

Universidad Dr. José Matías Delgado

Facultad de Economía “Dr. Santiago I. Barberena”

Programa de Maestría en Administración Pública



Tesis de Postgrado

**“Análisis de la Política Pública de Turismo de
El Salvador desde la Perspectiva de
la Administración Pública”**

Trabajo realizado por:
Juan Carlos Fernández Saca

Para optar al grado de:
Master en Administración Pública

Asesor:
Lic. Alfredo Vargas Aguilar

Antiguo Cuscatlán, diciembre de 2007

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Capítulo I: Antecedentes del Problema de Investigación	4
1. Antecedentes de la Industria Turística en El Salvador	5
1.1. Década de 1960	5
1.2. Década de 1970	6
1.3. El Conflicto Armado (1980 – 1991)	7
1.4. Los Acuerdos de Paz (1992)	7
2. Planteamiento del Problema	9
3. Objetivos	11
3.1. Objetivo General	11
3.2. Objetivos Específicos	11
4. Preguntas de la Investigación	12
5. Justificación	12
6. Viabilidad	14
Capítulo II: Marco Teórico Conceptual	15
1. El Proceso de Elaboración y Formulación de Políticas Públicas: Un Enfoque Analítico – Científico o un Enfoque Político – Estratégico	16
2. Teoría Turística	21
Capítulo III: Metodología de la Investigación	27
1. Enfoque	28
2. Alcance	28
3. Diseño	29
4. Unidades de Análisis	30
5. Recolección de Datos	31
Capítulo IV: Dinámica de la Industria Turística	32
1. El Turismo en el Mundo	33
1.1. El Turismo y la Economía Mundial	33
1.2. Llegadas de Turistas Internacionales	35
1.3. Ingresos por Turistas Internacionales	37
1.4. Principales Países Receptores de Turistas	39
1.5. Principales Países Emisores de Turistas	42
1.6. Primeros Países por Gasto en Turismo Internacional	44
2. El Turismo en Centroamérica	45
2.1. Productos Turísticos de la Región	45
2.2. Llegada de Turistas a la Región	46
2.3. Ingresos por Llegadas de Turistas a la Región	49
2.4. Origen de los Turistas que Visitan Centroamérica	51
2.5. Importancia del Turismo en las Economías Centroamericanas	52
2.5.1. Efecto en el Producto Interno Bruto	52
2.5.2. Efecto en el Empleo	53

3. El Turismo en El Salvador	54
3.1. Llegada de Turistas	54
3.2. Regiones y Países Emisores	55
3.3. Llegadas por Medio de Transporte	57
3.4. Llegadas por Tipo de Turista	58
3.5. Llegadas de Turistas según Motivo de Viaje	60
3.6. Ingresos por Turistas y su Impacto en la Economía Salvadoreña	60
3.7. Oferta Hotelera Salvadoreña	63
Capítulo V: Actores y Grupos de Interés en la Industria Turística de El Salvador	65
1. Instituciones Públicas	66
2. Instituciones y Asociaciones Privadas	73
3. Organismos Regionales	81
4. El Cluster de Turismo en El Salvador y sus Interacciones	85
Capítulo VI: Análisis sobre la Normativa Legal sobre Turismo en El Salvador	89
1. Ley de Turismo	90
1.1. Reseña Cronológica	90
1.2. Estructura Capitular	91
1.3. Análisis de los Principales Componentes de la Ley de Turismo	91
1.3.1. Consideraciones Iniciales	91
1.3.2. Objeto y Sujetos	93
1.3.3. La Institucionalidad	94
1.3.4. Registro Nacional de Turismo	97
1.3.5. Obligaciones	98
1.3.6. Incentivos y Régimen Fiscal	100
1.3.7. Régimen de Infracciones y Sanciones	105
2. Otras Leyes Relativas al Sector Turismo	107
Capítulo VII: Evaluación de los Elementos de la Política Pública de Turismo de El Salvador	111
1. Elementos Base para la Construcción del Producto Turístico	112
2. Principios que Sustentan la Política Pública de Turismo	113
3. Objetivos Estratégicos de la Política Pública de Turismo	117
4. Lineamientos Estratégicos y Áreas de Acción	118
5. Plan Nacional de Turismo 2014	125
Capítulo VIII: Conclusiones y Recomendaciones	132
1. Conclusiones	133
2. Recomendaciones	136
Bibliografía	138
Fuentes Electrónicas	141
Anexos	143

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Serie histórica de Llegada de turistas a El Salvador. 1967 – 1992	8
Gráfico 2: Tasa de variación de la serie histórica de Llegada de turistas a El Salvador. 1967 – 1992.	8
Gráfico 3: Participación porcentual del turismo en las exportaciones mundiales de servicios. 2003	34
Gráfico 4: Tasa de crecimiento promedio del PIB mundial. 1970 – 2010	35
Gráfico 5: Llegada de turistas internacionales a nivel mundial, 1950 – 2003	35
Gráfico 6: Llegada de turistas internacionales por región, 1950 – 2003	36
Gráfico 7: Porcentaje de participación del arribo de turistas internacionales por región. 1950 - 2000	37
Gráfico 8: Evolución de los ingresos por llegada de turistas internacionales. 1950-2003. En billones de US\$	38
Gráfico 9: Evolución de los ingresos por llegada de turistas internacionales por región. 1950-2003. En billones de US\$	39
Gráfico 10: Evolución del porcentaje de participación por región en los ingresos mundiales por llegada de turistas internacionales. 1950-2000	39
Gráfico 11: Porcentaje de participación en llegadas de turistas de los principales destinos turísticos respecto del resto del mundo	41
Gráfico 12: Porcentaje de participación en ingresos por turistas de los principales destinos turísticos respecto del resto del mundo	42
Gráfico 13: Porcentaje de participación en el origen de turistas por regiones	43
Gráfico 14: Porcentaje de participación en el origen de turistas por regiones	45
Gráfico 15: Llegada de turistas por regiones de América. 1990 – 2003	47
Gráfico 16: Porcentaje de participación en la llegada de turistas por región de América. 1990 – 2003	47

Gráfico 17: Número de llegadas de turistas por país. 1990 – 2003	48
Gráfico 18: Ingresos por turistas en US\$ y porcentaje de participación por región. 2003	49
Gráfico 19: Porcentaje de participación en los ingresos por país. 2003	50
Gráfico 20: Evolución de los ingresos por llegadas de turistas por país. 1990 – 2003. En US\$	51
Gráfico 21: Origen de los turistas que visitan Centroamérica. 2003	52
Gráfico 22: Serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1993 – 2004	54
Gráfico 23: Tasa de variación de la serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1993 – 2004	54
Gráfico 24: Regiones emisoras de turistas hacia El Salvador. 1995-2004	56
Gráfico 25: Principales países emisores de turistas hacia El Salvador. 2004	57
Gráfico 26: Llegadas por tipo de turista. 2004	59
Gráfico 27: Motivo de viaje. 2004	60
Gráfico 28: Serie histórica de ingresos por turismo. 1993-2004	61
Gráfico 29: Ingresos por turismo comparado con productos tradicionales de exportación. 1993-2004	61
Gráfico 30: Relación del café, turismo, remesas y maquila con el PIB. 1993-2004	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Flujo Real de los Servicios Turísticos	25
Figura 2: Flujo Monetario de los Servicios Turísticos	26
Figura 3: Esquema del Cluster de Turismo en El Salvador	86
Figura 4: Esquema de la priorización estratégica del Plan Nacional de Turismo	130
Figura 5: Esquema de los Componentes de la Política Pública de El Salvador	131

