÉGICAS DESDE LA RELACIÓN Y ADAPTACIÓN A LA DEMANDA**

### **A.- LA ESTRATEGIA DE FOMENTAR ENCUENTROS EN EL SALVADOR.**

#### **A.1. HACIA UNA MAYOR ATENCIÓN AL SEGMENTO “M.I.C.E.”.**

- Enfoque de desarrollo turístico sostenible y responsable centrado en el concepto “Meeting”; entendido éste como el conjunto de actuaciones relacionadas con una demanda atraída por su interés y motivación en participar en eventos diversos, formando parte de grupos, interactuando con la población local, posibilitando una estadía de media-larga duración y participando activamente en el conocimiento de la realidad turística, social, económica y medioambiental de El Salvador.
- Dicho enfoque centrado en los encuentros se relaciona directamente con las actividades y segmentos siguientes de la demanda:
  - o Actividades vinculadas a grupos de incentivos, realización de eventos y exposiciones (exposiciones, ferias y encuentros culturales, eventos y competiciones deportivas, ferias gastronómicas, de costumbres populares y etnográficas, religiosas, de cooperación y participación social, científicas, de investigación, etc.).
  - o Actividades turísticas vinculadas al segmento de visitantes por su participación en convenciones y congresos de temática profesional y/o de capacitación (realizados con la participación

habitual de gestores y operadores especializados como los que integran el Buró de Convenciones).

- El enfoque *meetings* debe servir para potenciar la capacidad de captación de visitantes por motivaciones complementarias a la principal antes comentada y, al mismo tiempo, para fomentar la realización de actividades diversas en el territorio vinculadas y capaces de reforzar o fomentar las propiamente ligadas a motivación cultural, social, de naturaleza, aventura, sol y playa, etc.
- Por su propia naturaleza, el enfoque *meetings* tiene estrechas sinergias con el denominado turismo de negocios; una actividad en la que El Salvador cuenta hoy con una posición destacada en la escena regional centroamericana y que ha posibilitado, en gran medida, la existencia de una infraestructura y equipamientos turísticos adaptados a los estándares internacionales de calidad y en un volumen suficiente como para hacer factible la captación de grupos por las motivaciones anteriores antes apuntadas.
- El enfoque *meetings* ha demostrado dar unos resultados muy favorables, a pesar de que el esfuerzo realizado hasta la fecha en el marco del PNT 2014 no ha podido tener todo el alcance deseado; mayor aún es el resultado logrado si se considera el interés de numerosos agentes del interior rural del país por realizar pequeñas inversiones en infraestructura y equipamientos básicos para adaptar su oferta a las necesidades de una demanda creciente en el segmento de reuniones y convenciones de pequeña dimensión (tanto para el visitante extranjero, como para el nacional).
- El enfoque *meetings*, asimismo, ha demostrado su efecto motor sobre otros segmentos que resultan de vital importancia para la plena incorporación de El Salvador como destino turístico internacional

competitivo en el escenario regional de Centroamérica. Tal es el caso de las importantes inversiones que vinculan y mezclan en un mismo concepto y lugar la oferta creada para satisfacer, tanto la demanda de los dos segmentos antes citados, como la propiamente asociada a la visita por motivaciones de sol y playa y de ocio, en general.

#### **A.2. LA ESTRATEGIA DE FOMENTAR ENCUENTROS CON MOTIVACIÓN CRUZADA Y/O CONJUNTA.**

- El enfoque *meetings* debe verse especialmente reforzado con una mayor apuesta por la actividad turística en el entorno litoral, concretamente con nuevas inversiones, apoyo a la mejora de la competitividad y reestructuración de la oferta actual vinculada a la oferta de sol y playa, dadas las especiales sinergias y la complementariedad existente entre ambas modalidades turísticas. Por consiguiente, tanto la capacidad para generar eventos en el entorno litoral (un campeonato deportivo de surf, por ejemplo), como un mayor desarrollo y promoción de la oferta y productos de sol y playa deben formar parte de un segundo gran eje de actuación que englobe una buena parte del esfuerzo presupuestario a realizar en el periodo 2009-2020. Contemplado desde la oferta turística del territorio, entre ese esfuerzo inversor deberá hacerse un especial hincapié en cuanto se refiere al acondicionamiento urbanístico de zonas, acometidas de saneamiento, abastecimiento de agua potable y recuperación ambiental de determinados puntos del litoral con especial sensibilidad y/o con alto grado de deterioro.
- El enfoque *meetings* debe fomentar, en general, la captación de grupos con una doble motivación; la participación en encuentros

vinculados al término MICE junto a la motivación por el disfrute de otras actividades en el destino. En particular, por su geografía, infraestructuras de comunicaciones y equipamientos turísticos ya existentes, El Salvador puede aprovechar el potencial derivado de la proximidad a zonas de litoral, fomentando las sinergias existentes entre la capital salvadoreña (principal foco de actividad turística hoy) y otras muchas áreas de la costa del Pacífico.

- En particular, los eventos deportivos, de aventura, naturaleza, etc. y los viajes de incentivos –ambos típicamente asociados a la captación de grandes grupos de viajeros-, pueden encontrar en El Salvador el valor diferencial de un destino con gran capacidad para ofrecer experiencias de viaje únicas, singulares, seguras, con actividades diversas y perfectamente programadas en el espacio y tiempo de viaje previsto que puede requerir este perfil de viajeros.

### **A.3. EL TURISMO CON ENFOQUE SOCIAL COMO NUEVO EJE PARA UN ENCUENTRO VIVENCIAL.**

- Por otro lado, el turismo social debe constituirse en un nuevo e importante eje de actuación en el nuevo PNT con horizonte 2020; turismo social, tanto dirigido a la captación de demanda extranjera interesada por la participación activa, convivencia y disfrute con comunidades del interior rural del país, como el dirigido a la captación de una demanda interna sensibilizada e interesada por el conocimiento, apoyo y posibilidades de ocio y disfrute en convivencia con dichas comunidades. De esta forma, al mismo tiempo, se da inicio a una etapa del desarrollo en el horizonte 2020 que debe encontrar en



el turismo una vía de contribución a la lucha contra la pobreza y la exclusión social.

- Se trata de captar turismo individual y, en lo posible, grupos que permitan un encuentro emocional y vivencial con comunidades del país y que se interesen por la práctica de actividades de ocio y recreativas en cualquier zona del interior salvadoreño.
- No obstante, en gran medida el turismo social puede encontrar también en ciertos eventos relacionados con el enfoque *ENCUENTRO* una excelente oportunidad para la generación de ingresos complementarios en la población local como consecuencia de la realización de determinadas actividades por parte de grupos de cooperación al desarrollo y colectivos socialmente sensibilizados, o bien por su participación en eventos culturales, gastronómicos, etc.
- En relación al turismo social y al turismo interno –vinculado en gran medida al primero –, se pondrá atención en el desarrollo de medidas para ampliar y/o mejorar la infraestructura existente en los Turicentros, al objeto de posibilitar la existencia de equipamientos para la celebración de reuniones de pequeños grupos unidos a la creación de módulos de alojamiento. Esto permitirá, por ejemplo, la realización de acciones de capacitación para la población rural residente en zonas próximas y facilitará el acceso a dicha capacitación a aquella otra que requiere de alojamiento adicional para su disfrute. Al respecto, en todo caso, se propone que estas actuaciones se realicen en coordinación con las instituciones que ostentan las funciones y competencias en materia de capacitación en el país.
- En todo caso, se prevé un paquete específico de actuaciones para fomentar el turismo interno en el país.