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Exportaciones mundiales de bienes y servicios. 2003	33
Cuadro 2: Porcentaje de participación del arribo de turistas internacionales por región. 1950 - 2000	37
Cuadro 3: Ranking por país de llegadas de turistas internacionales (en millones)	40
Cuadro 4: Ranking por país de ingresos por turistas internacionales (en billones US\$)	41
Cuadro 5: Origen de turistas por regiones (en millones)	43
Cuadro 6: Ranking por país de gastos por turistas internacionales (en billones US\$)	44
Cuadro 7: Llegada de turistas por regiones de América en miles. 1990 – 2003	47
Cuadro 8: Número de llegadas de turistas por país. 1990 – 2003	48
Cuadro 9: Tasa promedio anual de crecimiento de llegada de turistas	49
Cuadro 10: Ingresos recibidos por llegada de turistas por país. 1990 – 2003. En US\$	51
Cuadro 11: Importancia del Turismo respecto del PIB por países. 2000	52
Cuadro 12: Empleos directos e indirectos generados por el turismo en Centroamérica. 2000	53
Cuadro 13: Regiones emisoras de turistas hacia El Salvador. 1995-2004	56
Cuadro 14: Llegada de turistas según región y vía utilizada. 2004	58
Cuadro 15: Evolución de la participación de los ingresos turísticos en el PIB. 1995-2004	62
Cuadro 16: Evolución histórica del número de hoteles y habitaciones disponibles. 1992-2004	63
Cuadro 17: Número de hoteles y habitaciones por departamento. 2004	64

Cuadro 18: Socios de CASATUR, por tipo y número	74
Cuadro 19: Estructura capitular de la Ley de Turismo	91
Cuadro 20: Atribuciones y competencias del Ministerio de Turismo, CORSATUR e ISTU	96
Cuadro 21: Derechos de embarque a la salida de aeropuerto	101
Cuadro 22: Pago por servicio de alojamiento	102
Cuadro 23: Porcentaje de participación de visitantes por zona de emisión. Estimado 2005 y proyectado 2014	127
Cuadro 24: Porcentaje de participación de turistas por motivo de visita. Estimado 2005 y proyectado 2014	128

Tesis de Postgrado

ANÁLISIS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DE
EL SALVADOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LA
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

INTRODUCCIÓN

Es una constante en la actualidad considerar al turismo como un elemento generador de cuantiosos ingresos económicos, fuente de un considerable número de empleos y un mecanismo para la preservación del patrimonio cultural, natural y arquitectónico de los pueblos.

Para su desarrollo, la industria turística requiere sostenerse sobre bases legales e institucionales que brinden seguridad, estabilidad, apertura e igualdad de condiciones para todos aquellos actores de la sociedad interesados en participar de la actividad turística, ya sea como proveedores del servicio o como receptores del mismo. Estas bases, a su vez, devienen de la construcción, consolidación y ejecución de políticas públicas que deben caracterizarse por la coherencia y sistematización de las acciones que las conforman.

Se vuelve así necesario el conocimiento y entendimiento de los elementos constitutivos y los actores participantes en la elaboración de la política pública destinada a incidir específicamente en el desarrollo del turismo como elemento generador de riqueza. Es por ello que la investigación que se presenta a continuación, plantea el estudio de la industria turística en El Salvador desde una visión poco abordada en nuestro entorno: el de la administración pública.

El capítulo I contiene información asociada al problema de investigación, exponiendo los antecedentes de la industria turística en El Salvador y el planteamiento de la situación problemática. Además, refleja los objetivos perseguidos en el estudio y las preguntas que lo rigen, la justificación para llevar a cabo este tipo de investigación y la viabilidad del mismo partiendo de la disponibilidad de recursos.

Se presenta en el capítulo II los fundamentos teóricos-conceptuales que sustentan la investigación. El marco teórico está centrado en dos aspectos

relevantes: uno asociado al proceso de formulación de las políticas públicas, y otro enfocado a la teoría turística.

El capítulo III contiene detalladamente el enfoque bajo el cual se guía la investigación y el alcance de la misma. Tanto el enfoque como el alcance elegidos justifican la selección de hipótesis, el diseño seguido y las unidades de análisis a partir de las cuales se obtienen los datos y sobre las cuales versa la interpretación de estos.

El capítulo IV está compuesto por tres apartados principales: el primero muestra datos estadísticos que permitan al lector la comprensión del estado actual de la industria turística en el mundo a través de información asociada al flujo de turistas, los principales países receptores y emisores, y los ingresos generados por esta actividad.

El segundo aporta datos estadísticos para el conocimiento de la situación del sector turístico en Centroamérica a través de información relevante sobre el origen de los visitantes, los gastos que éstos realizan, el turismo interregional y la importancia de esta industria en el desarrollo económico de los países del istmo.

El tercer apartado presenta de forma detallada datos estadísticos sobre la situación actual de la industria turística salvadoreña, su aporte a la economía nacional, el origen de los turistas, los motivos de viaje y la oferta hotelera.

En el capítulo V se detallan todos aquellos actores y/o grupos de interés involucrados en el desarrollo turístico nacional, presentándose además las interrelaciones existentes entre ellos.

En el capítulo VI se desarrolla un análisis de cada uno de los elementos relevantes de la Ley de Turismo, haciendo énfasis en sus incentivos, sanciones

y entes responsables de su aplicación. Además, son abordados los componentes más relevantes de otros cuerpos normativos relativos al turismo y que aún poseen vigencia dentro de la legislación nacional.

El capítulo VII expone una evaluación de todos aquellos elementos constitutivos de la Política Pública de Turismo, sus principios rectores, objetivos, áreas de interés y líneas estratégicas.

En cuanto al capítulo VIII, este posee una serie de conclusiones que son producto del proceso de investigación sobre el tema escogido y, partiendo de éstas, se presentan un conjunto de recomendaciones asociadas a la administración pública del sector turístico de El Salvador.

Para finalizar, en el Anexo 1, se transcribe el texto completo de la recientemente aprobada Ley de Turismo.

Capitulo I

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes de la Industria Turística en El Salvador

Para el análisis de los antecedentes del turismo en El Salvador, se dividirá el tiempo en los siguientes períodos: Década de 1960; Década de 1970; El Conflicto Armado (1980-1991); y Los Acuerdos de Paz (1992).

1.1. Década de 1960

Se considera esta década como el punto inicial del análisis debido a que es en este momento cuando se logra alcanzar una organización sistemática de la actividad turística, creándose además una serie de instituciones oficiales con la finalidad de la promoción y desarrollo del sector (Moreno, 1998:15).

El turismo, como actividad organizada, nace en el país en un ambiente de relativa bonanza económica y estabilidad política y social; esto se debió en gran parte al fortalecimiento del proceso de integración económica centroamericana que registró un importante crecimiento en el comercio intrarregional pasando de US\$ 32.6 millones en 1960 a US\$ 251.9 millones en 1968¹. Se realizan importantes mejoras en infraestructura de comunicaciones con la construcción del Aeropuerto Internacional de Ilopango y ampliaciones a la red vial.

En el aspecto financiero se logra contar con líneas de crédito destinadas al fomento de la inversión turística a través del Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva. Dicho fondo se crea en 1966 pero su impacto fue muy poco significativo porque para 1969 la oferta de habitaciones disponibles alcanzaba la pequeña cantidad de 320.

¹ Vértice. “Centroamérica, una sola nación”. El Diario de Hoy, El Salvador. 25 de Septiembre de 2005.

En cuanto a las instituciones oficiales, nace en 1961 el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), cuyas principales atribuciones eran: elaboración de proyectos destinados al fomento y desarrollo del sector turístico; regulación de empresas turísticas; manejo del patrimonio nacional; y presentación de informes y estadísticas sobre la evolución del sector.

La institucionalidad se ve reforzada por la emisión en 1967 de la Ley de Fomento de la Industria Turística, la cual brindaba una serie de incentivos fiscales para las empresas interesadas en invertir en actividades turísticas.

A pesar de los aspectos anteriores, el turismo como actividad se desarrolló como un complemento de la economía agroexportadora y de la naciente industria; y por lo tanto, se careció de lineamientos y políticas públicas estratégicas diseñadas específicamente para el desarrollo del turismo.

1.2. Década de 1970

Durante esta década, el turismo en El Salvador logra despuntar. Se construyen más hoteles en San Salvador y otro en el Cerro Verde, incrementándose así la oferta de habitaciones. El turismo se visualiza en este periodo como una actividad generadora de divisas y empleo. Algunos factores que resultaron clave para el despegue fueron:

- a. Se define una estrategia de mercado para el posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa. Dicha estrategia se enfocó primordialmente al mercado estadounidense.
- b. Se establecen como área prioritaria para el desarrollo turístico la zona costera del Estero de Jaltepeque en la Costa del Sol, edificando para tal fin hoteles con la categoría de lujo, tales como el Pacific Paradise, Tesoro Beach, entre otros.

- c. Modernización de carreteras del país y construcción del Aeropuerto Internacional en Comalapa. (Moreno, 1998:16)

El declive de la actividad se inicia en 1979 con el comienzo de la crisis política y la escalada violenta que conllevó al surgimiento de la guerra civil. La prensa internacional se encargó de difundir las imágenes de la situación beligerante en la que caía el país y este fue declarado como peligroso para los turistas, “la afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás; en 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años” (Moreno, 1998:17).

1.3. El Conflicto Armado (1980 – 1991)

Durante este periodo, los únicos visitantes extranjeros que llegaban a El Salvador estaban vinculados al conflicto armado: periodistas, asesores militares (tanto de derecha como de izquierda), funcionarios de organismos internacionales, entre otros. Las solicitudes de visa eran revisadas estrictamente para evitar el ingreso de simpatizantes de los movimientos de izquierda y se establecieron sendas advertencias para prescindir acudir al país. Simplemente El Salvador desapareció del mapa turístico internacional.

El estancamiento en inversión turística y la disminución de la oferta de habitaciones logró beneficiar a los pocos hoteles que seguían en funcionamiento. Destaca en este aspecto el Hotel Camino Real que, debido a su seguridad, fue escogido para albergar a la prensa internacional y a todos aquellos visitantes mencionados en el párrafo anterior (Moreno, 1998:17).

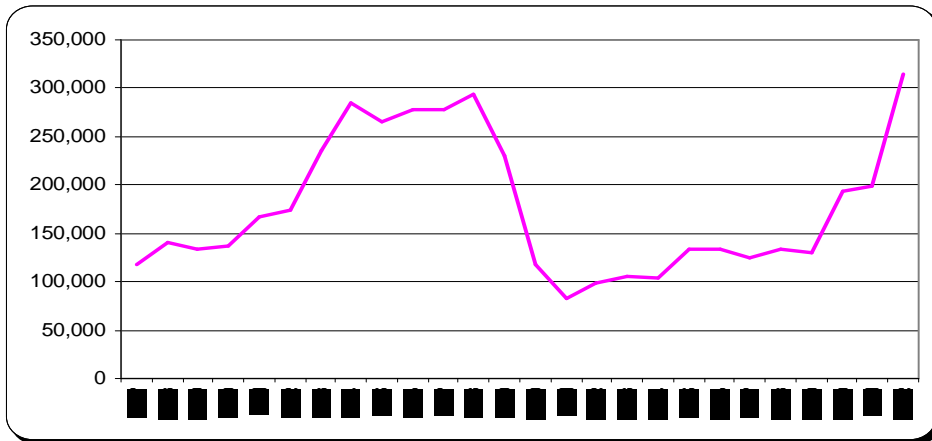
1.4. Los Acuerdos de Paz (1992)

Con la finalización del conflicto armado y la firma de los Acuerdos de Paz en enero de 1992, se experimenta un fuerte incremento en el flujo de visitantes,

conformados particularmente por observadores internacionales interesados en el trascendental momento que vivía el país.

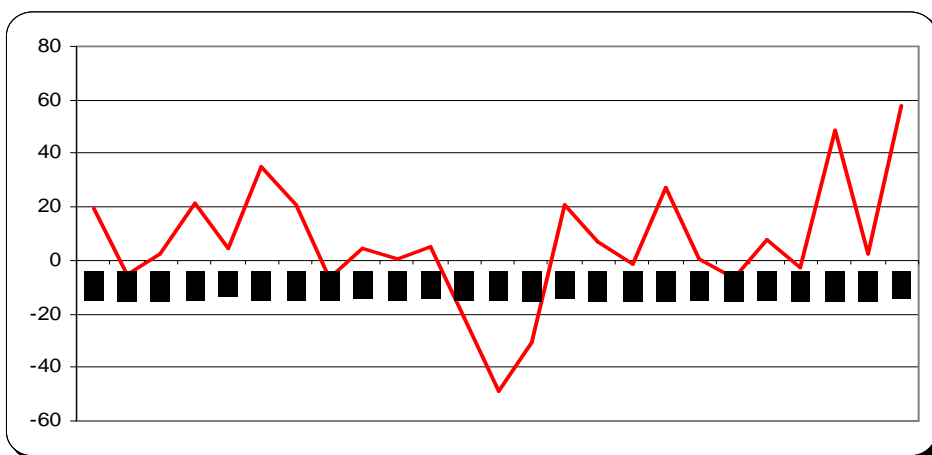
Este incremento en los visitantes reavivó las esperanzas de crecimiento del sector y surgieron algunas empresas relacionadas con esta actividad. A pesar de ello, fueron pocos los esfuerzos destinados para la consolidación del país como destino turístico, debido principalmente a que las prioridades de las políticas públicas estaban enfocadas en la consolidación democrática, la reconstrucción de la infraestructura económica y la reconciliación de la sociedad (Moreno, 1998:17-18).