#### **A.4. TODOS LOS SEGMENTOS Y MODALIDADES SE “ENCUESTRAN” EN LOS DOS EJES ANTERIORES.**

- Como en el caso del PNT 2014, el concepto *meeting* no debe servir sino para reforzar y coadyuvar a la creación y mejora progresiva de toda la oferta turística de tipo cultural y de naturaleza (entendidas ambas en su acepción y significado más amplio). En este sentido, la preocupación por la complementariedad entre los diversos productos turísticos y los diferentes destinos en el interior del país ha de ser una constante que permita también avanzar en otras modalidades temáticas de interés para la demanda como el ecoturismo, aviturismo, turismo de aventura, religioso, arqueológico, histórico-artístico, de cruceros, de naturaleza, de investigación geológica y vulcanismo, SPA-relax, etc.
- Asimismo, el Plan de Acciones incluye, como parte de los turismos temáticos complementarios ciertas iniciativas que, aunque sea de forma tentativa o exploratoria, contemplan la creación de productos innovadores o productos de demanda emergente: es el caso, por ejemplo, del denominado turismo médico.

El Salvador tiene que buscar la máxima diferenciación posible en aquellos segmentos de la demanda en que concurre con la oferta de otros países competidores. Aún cuando la estrategia centroamericana de promoción turística contempla la posibilidad de proyectar a los mercados los denominados “productos multidesino”, El Salvador deberá encontrar nichos específicos en cada mercado al objeto de crear las denominadas “nuevas categorías turísticas” empleando incluso, para ello, técnicas de marketing

lateral en la concepción y asesoramiento al empresariado sobre nuevas rutas o circuitos turísticos a comercializar.

**1º) Convertir la ventaja comparativa basada en los recursos al desarrollo de los productos de nicho.**

**2º) Convertir los productos de nicho a la “experiencia turística única y singular”**

De esta forma, en productos hoy tan genéricos como el denominado turismo de naturaleza, El Salvador debe tratar de articular una oferta singular y diferenciada a la de otros destinos de la región que ya poseen experiencia en la comercialización de productos de dicha temática. La citada oferta, auspiciada e impulsada por el sector empresarial, estará dirigida a satisfacer motivaciones singulares que obliguen, en consecuencia, a impulsar actividades de ocio muy determinadas al amparo de una ventaja comparativa basada en recursos únicos.

Así, por ejemplo, una opción a contemplar será el denominado “turismo científico”, relacionado con el genérico turismo de naturaleza, pero claramente distinguido de este concepto ya convencional, cuando lo centramos en experiencias de acercamiento en profundidad al estudio e investigación de los elementos y dinámica del entorno natural.

En este sentido el sistema volcánico de El Salvador se puede convertir en un producto con una evidente ventaja comparativa; determinada en gran medida por la accesibilidad a los lugares donde se concentra la oferta de alojamientos y servicios que requiere este “turista de investigación” – la capital salvadoreña,

en nuestro caso –. La investigación de los mercados potenciales – vulcanólogos, geólogos, expertos en grandes catástrofes naturales, catedráticos e investigadores universitarios y de organismos públicos, por ejemplo -, en torno a este segmento nicho, así como la promoción y venta de las ofertas vinculadas a este tipo de turismo darán lugar, convenientemente, a un producto sostenible y competitivo al mismo tiempo.

Así pues, la estrategia general contribuye a identificar y/o crear oportunidades para productos de nicho en el marco de los grandes productos/ segmentos genéricos ya identificados. Es, por tanto, una **estrategia de crecimiento basada en el posicionamiento competitivo por productos especializados y no tanto por territorios temáticos.**

Esta diferenciación no es contraria al deseo y necesidad de contar con productos perfectamente articulados en su territorio e inspirados en las ventajas comparativas que éste ofrece.

## **B. ESTRATEGIAS DESDE LA OFERTA**

### **B.1. LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL TERRITORIO: GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD Y CONTRIBUIR A UN PROGRESIVO Y MAYOR EQUILIBRIO INTER-TERRITORIAL.**

- En relación a la ordenación territorial del turismo, se estará a lo dispuesto en el desarrollo reglamentario del proyecto de ley que actualmente está en proceso de discusión por parte de la Asamblea Legislativa. En este sentido, la política territorial turística puede vertebrarse, más que por la definición de zonas turísticas en las que desarrollar una u otra temática turística, por garantizar la

sostenibilidad y equilibrio social, ambiental, económico e interterritorial de las nuevas inversiones que se realicen; todo ello sin perjuicio del esfuerzo inversor que se deba hacer en determinados puntos o ciudades del país para lograr su posicionamiento en una temática concreta, dada su especial capacidad o singularidad en la misma (ordenación urbanística de Suchitoto para garantizar su posición preferente en turismo cultural, por ejemplo).

- Al mismo tiempo, será necesario avanzar aún más en la creación de determinadas obras de infraestructura turística básica para la mejora de la accesibilidad aérea y marítima al país lo que, de igual forma, contribuirá a avanzar en un progresivo y mayor equilibrio en la participación de las distintas áreas y departamentos en la actividad turística generada en El Salvador.

## **B.2. HACIA UNA GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO MÁS PARTICIPATIVA E INCLUSIVA**

- Desde la perspectiva de la Organización y Gestión del Destino, las directrices más relevantes se centrarán en reforzar lo ya contenido en el PNT 2014 mediante:
  - o Un esfuerzo por un mayor grado de participación y gestión de las administraciones departamentales y municipales, en el marco de un proceso progresivo y racionalizado de coordinación en ciertas funciones turísticas; todo ello, siempre de manera acorde con la legislación vigente en la materia, así como con la disponibilidad de recursos financieros y técnicos.


- El desarrollo reglamentario y un perfeccionamiento progresivo de la Ley General vigente, considerando de especial importancia la revisión del sistema de incentivos al sector y, además, desde una perspectiva global de política económica, no solamente de política fiscal.
- Un mayor compromiso con la incorporación de la acción socialmente responsable, el compromiso por la sostenibilidad, la innovación continua en el sector, la incorporación de nuevas tecnologías en la gestión de las empresas y administraciones turísticas, así como el uso y aplicación de la Red Internet en la promoción y comercialización directa de la oferta turística.
- El pleno apoyo a la integración turística en Centroamérica, liderando y participando activamente en las iniciativas derivadas del SICA que afecten directa o indirectamente a dicho proceso de integración regional. En este sentido, los esfuerzos, velocidades y ritmos de la integración regional se deberán centrar durante los primeros años en la relación con Guatemala y Honduras, como países cercanos que garantizan una importante corriente de turismo receptor en el país a través de programas para la creación de productos multidestino entre los tres países.
- Un mayor esfuerzo y compromiso por apoyar la relación así como el aprovechamiento turístico de cuanto se deriva de la comunidad salvadoreña en el exterior.
- Un compromiso por la revisión de cuantas condiciones puedan afectar al ejercicio de la libertad de empresa en el marco del respeto a la seguridad jurídica.

- El firme y constante apoyo por mejorar la imagen de marca país en el exterior, considerándose de vital importancia cuanto se relaciona con la seguridad de los visitantes en El Salvador; tanto física, como percibida. La cooperación con las fuerzas de seguridad de la nación deberá ser una práctica continuada, creciente y de compromiso entre todas las fuerzas políticas y públicas, que siga profundizando en los importantes avances que, al respecto, ya se han introducido.