Gráfico 1: Serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1967 - 1992



Fuente: Corporación Salvadoreña de Turismo

Gráfico 2: Tasa de variación de la serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1967 - 1992.



Fuente: Corporación Salvadoreña de Turismo

2. Planteamiento del Problema

La pretensión de que el turismo se convierta en un instrumento eficaz y sostenible que contribuya al desarrollo económico y social de El Salvador, presupone la existencia de la voluntad concertada de una serie de actores y grupos de interés de la vida nacional; pero esta voluntad no es suficiente en sí misma, si no existe una decidida acción por parte del Estado en la promoción y desarrollo del turismo, dotándole de un entorno estable y propicio para su crecimiento.

Durante años, el Estado salvadoreño no ha logrado proveer una adecuada estructura institucional pública que facilite el accionar de los actores involucrados en la actividad turística; además, la normativa existente ha carecido de coherencia y de poca aplicabilidad práctica, lo que ha limitado enormemente el adecuado funcionamiento del mercado turístico, condiciones que no han permitido garantizar la transparencia, seguridad y un adecuado acceso a la información por parte de los involucrados en el sector.

A pesar de ser el Estado el llamado a asumir un papel protagónico en la formulación de políticas públicas que fomenten el desarrollo del turismo, éste no siempre ha mostrado un genuino interés en su fomento. El aparente desinterés de las autoridades públicas en la industria turística ha estado generalmente marcado por particulares condiciones histórico-políticas acaecidas en el país como lo fue la escalada de violencia durante la década de los ochenta, o bien porque otras industrias, como la maquila textil, acapararon la atención de los planificadores de la política económica como ocurrió durante los años noventa.

El accionar del Estado ha debido enfocarse, para tratar de facilitar el desarrollo del turismo en El Salvador, en una serie de acciones que lamentablemente no se llevaron a cabo con la profundidad necesaria, a saber:

- Desarrollar actividades de promoción del país como destino turístico a través de la creación y posicionamiento de una “marca país”. Las imágenes de la guerra civil persisten al momento de referirse a El Salvador, esta imagen tampoco se ve beneficiada por los crecientes índices de delincuencia social que se viven actualmente. Los recursos destinados a la promoción turística del país han sido, en ocasiones, inexistentes.
- Coordinar las actividades de la industria turística como un ente regulador de las relaciones entre los agentes económicos, garantizando el buen funcionamiento de los mercados. Para tal efecto se crearon instituciones como el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) o la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), pero las limitantes presupuestarias y la poca colaboración e interacción institucional incidieron en los pobres resultados obtenidos.
- Fomentar las actividades turísticas a través de un apoyo decidido a toda aquella empresa de carácter turístico, que sin importar su tamaño, esta interesada a incursionar en el sector. Las pequeñas empresas interesadas en participar de la industria turística nacional han carecido del apoyo técnico, legal, financiero y logístico para su establecimiento, funcionamiento y crecimiento de sus negocios; sin mencionar que los incentivos para las mismas han sido prácticamente inexistentes.
- Desarrollo de una cultura enfocada hacia la sociedad que transformen sus prácticas hacia la venta turística de sus localidades. Han sido pocos y dispersos los casos exitosos de sitios o regiones que han alcanzado niveles de desarrollo y aprovechamiento turístico de sus recursos. En general, estos recursos carecen de adecuada protección, tanto de los gobiernos locales como de los habitantes, lo que acelera su deterioro y rápidamente pierden atractivo como destinos turísticos.

Las consideraciones anteriores develan el enunciado de la problemática que se plantea en esta investigación, la cual consiste en sostener lo siguiente:

El bajo nivel de desarrollo en materia turística que refleja El Salvador respecto de sus vecinos centroamericanos, hace evidente la necesidad de que el país cuente con una política pública para el desarrollo del turismo, que logre establecer una serie de acciones y lineamientos prioritarios para alcanzar impactos positivos en el corto y mediano plazo, con el único propósito de lograr el desarrollo del sector en beneficio de amplios segmentos de la sociedad.

No contar con la participación coordinada, sistemática y decidida de todos los agentes económicos involucrados en cada una de las fases productivas del sector, así como de todas aquellas instituciones públicas relacionadas con este tipo de actividades, inciden de manera negativa en las perspectivas de crecimiento de la industria turística de El Salvador.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Presentar un análisis, desde la perspectiva de la Administración Pública, de cada uno de los elementos constitutivos de la Política Pública de Turismo de El Salvador, a partir de un estudio de las tendencias actuales de este sector en el país, su funcionamiento, normativa legal, sus principales actores (tanto públicos como privados) y su impacto económico y social.

3.2. Objetivos Específicos

1. Mostrar la situación actual del turismo, sus tendencias e impacto en el desarrollo económico de las sociedades, tanto a nivel mundial, centroamericano como en el caso particular de El Salvador.

2. Detallar los actores y grupos de interés que intervienen en el sector turístico salvadoreño, develando las relaciones existentes entre los mismos.
3. Realizar un estudio sistemático y analítico de los principales componentes de la Ley de Turismo de El Salvador.

4. Preguntas de la Investigación

Partiendo de los objetivos anteriormente planteados, las interrogantes que guiaron la investigación se enuncian así:

1. ¿Cuáles son los elementos que integran la Política Pública de Turismo de El Salvador?
2. ¿Cuál es la situación actual del turismo en el mundo, Centroamérica y El Salvador, partiendo de datos estadísticos sobre el turismo emisor y receptor y los ingresos generados por esta actividad?
3. ¿Cuáles son los principales grupos de interés y actores involucrados en la industria turística salvadoreña y el peso de su incidencia en la formulación de la política pública?
4. ¿Cuáles son los componentes de la Ley de Turismo, sus incentivos, sanciones, recursos y responsables de su aplicación?

5. Justificación

La injerencia del Estado en el desarrollo del sector turístico nacional se justifica por la misma razón de ser de la administración pública, la cual consiste en buscar el aprovechamiento y explotación de los recursos con que cuenta el país con el objetivo de crear riqueza, establecer formas de distribuirla y de esa manera alcanzar el bienestar de su población.

Esta intervención de la administración pública en el ámbito turístico se formaliza y concretiza a través de la elaboración de la política pública destinada a este sector con el objeto de cubrir sus necesidades de crecimiento y desarrollo.

Mundialmente se acepta que el turismo contribuye al combate de la pobreza y a la generación de riqueza; además fomenta el respeto y conservación del patrimonio natural, arqueológico y cultural de los pueblos.

En la actualidad el Estado y la sociedad en su conjunto están reconociendo el enorme potencial de contribución que el turismo tiene para aportar al desarrollo económico y social del país.

En tal sentido, el Plan de Gobierno de la actual administración contempla al turismo como: “uno de los elementos a los que se apuesta como motor dinamizador de la economía en el país, basado en el gran potencial de generación de empleo; como promotor del ser humano y desarrollador de sus comunidades por la facilitación que permite recuperar la identidad, el orgullo y la autoestima y como factor de estabilización política y de gobernabilidad al resaltar los puntos comunes y hacer manejables las diferencias de intereses, que tienen las actividades propias del sector”².