### **C. EL TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO.**

- En suma, todo ello aconseja que el turismo, desde el primer momento del PNT 2020, sea considerado en su totalidad como Política de Estado con la máxima prioridad. Por ello, deberá contemplarse también en su etapa inicial cuanto deba incidir en el pleno consenso entre todas las fuerzas políticas, agentes públicos y privados sobre el modelo de desarrollo turístico propuesto, así como cuanto pueda relacionarse con la continua evaluación y seguimiento a la política turística. Ello obliga a una mayor relación e interdependencia interministerial (de forma especialmente relevante con algunos ministerios como el de Economía y Hacienda, Educación, Cultura, Medio Ambiente, etc.) y a la puesta en marcha de un Pacto Social por el Turismo entre las partes implicadas en el proceso de construcción turística.
- En el marco de este nuevo proceso político en relación al turismo, el PNT 2020 contempla la realización de un esfuerzo conjunto y consensado entre todas las fuerzas políticas de la nación que invita al sector privado a completar y participar de forma activa en la culminación de su compromiso social como agente motor de la inversión, de la actividad emprendedora y, en suma, del desarrollo turístico integral del país.
- Un esfuerzo conjunto que debe racionalizar su dirección y sus objetivos en el marco de lo factible en la actual escena económica, financiera y turística internacional. En este sentido, los objetivos cuantitativos del PNT 2020 y, en consecuencia, las correspondientes directrices estratégicas y los programas de acción que le siguen, contemplan ya los diferentes objetivos, acciones y resultados esperados de éstas





según dos grandes fases; una primera, entre 2009 y 2014, sujeta a unos objetivos factibles en el escenario económico actual y que debe seguir sentando las bases del modelo turístico salvadoreño; una segunda, entre 2015 y 2020, más dirigida a lograr la posición definitiva deseada una vez que las bases generales del modelo turístico salvadoreño ya son una realidad.

## **7. DIRECTRICES ESTRATÉGICAS DE EL SALVADOR.**

Considerando el enfoque estratégico general ya explicado anteriormente, así como cuanto corresponde a la visualización de ese enfoque, tanto desde la oferta turística en el espacio turístico, como desde la perspectiva de la demanda, se relacionan a continuación de forma sintetizada los principales objetivos generales estratégicos que dan lugar al establecimiento de directrices específicas en los cinco ámbitos de actuación que se han establecido.

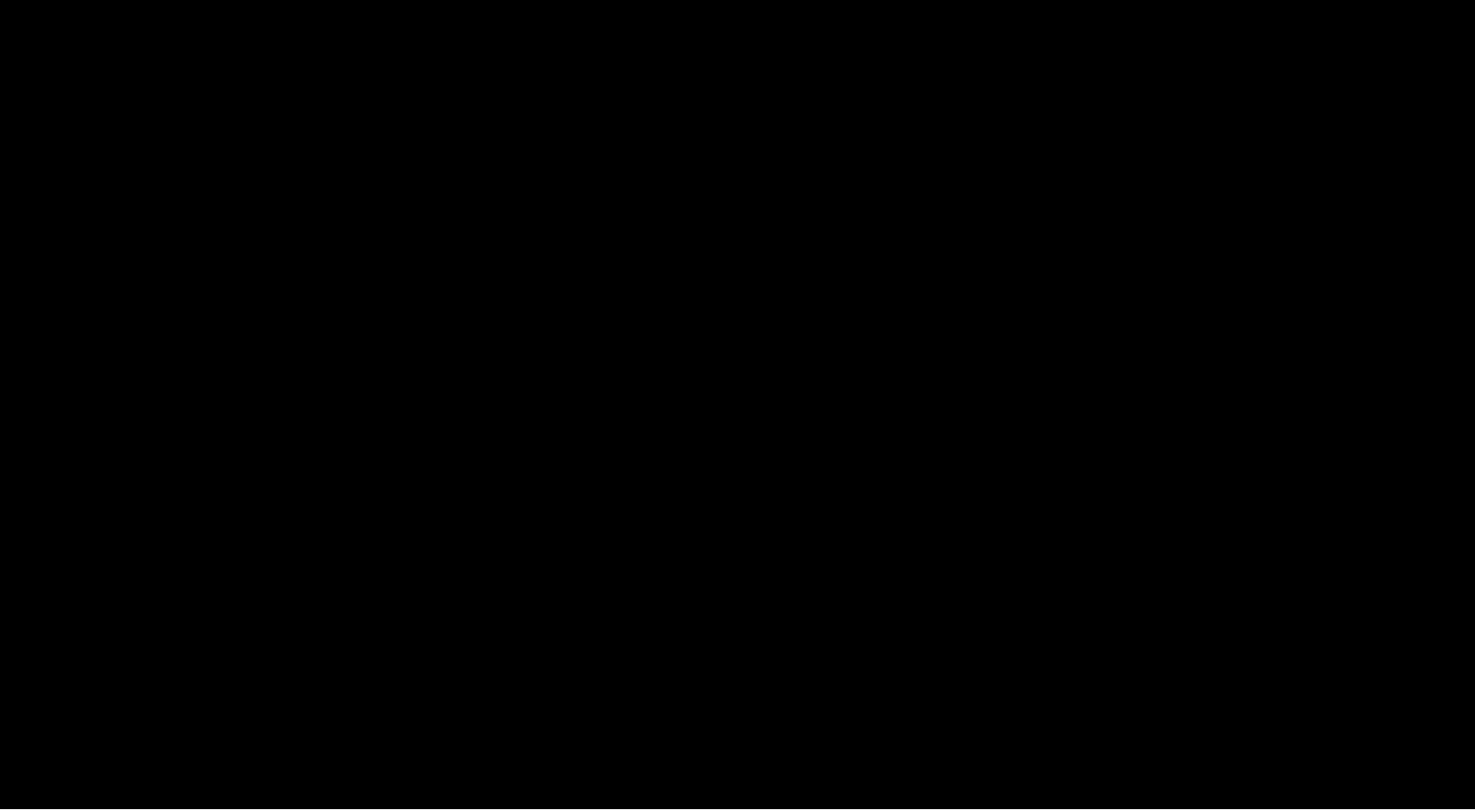
Todo ello se detalla en la tabla que aparece en la página siguiente.

Por último, posteriormente, se identifican, en el marco de cada una de las directrices que, a su vez, se engloban en cada ámbito estratégico, los correspondientes programas y subprogramas de acciones. Por fin, en el contexto de estos últimos, se identifican las más de 200 acciones o medidas que se han establecido para la consecución de los objetivos de desarrollo turístico ya identificados.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ÁMBITOS DE ACTUACIÓN
Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente	<b>Desarrollo y Ordenación de Productos y Territorios Turísticos.</b>
<p>Consolidar El Salvador entre los principales destinos turísticos de Centroamérica y posicionarlo como destino en el segmento MICE y vacacional.</p> <p>Consolidar la notoriedad de la imagen de marca país de El Salvador y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística.</p>	<b>Promoción, Comercialización e Imagen turística de El Salvador.</b>
Promover la profesionalización y cualificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de la comunidad salvadoreña en el modelo de desarrollo, en el marco de una cultura turística.	<b>Sensibilización, cualificación y profesionalización del capital humano.</b>
Fomentar el desarrollo sostenible y la responsabilidad social del sector turístico en El Salvador, así como la intervención coordinada de los agentes públicos y privados implicados.	<b>Destination Management Organization (DMO).</b>
Fomentar y consolidar el papel del sector privado incorporándose plenamente como motor del desarrollo y considerando el rol ejercido por las Mipymes	<b>Desarrollo y fortalecimiento empresarial</b>



DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 1: IMPULSAR LA ACCESIBILIDAD AL DESTINO, A LOS PRODUCTOS Y RECURSOS TURÍSTICOS



<b>3. Mejora de la oferta de transporte turístico</b>	3.1. Adecuación al turismo de una oferta de transporte de interior	Elaboración del estudio “Análisis de las necesidades del transporte público para su adecuación al uso turístico y viabilidad de la inversión a realizar”	A1-P3.1-1
	3.2. Creación de rutas de transporte de carácter turístico mediante transporte público.	Servicio de autobús turístico.	A1-P3.2-1
<b>4. Señalización Turística</b>	4.1. Acuerdo entre Ministerio y administraciones locales para completar el proceso de señalización turística en el país	Acuerdo y cooperación entre las administraciones municipales y el Ministerio de Turismo para completar el proceso de señalización turística del país.	A1-P4.1-1
	4.2. Plan de señalización direccional y orientativa para la identificación de nuevos recursos, espacios, rutas y senderos.	Ejecución plan de señalización litoral	A1-P4.2-1
		Ejecución plan de señalización interior	A1-P4.2-2
4.3. Plan de señalización turística identificativa e informativa de recursos turísticos de alto valor e interés	Diseño y ejecución de un Plan de Señalética Turística identificativa e interpretativa de los principales recursos de interés en el país	A1-P4.3-1	

## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 2: IMPULSAR LA OFERTA MICE

<b>ESTRATEGIA: IMPULSAR LA OFERTA MICE</b>	<b>5. Desarrollo de la infraestructura y equipamientos para encuentros y servicios MICE</b>		Centro de Congresos y Convenciones.	A1-P5.1-1
		5.1. Adecuación del Recinto Ferial de San Salvador para acoger el Centro de Congresos y Convenciones.	Presentación del proyecto de adecuación.	A1-P5.1-2
			Ejecución del proyecto de adecuación.	A1-P5.1-3
		5.2. Plan de desarrollo de una industria de servicios especializada en turismo de reuniones y eventos.	Talleres de trabajo entre el IFCO, Buró de Convenciones, Ministerio de Turismo y empresarios.	A1-P5.2-1
			Diseño y redacción del Plan de Desarrollo de una industria de servicios especializada en turismo MICE	A1-P5.2-2
		5.3. Plan de Competitividad Hotelera en el segmento MICE	Jornadas “Innovación y Nuevas Tecnologías para la competitividad en el mercado MICE”.	A1-P5.3-1
			Diseño y redacción del Plan de Competitividad para hoteles en el segmento MICE.	A1-P5.3-2
			Creación del Comité de evaluación y seguimiento de la ejecución del Plan de Competitividad para Hoteles MICE.	A1-P5.3-3
		5.4. Creación y mejora de instalaciones y equipamientos en Turicentros y en la oferta destinada al mercado MICE en ciudades de interior salvadoreñas.	Estudio de viabilidad para la creación de infraestructuras de reuniones.	A1-P5.4-1
Asistencia Técnica e incentivos para la creación de equipamientos MICE y adaptación de Turicentros	A1-P5.4-2			

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 3: FOMENTAR LA OFERTA BÁSICA DE OCIO/ VACACIONAL Y DE OTROS PRODUCTOS

FOMENTAR LA OFERTA BÁSICA	<b>6. Fomento del asociacionismo en la oferta de alojamiento y restauración.</b>	6.1. Fomento del uso y difusión del Registro Nacional de Turismo (empresas de hostelería)	Jornadas informativas sobre el Registro Nacional de Turismo en el periodo 2009-2014	A1-P6.1-1
		6.2. Plan de apoyo y fomento del asociacionismo en el sector turístico de alojamiento y restauración	I Encuentro Nacional de Empresarios Turísticos de Hostelería	A1-P6.2-1
	<b>7. Mejora y fomento de la oferta complementaria</b>	7.1. Fomento del uso y difusión del Registro de empresas de actividades complementarias.	Jornadas informativas sobre el Registro Nacional de Turismo en el periodo 2009-2014	A1-P7.1-1
		7.2. Plan de apoyo a la creación de una oferta de actividades complementarias con alto nivel de especialización en turismo temáticos.	Estudio de oportunidades en la implantación de empresas de recreación especializadas en turismo temáticos.	A1-P7.2-1
			Asistencia Técnica e incentivos para la creación y consolidación competitiva de empresas recreativas especializadas	A1-P7.2-2





DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 4: RECUALIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL

<b>8. Adaptación y mejora de instalaciones y equipamientos en establecimientos y empresas de servicios turísticos</b>	8.1. Inventario y caracterización de la oferta de establecimientos y servicios.	Dagnóstico e inventario periódico de la oferta turística básica de establecimientos de El Salvador.	A1-P8.1-1
	8.2. Fomento de la mejora continua y asistencia a empresas para la implantación de mejoras y adecuación de instalaciones y equipamientos.	Diseño y edición de una guía orientativa para la mejora de las instalaciones y equipamientos turísticos.	A1-P8.2-1
		Celebración de seminarios profesionales para la difusión de la guía.	A1-P8.2-2
		Asistencia técnica para la implantación de mejoras y la adecuación de instalaciones y equipamientos básicos de las empresas turísticas.	A1-P8.2-3
	8.3. Asistencia técnica para la complementación de los servicios básicos en empresas de alojamiento y la mejora general de sus instalaciones	Diseño y ejecución del Plan de asistencia técnica para la complementación de los servicios básicos en empresas de alojamiento y la mejora general de sus instalaciones	A1-P8.3-1
<b>9. Calidad en la prestación del servicio</b>	9.1. Información y concienciación empresarial para una "cultura de calidad turística" especializada según productos temáticos	Jornadas de sensibilización empresarial según servicios turísticos temáticos	A1-P9.1-1
		Talleres sectoriales de trabajo empresarial e intercambio de experiencias en productos temáticos	A1-P9.1-2
	9.2. Asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas en la atención al cliente.	Manual de Buenas Prácticas en la Atención al Cliente.	A1-P9.2-1
		Jornadas de difusión del Manual de Buenas Prácticas en la Atención al Cliente.	A1-P9.2-2
	9.3. Plan de asistencia para la innovación en productos, servicios y procesos en el sector turístico.	Plan de asistencia para la innovación empresarial en el sector turístico.	A1-P9.3-1
	9.4. Diseño y difusión del Plan Nacional de Calidad Turística.	Elaboración del Plan Nacional de Calidad Turística.	A1-P9.4-1
		Difusión y presentación del Plan de Calidad en el sector.	A1-P9.4-2

<b>10. Mejora en la salubridad y seguridad de los establecimientos y destinos.</b>	10.1. Información y concienciación para la mejora de la salubridad y seguridad laboral en los destinos y establecimientos.	Jornadas de sensibilización.	A1-P10.1-1
		Diseño y edición de material informativo.	A1-P10.1-2
	10.2. Impulso a la regulación normativa en materia de seguridad y salud laboral en empresas y destinos turísticos.	Acuerdo de colaboración interministerial en materia de APPCC y desarrollo reglamentario de la normativa para el sector turístico	A1-P10.2-1
	10.3. Cooperación para la mejora de las infraestructuras de saneamiento y abastecimiento coordinadamente con las autoridades competentes.	Mesa de colaboración público-privada para el estudio permanente de las necesidades de saneamiento de las áreas turísticas.	A1-P10.3-1
	10.4. Realización de obras para la mejora del saneamiento y acometida de infraestructuras de eliminación de residuos de acuerdo con el Plan Nacional de Ordenamiento Territorial	Acuerdo interministerial para la dotación presupuestaria y asignación de ámbitos funcionales de actuación	A1-P10.4-1
		Plan plurianual de obras para la dotación de infraestructuras de saneamiento y eliminación de residuos en zonas de concentración de establecimientos.	A1-P10.4-2

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 5: PUESTA EN VALOR PARA USO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS Y ESPACIOS.