Los elementos mostrados en los párrafos anteriores, justifican ampliamente el contenido de la investigación aquí planteada. El desarrollo turístico de El Salvador se ha convertido ahora en prioridad estratégica nacional y por lo tanto, es esencial contar con estudios sobre este sector desde la óptica de la administración pública, que permitan una exploración y descripción de la política pública establecida para tal fin.

² Plan de Gobierno 2004-2009 “País Seguro”. El Salvador.

6. Viabilidad

Llevar a cabo este estudio resultó viable. Se encontraron disponibles recursos financieros para tal fin; el recurso humano, además de contar con conocimientos específicos sobre metodología de investigación, formulación de políticas públicas y teoría turística, dispuso del tiempo que requiere un trabajo de esta índole y, lo que es importante, se encuentra comprometido con la misma, además de haber establecido claramente los objetivos buscados.

Los recursos materiales también se encontraron disponibles. Existe abundante literatura sobre metodología de investigación y teoría turística. A pesar de que la literatura en lengua castellana sobre políticas públicas no es tan amplia como la existente en lengua inglesa, la que si se encuentra disponible provee los elementos teóricos y conceptuales suficientes como para sustentar un estudio de esta naturaleza.

Capítulo II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Los principios y postulados teórico-conceptuales que sustentan esta investigación se presentan en este capítulo bajo dos vertientes principales: la primera esta centrada en la elaboración de las políticas públicas y los enfoques o visiones que la literatura actual sobre el tema ha esbozado para su análisis; la segunda, gira entorno a la teoría turística mostrando su conceptualización, objetivo, fines y elementos que la integran.

1. El Proceso de Elaboración y Formulación de Políticas Públicas: Un Enfoque Analítico-Científico o un Enfoque Político-Estratégico

El diseño y elaboración de políticas públicas es una tarea en extremo compleja; la administración de las mismas conlleva a una creciente multiplicación de funciones que a su vez utiliza una serie de mecanismos formales e informales en la persecución de sus objetivos y metas.

Los procesos de toma de decisiones en las políticas públicas no son más que el resultado de múltiples interacciones en la que convergen muchos actores de manera simultánea tales como funcionarios políticos, académicos, grupos de interés, expertos, medios de comunicación, etc. Estas interacciones no se encuentran exentas de conflictos de intereses entre los grupos involucrados, conflictos que se muestran en los diferentes puntos de vista para solventar el problema planteado, la manera en que se racionalizan los recursos o por las diferentes perspectivas de evaluación de la situación problemática.

Para el entendimiento del proceso de elaboración de las políticas públicas es necesario lograr determinar y comprender las características de sus

participantes, el o los momentos de su participación, sus roles, nivel de autoridad e influencia así como la manera en que se relacionan unos con otros.

Un método popular para lograr comprender la complejidad de la elaboración de políticas públicas es el que consiste en: “separar la elaboración de políticas públicas en sus distintas fases y después analizar cada una de ellas. Primero se estudia cómo aparecen los problemas y se recogen en la agenda de decisiones del gobierno sobre políticas públicas, luego se estudia cómo la gente plantea los temas para la acción, cómo proceden los legisladores, cómo luego los funcionarios implementan las decisiones y finalmente cómo se evalúan las políticas” (Lindblom, 1991:11).

Es importante señalar que este proceso de elaboración de políticas públicas es muy complejo y sus límites son inciertos; el alcance de este proceso es dar una explicación parcial sobre cómo el gobierno persigue los objetivos que se ha planteado más no logra explicar el por qué del planteamiento de esos objetivos.

Las perspectivas de la población juegan un papel relevante en la formulación de políticas públicas y es en estas perspectivas en las que se visualiza una nueva contradicción: por una parte “la gente quiere que las políticas estén bien informadas y sean bien analizadas. Por otro lado, se quiere que sea democrática y necesariamente política. En otras palabras por un lado se quiere que las políticas sean más científicas, por otro se pretende que permanezcan en el mundo de la política” (Lindblom, 1991:20).

Vemos aquí un conflicto entre el análisis científico y el análisis político, lo que no debe impedir que estos puedan llegar a complementarse cuando de formular políticas públicas se refiere.

Cuando las políticas se deciden sobre una base enteramente analítica, es porque una investigación seria ha develado un conjunto de razones sustentables

que permiten elegir una política sobre otra; en cambio, cuando la elección o decisión se basa en criterios políticos es porque para ello se han empleado mecanismos para ejercer control, influencia o poder sobre otros.

Aún así, basarse únicamente en el análisis científico plantea una serie de limitantes que pueden solventarse en parte a través de la política, estas limitaciones son:

- a. El análisis científico puede fallar: esto proviene de la limitada capacidad de conocimientos que posee el ser humano y de lo complejo que se tornan las políticas.
- b. Es incapaz de resolver conflictos de valores e intereses: no puede éste señalar cuál es aquella política pública indiscutiblemente buena para todos y lamentablemente no puede someterse a votación todas y cada una de las decisiones gubernamentales para determinar esa política.
- c. A veces puede tornarse lento y costoso: esperar a que se conozca la totalidad de los datos para tomar decisiones puede llegar a ser contraproducente; existen decisiones que deberán tomarse a partir de análisis elementales de la situación.
- d. Carece de la posibilidad de decir qué problemas son los que deben afrontarse: esto se debe a que, por lo general, los tomadores de decisiones de políticas públicas identifican y/o formulan los problemas antes de enfrentarse a problemas dados. Por otra parte, el consenso necesario para afrontar esos problemas deviene más de la política que del análisis científico.

Entonces, partiendo de las limitantes expuestas anteriormente, muchos de los problemas que plantea la formulación de políticas públicas se resuelven a través de las interacciones de los actores participantes. Esta interacción puede volverse una alternativa viable al análisis científico debido a que en algunas ocasiones puede alcanzar soluciones que éste último no puede. Por otra parte, el análisis

científico no es una alternativa a la política, sino que se convierte en un elemento indispensable de ella.

Las formas de interacción que más frecuentemente se utilizan para resolver los problemas planteados por la elaboración de las políticas públicas son la delegación y la negociación. En la primera se “delega” en algún cargo público la responsabilidad de la toma de decisiones sobre política y en la segunda las partes interesadas buscan llegar a un punto de convergencia de mutuo beneficio.

Un aspecto de gran relevancia en políticas públicas es la atracción de otras personas o grupos de interesados a la postura planteada. El análisis científico permite atraer a otros involucrados hacia esa postura y además ayuda a clarificar las decisiones que llevaron a su establecimiento, pero es la persuasión el método más poderoso para tales fines.

“Gran parte de la persuasión funciona mediante la simple repetición del mensaje o mediante actos espectaculares o cualquier otra manera de eliminar los juicios críticos. Pero, por otro lado, mucho de ello se basa en el análisis (científico)” (Lindblom, 1991:44).

Cuando se hace uso del análisis como instrumento de persuasión en las interacciones políticas, éste se denomina análisis partidista. Evidentemente, éstos utilizarán los recursos del análisis para impulsar y validar sus intereses.

Entonces, partiendo de los elementos planteados en los párrafos anteriores, se tiene ahora dos visiones claramente definidas sobre cómo las sociedades pueden resolver sus problemas de políticas públicas, a saber:

- a. Una que hace mayor énfasis en el análisis científico como una alternativa a la política; y

- b. Una que presenta al análisis científico como parte de la interacción política.