<b>11. Embellecimiento paisajístico de entornos urbanizados</b>	11.1. Diagnóstico y detección de impactos visuales y ambientales.	Acuerdo para la mejora ambiental de los núcleos de población turísticos.	A1-P11.1-1
		Elaboración de estudio para la detección de impactos visuales y ambientales.	A1-P11.1-2
	11.2. Promoción de buenas prácticas para la intervención de las Administraciones Locales.	Elaboración de manual de buenas prácticas para la conservación y embellecimiento de los núcleos urbanizados en el marco del Ordenamiento Territorial	A1-P11.2-1
		Jornadas de difusión del Manual de Buenas Prácticas para la Conservación y Embellecimiento de los Núcleos Urbanizados.	A1-P11.2-2

<b>12. Puesta en valor del patrimonio de recursos turísticos de mayor atractivo</b>	12.1. Plan plurianual de mejora y conservación de recursos patrimoniales en cooperación con los agentes con competencias en materia de su gestión y conservación	Acuerdo para la cooperación en la gestión y conservación de recursos patrimoniales.	A1-P12.1-1
		Identificación de proyectos específicos y prioritarios para la gestión, conservación y puesta en valor turístico de los recursos patrimoniales.	A1-P12.1-2
		Plan plurianual de mejora y conservación de recursos patrimoniales	A1-P12.1-3
	12.2. Puesta en valor e Identificación de nuevos recursos con potencial turístico.	“Estudio de Inventario y Evaluación periódica de la puesta en valor de los Recursos Turísticos”.	A1-P12.2-1
		Diseño de proyectos individuales y específicos sobre los recursos inventariados de mayor potencial turístico.	A1-P12.2-2
	12.3. Dotación de equipamientos recreativos e interpretativos.	Creación de equipamientos de uso público en recursos de patrimonio cultural.	A1-P12.3-1
		Creación de equipamientos de uso público en recursos y espacios de naturaleza con recursos patrimoniales de especial interés	A1-P12.3-2
		Creación de equipamientos de uso público en playas y accesos a la costa.	A1-P12.3-3
		Creación de equipamientos de uso público en áreas vinculadas a recursos de turismo náutico, cruceros y surf.	A1-P12.3-4
	12.4. Fomento de programas de investigación científica de recursos y fenómenos naturales.	Convenios para el fomento de la investigación.	A1-P12.4-1

<b>13. Puesta en valor turístico de espacios naturales</b>	13.1. Coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente para el diagnóstico turístico y zonificación de las áreas de uso público.	Acuerdo de cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.	A1-P13.1-1
	13.2. Diseño y dotación de equipamientos recreativos e interpretativos en el entorno natural	Creación de equipamientos y espacios para la interpretación ambiental en espacios naturales.	A1-P13.2-1
	13.3. Plan plurianual de Calidad en Playas y Espacios de Litoral.	Diseño del "Plan de Calidad en playas y espacios del Litoral".	A1-P13.3-1
		Seminario-Taller para la difusión, sensibilización y adhesión al Plan.	A1-P13.3-2
		Ejecución y dotación presupuestaria del Plan plurianual de Calidad en playas y espacios de litoral	A1-P13.3-3



## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 6: FORTALECER LA IMAGEN DE MARCA PAÍS

ESTRATEGIA: FORTALECER LA IMAGEN DE MARCA PAÍS	<b>14. Impulso y apoyo a la puesta en marcha de una estrategia de marca país.</b>	14.1. Coordinación gubernamental y consenso público-privado para una continua proyección y fortalecimiento de la imagen de marca país "El Salvador, impresionante"	Creación de una Comisión público - privada para su proyección internacional	A2-P14.1-1
			Jornadas sobre la percepción e imagen proyectada de la marca turística de país y su relación con la imagen global percibida de El Salvador	A2-P14.1-2
	<b>15. Fortalecimiento de la nueva imagen de marca turística adaptada la necesidad de comunicar Seguridad en los mercados</b>	15.1. Estudio periódico de la imagen turística existente en diferentes mercados geográficos según productos turísticos	Estudio periódico de la imagen turística existente en diferentes mercados geográficos según productos turísticos	A2-P15.1-1
		15.2. Adaptación de la imagen turística del país a las necesidades de comunicación en materia de seguridad	Asistencia técnica para la proyección de la imagen turística vinculada a una mayor percepción de seguridad	A2-P15.2-1
			Plan específico para proyectar una mayor imagen de seguridad en los mercados internacionales	A2-P15.2-2
	15.3. Plan de comunicación e imagen de marca país ante situaciones de crisis.	Plan de comunicación e imagen de marca país ante situaciones de crisis.	A2-P15.3-1	
	<b>16. Adaptación de la imagen de marca turística de país a cada uno de los productos turísticos.</b>	16.1. Adecuación del diseño y estrategia de marca país a los diversos productos turísticos.	Adaptación de la imagen a los nuevos productos turísticos.	A2-P16.1-1
		16.2. Medidas para el uso de la marca país adaptada por los agentes turísticos empresariales y las administraciones públicas locales	Coordinación con los agentes y puesta en marcha de un plan de medidas para favorecer el uso de la marca país adaptada a los diversos productos	A2-P16.1-2



## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 7: PROMOCION DEL TURISMO MICE

<b>17. Promoción en el mercado nacional</b>	17.1. Promoción dirigida a organizaciones no gubernamentales, asociaciones y federaciones.	Plan de visitas comerciales a organizaciones no gubernamentales que operen en El Salvador.	A2-P17.1-1
		Acuerdo con el Gobierno de la República de El Salvador para la realización de eventos.	A2-P17.1-2
		Realización de acuerdos de colaboración en la promoción del turismo MICE con las universidades salvadoreñas.	A2-P17.1-3
	17.2. Promoción dirigida a empresas privadas de capital nacional.	Plan de visitas comerciales a corporaciones empresariales de ámbito nacional.	A2-P17.2-1
<b>18. Promoción en el mercado regional</b>	18.1. Promoción dirigida a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales centroamericanas.	Reuniones comerciales con organismos del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA).	A2-P18.1-1
	18.2. Promoción dirigida a empresas de ámbito centroamericano.	Asistencia como visitante profesional a las ferias gremiales o de carácter empresarial de ámbito centroamericano	A2-P18.2-1
<b>19. Promoción en el mercado internacional</b>	19.1. Promoción en grandes corporaciones internacionales en El Salvador y/o Centroamérica.	Promoción de CIFCO y Buró de Convenciones en corporaciones y organizaciones de ámbito internacional	A1-P19.1-1
		Asistencia a ferias especializadas en el segmento de reuniones.	A1-P19.1-2
	19.2. Promoción dirigida a organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones e instituciones.	Promoción internacional de la realización de encuentros deportivos, tanto generales, como de sectores específicos.	A1-P19.2-1

<b>20. Promoción integral del producto MICE con otros productos complementarios</b>	20.1. Promoción de circuitos complementarios al segmento de reuniones en turismos específicos.	Promoción de ofertas y paquetes específicos para acompañantes de visitantes por motivos MICE	A1-P20.1-1
	20.2. Promoción de eventos congresuales y de reuniones relacionados con turismos específicos	Promoción de eventos congresuales y de reuniones relacionados con turismos específicos.	A1-P20.2-1
<b>21. Instrumentos de promoción y comercialización específicos del turismo MICE</b>	21.1. Fomento de la creación de OPCs.	Celebración de Encuentros periódicos de la Industria Salvadoreña de MICE y negocios.	A1-P21.1-1
		Capacitación Profesional para empresas de organización de actividades vinculadas a MICE y negocios	A1-P21.1-2
	21.2. Fortalecimiento del papel realizado por el Buró de Convenciones.	Taller de Trabajo sobre para el fortalecimiento de CIFCO y del Buró de Convenciones.	A2-P21.2-1
		Promover la creación de una estructura interna que contenga, al menos, una Gerencia Comercial y una de Promoción.	A2-P21.2-2
		Plan de Acciones del Buró de Convenciones y CIFCO consensuado con el Ministerio de Turismo.	A2-P21.2-3
		Benchmarking sobre modelos internacionales de organizaciones para la promoción del turismo MICE	A2-P21.2-4
Edición de medios y soportes para la promoción y comercialización.	A2-P21.2-5		

## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 7: PROMOCION DE PRODUCTOS TURÍSTICOS TEMÁTICOS

ESTRATEGIA: PROMOCIÓN PRODUCTOS TEMÁTICOS	<b>22. Promoción de los productos turísticos temáticos</b>	22.1. Promoción del turismo de sol y playa	Plan de acciones de promoción para el turismo de ocio/vacacional de sol y playa	A2-P22.1-1
		22.2. Promoción del turismo de enfoque social	Acuerdo previo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo con enfoque social (ecoturismo comunitario)	A2-P22.2-1
		22.3. Promoción del turismo cultural	Acuerdo previo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo cultural.	A1-P22.3-1
		22.4. Promoción del turismo de naturaleza, ecoturismo y aventura	Acuerdo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo naturaleza.	A1-P22.4-1
		22.5. Promoción del turismo de cruceros	Acuerdo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo de cruceros.	A1-P22.5-1
		22.6. Promoción del turismo náutico	Acuerdo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo náutico y deportivo.	A1-P22.6-1
		22.7. Promoción del turismo de surf	Acuerdo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción para el turismo de surf.	A1-P22.7-1
		22.8. Promoción del turismo nacional interno	Acuerdo y diseño del plan de acciones de promoción para el turismo nacional interno	A1-P22.8-1
		22.9. Promoción de productos temáticos emergentes y/o singulares	Acuerdo, diseño y ejecución del plan de acciones de promoción de productos emergentes o singulares (aviturismo, vulcanismo, médico, etc.)	A1-P22.9-1

### DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 8: PROMOCION DEL TURISMO INTERNO

PROMOCION DEL TURISMO INTERNO	23. Promoción del turismo interno	23.1. Promoción en el mercado interno de nuevos circuitos turísticos del país	Edición y distribución de una colección de guías turísticas por rutas especialmente dirigidas al turismo interno	A2-P23.1-1
		23.2. Promoción global del turismo en el mercado nacional	Publicidad y promoción de ventas en mass media.	A2-P23.2-1
	24. Fortalecimiento de la cultura turística en la sociedad salvadoreña	24.1. Promoción de la accesibilidad a los recursos y productos turísticos	Configuración de ofertas promocionales en los productos turísticos.	A2-P24.1-1
		24.2. Promoción del uso de turicentros	Diseño de acciones promocionales periódicas para fomentar el uso de los Turicentros por la población salvadoreña	A2-P24.1-2

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 9: PROMOCION A LA COMUNIDAD SALVADOREÑA EN EL EXTERIOR

PROMOCIÓN A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR	<b>25. Promoción y cooperación con la comunidad salvadoreña residente en el exterior</b>	25.1. Promoción de la imagen turística del país a través de las asociaciones de salvadoreños.	Inventario periodico actualizado de las asociaciones de salvadoreños en el exterior.	A2-P25.1-1
			Envío de información turística a las asociaciones de salvadoreños en el exterior.	A2-P25.1-2
			Promoción dirigida a los salvadoreños en el exterior a través de merchandising publicitario.	A2-P25.1-3
	<b>26. Plan de promoción del turismo étnico</b>	26.1 Configuración de un programa de promoción para los salvadoreños residentes en el exterior.	Apoyo a la creación de paquetes turísticos específicos.	A2-P26.1-1
			Creación de “Campamentos de verano” para los salvadoreños residentes en el exterior.	A2-P26.1-2
			Elaboración de “Guía de alojamientos turísticos y promociones inmobiliarias”.	A2-P26.1-3
			Celebración de encuentros con las comunidades salvadoreñas residentes en las principales ciudades estadounidenses.	A2-P26.1-4
		26.2. Fomento de la inversión turística por parte de salvadoreños en el exterior.	Encuentro con empresarios salvadoreños en el exterior.	A2-P26.2-1
		Análisis de la viabilidad de la comercialización asociada entre empresarios salvadoreños y/o centroamericanos residentes en el exterior y el Ministerio de Turismo.	A2-P26.2-2	

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 10: ATENCIÓN Y MEJORA CONTINUA DE LOS CENTROS DE ATENCIÓN AL TURISTA

AMPLIACIÓN Y MEJORA CONTINUA DE CATS	<b>27. Creación de un Call Center de información turística a nivel de país.</b>	27.1. Asistencia técnica para el diseño de un sistema.	Asistencia técnica para el diseño de un Call Center.	A2-P27.1-1
		27.2. Plan de implantación.	Implantación del Call Center.	A2-P27.2-2
	<b>28. Creación de una Red de Oficinas y Puntos de Información Turística</b>	28.1. Asistencia técnica para mejora tecnológica y dotación de la Red de Oficinas y Puntos de Información (CATs)	Asistencia técnica para el diseño de la Red de Oficinas y Puntos de Información.	A2-P28.1-1
		28.2. Creación y adecuación de nueva infraestructura de información turística (CATs)	Proyecto de obra y ejecución de la ampliación de la actual Red de CATs	A2-P28.2-1
	<b>29. Plan de Información y Promoción Telemática.</b>	29.1. Asistencia técnica para el uso y aplicación de un Sistema de Información Geográfica.	Asistencia técnica para el uso y aplicación de un Sistema de Información Geográfica.	A2-P29.1-1
		29.2. Diseño y gestión de una herramienta de información y promoción en Internet.	Asistencia técnica para el desarrollo del portal de turismo salvadoreño.	A2-P29.2-1

## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 11: FORTALECIMIENTO Y PROMOCIÓN DE MIPYMES

<b>30. Uso de medios de promoción y comercialización en MIPYMES.</b>	30.1. Plan de adaptación e incorporación a la tecnología de las MIPYMES.	Diseño del Plan de Adaptación Tecnológica.	A2-P30.1-1
		Impulso al desarrollo de sitios web en MIPYMES turísticas.	A2-P30.1-2
		Ciclo anual de jornadas “Nuevas Tecnologías en el sector turístico”.	A2-P30.1-3
		Impulso al uso de nuevas herramientas y programas de software que recaben información estadística y mejoren la eficiencia en las MIPYMES.	A2-P30.1-4
		Plan plurianual de asistencia técnica para guiar y asesorar en la implantación de soluciones web / -Internet	A2-P30.1-5
		Plan plurianual de asistencia técnica para guiar y asesorar en la implantación de soluciones tecnológicas de gestión empresarial	A2-P30.1-6
		Evaluación periódica y difusión de buenas prácticas en la implantación de soluciones tecnológicas por MIPYMES	A2-P30.1-7
	30.2. Comunicación y relación entre operadores turísticos y el tejido empresarial.	Celebración de la “Feria Nacional del Turismo de El Salvador”.	A2-P30.2-1