Así, la visión basada en un proceso analítico establece que los pasos para la formulación de la política pública coinciden con los pasos que se siguen en una investigación científica. Basta entonces con lograr identificar y formular el problema de manera cuidadosa y detallada para proceder al estudio de las posibles soluciones al mismo, examinando además soluciones alternativas que permitan llegar a una elección final para la solución del problema planteado inicialmente. Se establece entonces un método para la elaboración de políticas públicas más orientado al ejercicio científico – intelectual que a un proceso de índole política.

La segunda visión en cambio, establece que el análisis se encuentra subordinado a la interacción política y éste deberá simplificarse a través de todas las formas posibles con un proceder orientado por la “prueba y error” más que por la comprensión completa del proceso.

Aquí se establece que la formulación de las políticas públicas debe ser responsabilidad de una pluralidad de actores, particularmente analistas y tomadores de decisiones públicos que interactúan entre sí. Además, “un buen proceso de elaboración de políticas públicas exige además que cada participante confronte una variedad de desafíos, e incluso que cada hecho o dato argumentado se sujete o sea sometido a prueba” (Lindblom, 1991:49).

En esta visión las libertades civiles son esenciales en la medida que es la sociedad misma la que debe buscar las “buenas” políticas públicas a través de la competición de ideas, que por supuesto, ocurre en un contexto de análisis partidista; esto es así porque en la búsqueda de los hechos y argumentos que sustenten los intereses partidistas se logra impulsar la búsqueda de la verdad,

sin olvidar que en ocasiones, la comprensión partidista de los hechos y argumentos puede llegar a oscurecer la comprensión de la sociedad.

Entonces, se puede afirmar que: “dado que en el mundo real los análisis no son muy convincentes para el establecimiento de las políticas, la gente interacciona entre sí para ejercer influencia, control y poder sobre los demás” (Lindblom, 1991:57).

Es claro que ambas visiones no logran impedir el surgimiento de complicaciones en la elaboración de las políticas públicas que devienen, particularmente en los sistemas democráticos, de un mayor número de tomadores de decisiones de políticas, requiriendo por lo tanto muchas interacciones y arreglos gubernamentales para la consecución de la cooperación entre ellos.

Por otra parte, no siempre esta clara la vinculación entre los deseos de los ciudadanos y el diseño de la política pública para atender esos deseos. Esto dificulta la asignación de responsabilidades a un actor en particular cuando los objetivos de la política no son alcanzados, generando así un sentimiento de impotencia en los ciudadanos en cuando a su nivel de participación en la solución de sus problemas.

2. Teoría Turística

Turismo es la práctica de viajar por placer o por negocios a otros lugares o poblaciones dentro del mismo país o en el extranjero, sin la intención de adquirir un trabajo remunerado.

El turismo es una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales.

Su objetivo último consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana³.

Los fines del turismo son:

- a. La realización plena del ser humano.
- b. La igualdad de los pueblos.
- c. La originalidad y el afianzamiento de las culturas y de los pueblos.
- d. Una contribución cada vez mayor a la educación.
- e. La liberación del ser humano, respetando su identidad y dignidad.

La base central del turismo es la necesidad humana de integración con su entorno. De tal manera que el turismo es un fenómeno de carácter pluralista donde se integran:

- a. La parte anímico - sentimental del individuo.
- b. La atracción física del entorno.
- c. La ansiedad humana de compartir emociones.
- d. El deseo del conocimiento.
- e. El empleo del tiempo libre y del ocio.

La correcta integración de los elementos anteriores conllevan a:

- a. Un mejoramiento de la calidad de vida.
- b. Una mayor integración humana.
- c. Un mayor conocimiento de la variedad cultural.
- d. Una alternativa de desarrollo técnico, económico y social para los países.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha identificado los efectos positivos de esta industria señalando que “el turismo es riqueza para la persona, para la

³ Declaración de Manila. 10 de septiembre de 1980. Manila, Filipinas.

familia, para la comunidad y para el mundo entero”⁴. Estos beneficios se encuentran en las siguientes áreas específicas⁵:

- a. Economía: la OMT calcula que durante el año 2005 los gastos por turismo internacional fueron aproximadamente de US\$ 800 mil millones, cifra que para el 2020 se espera duplicar. A nivel mundial los ingresos procedentes del turismo han superado a lo registrado en otras industrias como el petróleo, textiles, automotriz, electrónica y agricultura. Además los gobiernos nacionales y locales reciben recursos provenientes de los impuestos que pagan los establecimientos y empresas turísticas, tasas portuarias, entradas a parques y otras atracciones, así como los impuestos aplicados a las ventas y el consumo.
- b. Empleo y Empresas: se estima que en el sector turístico se crean empleos a una velocidad 1.5 veces mayor a la registrada en cualquier otra industria. La creación de puestos de trabajo es directa en sectores como las empresas y agencias de viajes, hoteles y alojamientos, restaurantes y transportes; son indirectos en actividades como el comercio, agricultura y manufacturas; e inducidos en servicios, red vial y telecomunicaciones. El mayor número de empleos turísticos generados en el mundo se encuentran dentro de pequeñas y medianas empresas.
- c. Comercio: cerca de una cuarta parte del turismo total que se genera en el mundo corresponde a viajes de negocios, estableciéndose así conexiones entre mercados y agentes de comercio. El turismo representó en 2005 el 40% del comercio mundial de servicios y el 6% del comercio mundial total.
- d. Comunidades y zonas rurales: el turismo facilita y promueve el reforzamiento de las identidades culturales a través de la protección y conservación del patrimonio histórico y natural de las localidades y por el aliento a sus tradiciones. Con el establecimiento de inversiones turísticas

⁴ Organización Mundial de Turismo (OMT). “El Turismo es Riqueza”, campaña mundial sobre las comunicaciones en el turismo. Madrid, España. Febrero de 2004.

⁵ “El Turismo es Riqueza”

Véase: http://www.world-tourism.org/newsroom/key/sp/pdf/tourism_enriches_esp.pdf; y <http://www.world-tourism.org/newsroom/key/sp/pdf/benefits.pdf>

- en regiones de menor desarrollo se logra la expansión de la infraestructura y un mejoramiento en las instalaciones de servicios básicos; esto contribuye a equiparar las oportunidades económicas en las zonas rurales convirtiéndose así en un estímulo para la permanencia de sus habitantes, disminuyendo así los flujos migratorios hacia los grandes centros urbanos.
- e. Infraestructura: los emprendimientos y proyectos de desarrollo turístico traen aparejados en muchas ocasiones la construcción o mejoramiento de carreteras, puertos, aeropuertos, sistemas de alcantarillados y tratamiento de aguas, restauración del patrimonio cultural y físico de las poblaciones involucradas, entre otros.
 - f. Paz y entendimiento: las actividades turísticas permiten el establecimiento de contactos directos entre personas con diferentes creencias religiosas, costumbres y valores culturales, permitiendo así el reconocimiento de la diversidad, la práctica de la tolerancia y la construcción de la confianza mediante un comportamiento responsable y respetuoso de visitantes y anfitriones.