<b>31. Fortalecimiento de Centros Empresariales de Turismo CETs y MIPYMES turísticas</b>	31.1. Diseño del Plan de Fortalecimiento de la MIPYME y la creación de un mayor número de CETs.	Diseño del Plan de Fortalecimiento de la MIPYME.	A2-P31.1.1
		Ejecución del Plan de Fortalecimiento de la MIPYME	A2-P31.1.2
		Creación de un mayor número de Centros Empresariales de Turismo (CETs) en el país.	A2-P31.1.3
	31.2. Asistencia técnica para la prestación de servicios a las empresas afiliadas.	Estudio de las necesidades empresariales de las pymes turísticas.	A2-P31.2-1
		Ejecución de acciones para la mejora de la competitividad de las mipymes turísticas.	A2-P31.2-1
	31.3. Establecimiento de relaciones de cooperación con organismos públicos y privados.	Acuerdo entre los CET's, Ministerio de Turismo y Organismos de Cooperación.	A2-P31.3-1
		Promoción de la cooperación entre MIPYMES, sus gremiales y las administraciones públicas con competencias en su actividad	A2-P31.3-2
		Promoción de la afiliación de MIPYMES turísticas a las gremiales nacionales de su respectivo subsector.	A2-P31.3-3



## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 12: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ASOCIADA

<b>PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ASOCIADA</b>	<b>32. Fomento de la integración en redes existentes de colaboración</b>	32.1. Fomento de la creación de bolsas de negociación que faciliten la comercialización de la oferta turística.	Fomento de misiones directas de comercialización y promoción de los Clubes de producto.	A2-P32.1-1
		32.2. Creación de un sistema público-privado integrado de promoción turística.	Creación de Clubes de productos turísticos según temáticas especializadas	A2-P32.2-2
	<b>33. Fomento de la promoción de paquetes turísticos integrados</b>	33.1. Conceptualización y diseño de rutas y circuitos turísticos.	Colaboración con el Sistema de Integración Centroamericana y con CATA en el diseño de productos regionales multiproducto y multidestino	A2-P33.1-1
		33.2. Programa de apoyo a la promoción y comercialización de paquetes turísticos multiproducto.	Creación, comercialización y promoción de paquetes turísticos multiproducto y multidestino	A2-P33.2-1
		33.3. Realización de viajes de familiarización dirigidos a Tour Operadores y prensa internacional.	Realización de Fam-Trips y Press-Trips en cooperación con el sector	A2-P33.3-1
	<b>34. Participación en eventos internacionales especializados en promoción</b>	34.1. Plan de asistencia a ferias y otros eventos promocionales.	Plan de asistencia a ferias y otros eventos promocionales de forma asociada.	A2-P34.1-1
		34.2. Plan de edición de material promocional.	Edición de material promocional.	A2-P34.2-1

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 13: CUALIFICACIÓN, CAPACITACIÓN, SENSIBILIZACIÓN Y CREACIÓN DE CULTURA TURÍSTICA

<b>35. Cualificación en Turismo</b>	35.1. Análisis continuo de necesidades y tendencias futuras en capacitación	Creación de un Observatorio de Recursos Humanos en el sector turístico	A3-P35.1.-1
	35.2. Fomento de la certificación de competencias laborales asociadas al turismo.	Puesta en marcha del Sistema de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (SNCCCL).	A3-P35.2.-1
	35.3. Fortalecimiento de la calidad de gestión en las instituciones de formación profesional para el turismo.	Asistencia técnica para el diseño de un sistema de evaluación de las acciones de formación profesional.	A3-P35.3.-1
	35.4. Fortalecimiento de la capacitación de grado universitario	Acuerdo y planificación consensuada con agentes públicos, privados y universidades de un diseño curricular universitario especializado en materia turística	A3-P35.3.-2

<b>36. Capacitación en Turismo</b>	36.1. Capacitación de los agentes locales en materia turística.	Cursos de Capacitación Turística de Agentes Locales y Municipales de Destinos Turísticos.	A3-P36.1.-1
	36.2. Diseño de líneas de capacitación continua para empresas turísticas en colaboración con INSAFORP	Formulación de la Política Nacional de capacitación continua para empresas turísticas.	A3-P36.2.-1
	36.3. Plan de capacitación de los recursos humanos vinculados a la prestación de servicios en empresas de recreación.	Diseño del Plan de capacitación de recursos humanos en empresas recreativas.	A3-P36.3.-1
		Plan plurianual de seminarios de capacitación específicos para personal de empresas de recreación.	A3-P36.3-2
	36.4. Plan de capacitación de los integrantes del servicio de información turística en destino.	Diseño del Plan plurianual de capacitación para informadores turísticos	A3-P36.4.-1
		Ejecución del capacitación para informadores turísticos.	A3.P36.4-2
	36.5. Plan de capacitación en los Centros Empresariales de Turismo, dirigidos a la MIPYME.	Asistencia técnica para el diseño de un Plan de capacitación en Mipymes y para el fomento del emprendedurismo	A3-P36.5.-1
		Impartición y gestión del Plan de capacitación en Mipymes	A3.P36.5-2
		Capacitación en materia de Responsabilidad Social Empresarial	A3.P36.5-3

<b>37. Sensibilización Turística</b>	37.1. Plan de concienciación de las comunidades locales y de la comunidad educativa sobre la importancia del turismo.	Implantación de la Cartilla Turística Escolar: planificación y ejecución de acciones de concienciación.	A3-P37.1.-1
		Campaña de concienciación ciudadana.	A3-P37.1.-2
		Difusión de buenas prácticas en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial	A3-P37.1.-3
	37.2. Plan de sensibilización de los agentes implicados en el turismo (policía, migración, transporte, etc).	Asistencia técnica para el diseño del Plan de destinado a agentes y representantes del sector público.	A3-P37.2.-1
		Impartición y gestión del Plan destinado a agentes y representantes del sector público.	A3.P37.2-1
	37.3. Plan de cooperación interministerial para la educación en materia turística.	Acuerdo marco general y Plan interministerial para la inclusión de contenidos turísticos en el sistema educativo.	A3-P37.3.-1

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 14: FOMENTO, FINANCIACIÓN E INCENTIVOS PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

<b>38. Programa de inversiones turísticas de la Administración Central</b>	38.1. Formulación de un Plan de Desarrollo e Inversiones (público y privado).	Acuerdo público-privado para la formulación de un Plan de Desarrollo e Inversiones Turísticas.	A4-P38.1-1
		Diseño del Plan de Inversiones Turísticas.	A4-P38.1-2
	38.2. Ejecución de proyectos.	Creación de la Oficina Técnica del Plan de Inversiones Turísticas	A4-P38.2-1
	38.3. Control y verificación.	Creación de un "Comité de seguimiento del Plan de Inversiones Turísticas" de carácter público - privado	A4-P38.3-1
<b>39. Inversión en cooperación con otros organismos públicos y ONGDs</b>	39.1. Cooperación con organismos públicos y entidades privadas para el diseño y financiación del Plan de Desarrollo e Inversiones Turísticas.	Plan bianual de Cooperación con administraciones y organismos públicos y privados para la financiación del Plan de Inversiones Turísticas	A4-P39.1-1
	39.2. Formulación conjunta del Plan de Desarrollo e Inversiones.	Asistencia Técnica para la elaboración, armado y presentación ante organizaciones financieras y agencias internacionales de cooperación.	A4-P39.2-1
		Creación de una Comisión Técnica para la Cooperación Internacional del Plan 2014.	A4-P39.2-2

<b>40. Fomento de inversiones privadas para el desarrollo del sector turístico</b>	40.1. Plan de asesoramiento y acompañamiento técnico a potenciales inversores.	Asesoramiento técnico a inversores turísticos extranjeros.	A4-P40.1-1
		Asesoramiento y asistencia técnica a Pymes salvadoreñas.	A4-P40.1-2
	40.2. Conformación de un banco de proyectos.	Puesta en marcha de un banco o bolsa de proyectos de inversión turística.	A4-P40.2-1
	40.3. Desarrollo de un sistema de monitoreo permanente.	Grupo de trabajo para el seguimiento del banco de proyectos.	A4-P40.3-1
<b>41. Programa de captación de inversiones turísticas extranjeras</b>	41.1. Plan de promoción para la captación de inversores.	Plan de promoción para la captación de inversores.	A4-P41.1-1
	41.2. Plan de monitoreo de las inversiones efectuadas.	Diseño del Sistema de Monitoreo de las Inversiones.	A4-P41.2-1
	41.3. Impulso a la capacidad emprendedora de los salvadoreños para la puesta en marcha de empresas turísticas.	Acciones para la captación de capital inversor de la comunidad salvadoreña residente en el extranjero.	A4-P41.3-1

<b>42. Financiación e incentivos</b>	42.1. Facilitación del acceso al crédito de financiación para la inversión turística.	Acuerdo con el Ministerio de Hacienda y las entidades financieras para la facilitación del acceso al crédito.	A4-P42.1-1
	42.2. Desarrollo legislativo de incentivos fiscales para incentivar la creación de empresas turísticas.	Creación del Reglamento de Desarrollo de los Beneficios e Incentivos para el Fomento de la Industria Turística.	A4-P42.2-1
	42.3. Diseño de un sistema de detección de oportunidades de financiación internacional de proyectos de inversión.	Asistencia técnica para la detección continua de oportunidades de financiación internacional de proyectos de inversión".	A4-P42.3-1
	42.4. Creación sistema de ratings para la valoración del riesgo crediticio	Diseño de sistema de ratings sectoriales y perfiles de empresas para la valoración del riesgo crediticio asociado a los proyectos de inversión turística	A4-P42.4-1
		Actualización periódica de los ratios y mecanismos de evaluación incluidos en el sistema de ratings	A4-P42.4-2
Presentación y difusión del sistema de ratings		A4-P42.4-3	

<b>43. Incentivos a la creación y mejora de infraestructuras de reuniones</b>	43.1. Fomento para la mejora y diversificación de las instalaciones existentes	Creación de líneas de financiación especial para la mejora y diversificación de la oferta de instalaciones	A4-P43.1-1
	43.2. Incentivo a la oferta especializada en turismo de reuniones.	Impulso al Buró de Convenciones como articulador y facilitador del desarrollo de la industria de reuniones.	A4-P43.2-1
		Negociación con cadenas hoteleras especializadas en el segmento de reuniones.	A4-P43.2-2
		Apoyo a nuevas empresas de servicios complementarios y auxiliares en la industria de reuniones.	A4-P43.2-3
<b>44. Fomento de la cooperación y coordinación entre agentes públicos, OPCs, CIFCO, Buró de Convenciones e industria auxiliar</b>	44.1. Creación de alianzas público-privadas para la promoción y comercialización del producto MICE y vacacional	Desarrollo de acuerdos público-privados en el segmento MICE y vacacional como complementario del anterior	A4-P44.1-1



## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 15: DESARROLLO NORMATIVO

ESTRATEGIA: DESARROLLO NORMATIVO	<b>45. Nueva Ley de Turismo de El Salvador</b>	45.1. Desarrollo, negociación y aprobación de una nueva Ley de Turismo	Desarrollo consensado de la nueva Ley General de Turismo, incluyendo el capítulo de incentivos	A4-P45.1-1
		45.2. Programa de monitoreo y seguimiento	Creación de una Comisión de Seguimiento de la Ley de Turismo.	A4-P45.2-1
		45.3. Difusión y sensibilización sobre el nuevo marco normativo	Jornadas de difusión sobre las nuevas normas y reglamentos que se aprueben. Edición de publicación sobre el compendio normativo vigente y publicación web	A4-P45.2-2
	<b>46. Desarrollo Normativo</b>	46.1. Desarrollo normativo de la Ley	Impulso al desarrollo normativo de reglamentos según actividades y establecimientos turísticos de la Ley General	A4-P46.1-1
		46.2. Fomento de la inscripción en el Registro Nacional de Turismo	Acciones de difusión, fomento e incentivos a empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo.	A4-P46.2-1
		46.3. Plan de Ordenamiento Turístico Territorial	Proceso de participación para la elaboración del Plan de Ordenamiento de Espacios y Territorios Turísticos.	A4-P46.3-1
Diseño y redacción del Plan de Ordenamiento Turístico Territorial de El Salvador.	A4-P46.3-2			

DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 16: EVALUACIÓN / ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE TURISMO

ALCANCE Y ÁMBITO DE LA A.N.T.	<b>47. Seguimiento continuo y comunicación del Plan Nacional de Turismo</b>	47.1. Monitoreo y evaluación continua	Creación de un sistema informatizado de evaluación continua del Plan Nacional de Turismo 2014 bajo el modelo BSC o de Cuadro de Mando Integral	A4-P47.1-1
		47.2. Difusión de contenidos, resultado e impactos del plan	Asistencia técnica para la elaboración de un Informe anual de Resultados e Impactos del Plan nacional de Turismo.	A4-P47.2-1
			Acciones de comunicación sobre la evolución del Plan.	A4-P47.2-2
	<b>48. Internacionalización del turismo salvadoreño</b>	48.1. Integración en instituciones gubernamentales regionales e internacionales	Impulso de la mayor presencia del Ministerio de Turismo en instituciones gubernamentales de ámbito regional e internacional.	A4-P48.1-1
			Fomentar la mayor presencia de empresas turísticas salvadoreñas en organizaciones y asociaciones de ámbito regional e internacional.	A4-P48.1-2
		48.2. Cooperación con entidades financieras multilaterales y bilaterales	Encuentro bianual para la coordinación y cooperación con entidades financieras y de cooperación al desarrollo	A4-P48.2-1
		48.3. Cooperación con instituciones y organizaciones públicas y privadas salvadoreñas con presencia en el exterior	Acuerdos para el desarrollo de relaciones con las asociaciones de salvadoreños en el exterior.	A4-P48.3-1
	<b>49. Facilitación Turística</b>	49.1. Plan de fortalecimiento institucional del Ministerio de Turismo	Asistencia técnica para el fortalecimiento institucional del Ministerio de Turismo".	A4-P49.1-1
		49.2. Creación de alianzas estratégicas entre sector público y privado	Encuentros para la definición de responsables de la ejecución del Plan Nacional de Turismo 2014.	A4-P49.2-1
		49.3. Coordinación con instituciones y agentes turísticos nacionales y locales	Creación del Consejo Nacional de Turismo.	A4-P49.3-1
		49.4. Coordinación interministerial	Creación del Consejo Técnico Interministerial en Materia Turística.	A4-49.4-1

## DIRECTRIZ ESTRATÉGICA 17: SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA

<b>SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA</b>	<b>50. Implantación del Sistema de Cuenta Satélite del Turismo (CST)</b>	50.1. Plan de coordinación con agentes responsables de su implantación	Convenio de cooperación nacional para la implantación de la Cuenta Satélite de Turismo.	A4-P50.1-1
		50.2. Plan de implantación de la CST	Medidas para acelerar la puesta en marcha de la Cuenta Satélite de Turismo.	A4-P50.2-1
	<b>51. Sistema de información para la gestión y evaluación turística</b>	51.1. Observatorio permanente para la investigación y prospectiva turística	Sistema Informatizado de Indicadores Turísticos vinculado al Cuadro de Mando Integral y a su sistema de reporting	A4-P51.1-1
		51.2. Plan de evaluación y difusión de resultados	Elaboración y edición de estudios, informes y otras publicaciones en formato web.	A4-P51.2-1
			Difusión digital de la información turística.	A4-P51.2-2
		51.3. Plan de Investigación, Innovación y Tecnología Turística	Convenio de colaboración con universidades salvadoreñas para el desarrollo de estudios, investigaciones y proyectos innovadores de aplicación al sector turístico.	A4-P51.3-1