Como actividad económica, el turismo se enmarca dentro del Sector Terciario en el cual se aglutinan todas aquellas actividades dedicadas a la distribución de bienes y servicios. Las razones por las cuales el turismo pertenece a este sector de la economía son:

- a. Es una actividad netamente de servicios y de prestación de los mismos.
- b. Tiene una tendencia creciente tanto en los recursos materiales como humanos.
- c. Cada vez más requiere una mayor tecnología de servicios.
- d. La sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado.

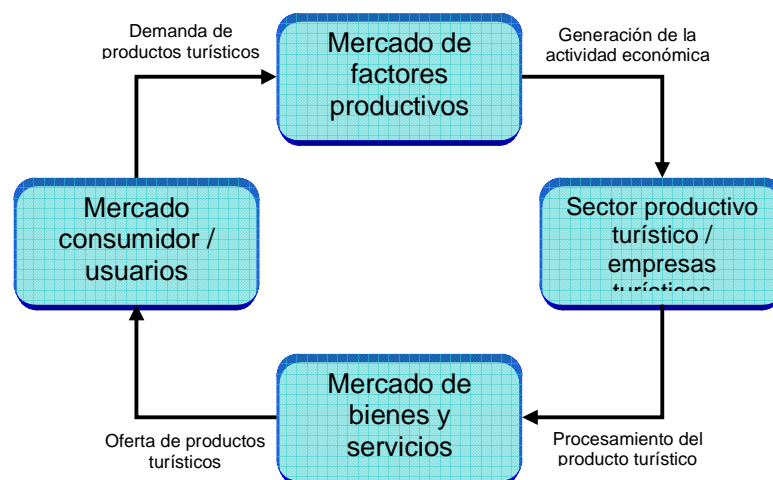
La teoría turística se vale del concepto del Flujo Circular de la Economía para mostrar sus interrelaciones y explicar su dinámica. Este concepto económico tiene dos componentes:

- a. El Flujo Real, describe las relaciones entre las unidades familiares (propietarias de los recursos) y las unidades de producción (movilizadoras de los recursos existentes).
- b. El Flujo Monetario, describe el proceso de generación del ingreso y del poder adquisitivo, así como su utilización y destino.

El Flujo Real de los servicios turísticos se inicia en el mercado de factores productivos, pasa al sector productivo turístico, donde se procesa el producto turístico por las empresas turísticas.

Luego, en el mercado de productos terminados se constituye la oferta del producto para finalmente terminar el flujo en el mercado consumidor, con el uso y aprovechamiento del producto turístico.

Figura 1: Flujo Real de los Servicios Turísticos



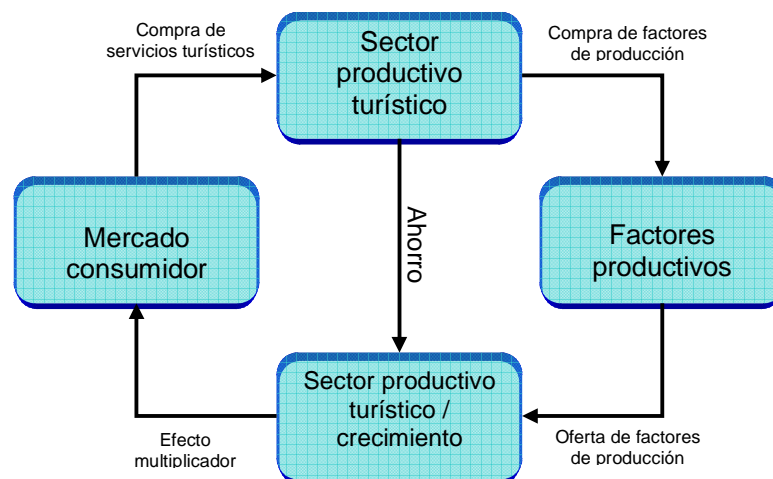
El Flujo Monetario de los servicios turísticos se inicia en el mercado del consumidor, cuando se cambia dinero por el uso del servicio turístico; los

ingresos por dicho concepto pasan al sector productivo turístico, el cual diluye dicho ingreso en dos direcciones:

- Primero, la de adquisición de factores productivos en el mercado de factores.
- Segundo, en el sentido del ahorro como elemento de inversión y crecimiento posterior.

Finalmente, el mercado de factores productivos proporciona capital, mano de obra y dirección a cambio de dinero, cerrándose el flujo, y reiniciándose nuevamente.

Figura 2: Flujo Monetario de los Servicios Turísticos



La actividad económica turística permite la captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso redistributivo de la riqueza y se convierte en satisfactor de necesidades psico-económico-sociales debido a la generación de empleo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que a su vez genera un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos en la totalidad de la economía.

Capitulo III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Enfoque

Existen dos enfoques principales sobre los que se realiza cualquier tipo de investigación:

- a. Cuantitativo, que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” (Hernández Sampieri, 2003:6).
- b. Cualitativo, el cual “utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, 2003:6).

Para efectos de esta investigación, el modelo utilizado fue el del Enfoque Dominante el cual “se lleva a cabo bajo la perspectiva de alguno de los enfoques, el cual prevalece, y el estudio conserva componentes del otro enfoque” (Hernández Sampieri, 2003:21). Partiendo de lo anterior, la investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo por la naturaleza misma del tema a investigar, sin que ello limitara la utilización de datos e información enteramente cuantitativa que permitiera enriquecer la presentación e interpretación de los resultados.

2. Alcance

En lo que respecta al alcance de la investigación, ésta contiene elementos tanto de los estudios exploratorios como de los estudios descriptivos⁶, por lo siguiente:

⁶ Hernández Sampieri, “Metodología de la Investigación”, 2003. Capítulo 5: Definición del alcance de la investigación a realizar.

- Es exploratoria porque examina al sector turístico de El Salvador desde una perspectiva de elaboración y formulación de política pública, perspectiva muy poco explorada en el ámbito de la administración pública salvadoreña.
- Por otra parte, es descriptiva porque la información recolectada sirve para determinar los principales aspectos asociados a la situación del turismo en el mundo, Centroamérica y El Salvador; así como describir los elementos más relevantes de la Política Pública de Turismo salvadoreña, la normativa legal, los actores y grupos de interés involucrados y las interrelaciones entre ellos.

Dado el enfoque y alcance previamente definidos, en esta investigación no se formulan hipótesis. El énfasis de este estudio no está centrado en la medición de las variables involucradas y la posterior determinación de relaciones causa-efecto; su eje central es el conocimiento, comprensión y descripción del tema de investigación.

3. Diseño

El diseño hace referencia a la estrategia para la obtención de la información necesaria para el desarrollo de la investigación; en tal sentido y por haberse definido ésta bajo un enfoque predominantemente cualitativo, el diseño seleccionado es el No Experimental que se define como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables”⁷.

En esta investigación se observan los elementos de la Política Pública de Turismo de El Salvador y otros aspectos relevantes que la rodean, tal y como se manifiesta en su contexto natural; es decir, no se construye ninguna situación

⁷ Ídem. Capítulo 7: Diseños de la Investigación.

que propicie la manipulación de variables, por el contrario, se observa el fenómeno en estudio para luego proceder a su interpretación, descripción y análisis.

Por haberse determinado previamente un alcance exploratorio y descriptivo de la investigación, el diseño de la misma está ampliado a un tipo Transeccional Exploratorio y Transeccional Descriptivo⁸, por lo siguiente:

- Es de tipo transeccional porque la recolección de la información esta centrada en un momento determinado, un tiempo único. La presentación de datos estadísticos se hace con la finalidad de reflejar tendencias y situaciones actuales y no para demostrar relaciones de causalidad.
- El componente transeccional exploratorio deviene de la necesidad de comenzar a conocer, en un momento específico, todos aquellos aspectos asociados al sector turístico salvadoreño y la formulación de la política pública diseñada para fomentar su desarrollo.
- Por otra parte, el componente transeccional descriptivo permite presentar un panorama del estado de la industria turística y de los elementos constitutivos de la política pública en un momento específico que conlleve a su descripción e interpretación.

4. Unidades de Análisis

Como ya se estableció anteriormente, el enfoque predominante en esta investigación es el cualitativo; por lo tanto, la muestra se compone por unidades de análisis que permiten la obtención y recolección de la información⁹.

⁸ Ídem.

⁹ Ídem. Capítulo 8: Selección de la Muestra.

Las unidades de análisis aquí seleccionadas son:

- El sector turístico salvadoreño (grupos de interés involucrados).
- La institucionalidad pública relacionada con el turismo.
- La normativa legal.

5. Recolección de Datos

Los instrumentos empleados para la recolección de los datos se detallan a continuación:

- Documentos y materiales escritos, especializados en teoría turística y formulación de políticas públicas.
- Estadísticas turísticas publicadas por organismos o instituciones especializadas en la materia.
- Documentos oficiales sobre la Política Pública de Turismo de El Salvador.
- Internet se convierte en una poderosa herramienta para la búsqueda de información relacionada con el tema investigado, siempre y cuando se tomen las consideraciones y cuidados necesarios en cuanto a la validez y relevancia de la información ahí mostrada.

Capitulo IV

DINÁMICA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

CAPITULO IV

DINÁMICA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

1. El Turismo en el Mundo

1.1. El Turismo y la Economía Mundial

Según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y de la Organización Mundial del Comercio (OMC), los ingresos por actividades turísticas representaron en 2003 aproximadamente un 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios.

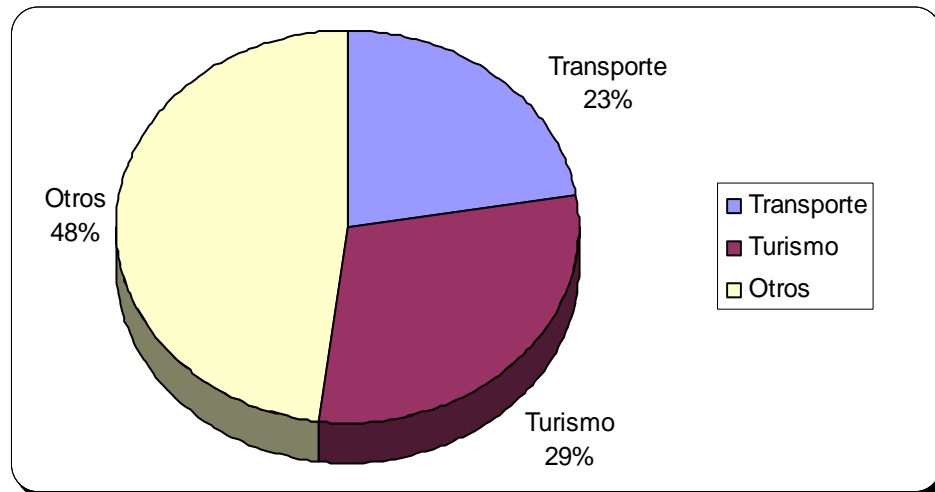
Cuadro 1: Exportaciones mundiales de bienes y servicios. 2003

	Billones de US\$	Porcentaje (%)
Bienes	7,294	80%
Productos Agrícolas	674	7%
Productos Minerales	960	11%
Manufacturas	5,437	60%
Otros	223	2%
Servicios	1,795	20%
Transporte	405	4%
Turismo	525	6%
Otros	865	10%
Total	9,089	100%

Fuente: OMT y OMC

Cuando se considera las exportaciones de servicios de forma exclusiva, puede observarse que el turismo aporta aproximadamente un 29% del total. La participación porcentual del turismo respecto de las otras cuentas incluidas en el sector servicios puede apreciarse mejor en el siguiente gráfico:

Gráfico 3: Participación porcentual del turismo en las exportaciones mundiales de servicios. 2003

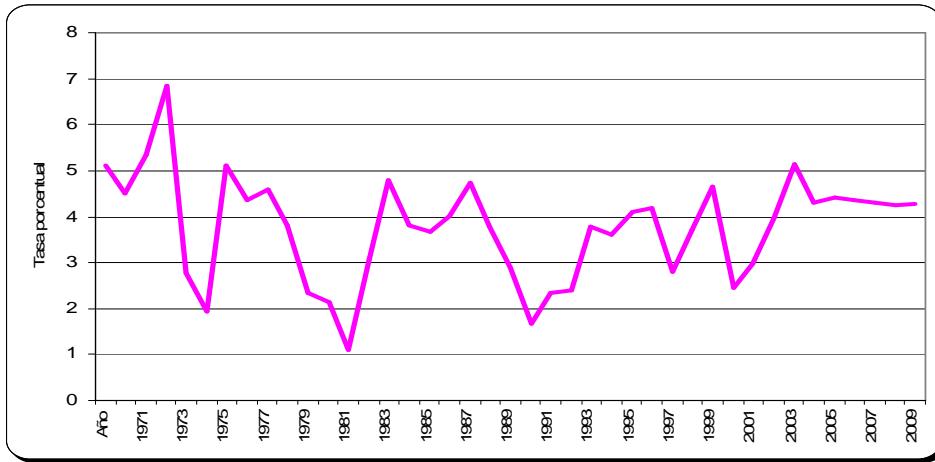


Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT y OMC

La demanda de turismo depende particularmente de las condiciones económicas imperantes en las sociedades. Cuando las economías crecen, los niveles de ingresos disponibles tienen, generalmente, la misma tendencia. Una parte de esos ingresos estará destinada a actividades típicamente turísticas, particularmente en el caso de economías emergentes. Por otra parte, un deterioro en las condiciones económicas dará lugar a una disminución en el gasto destinado a actividades turísticas.

Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), la tasa promedio de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial en el periodo 2000 – 2004 rondó el 3.8%; se estima, que para el periodo 2005 – 2010, esta tasa rondará el 4.3%. Sobre estos datos, la OMT estima que en los años en los cuales el desarrollo económico del mundo excede el 4%, el crecimiento del volumen de turistas tiende a ser más alto. En cambio, cuando el crecimiento del PIB se encuentra por debajo del 2%, el crecimiento del turismo tiende a ser incluso más bajo.

Gráfico 4: Tasa de crecimiento promedio del PIB mundial. 1970 - 2010

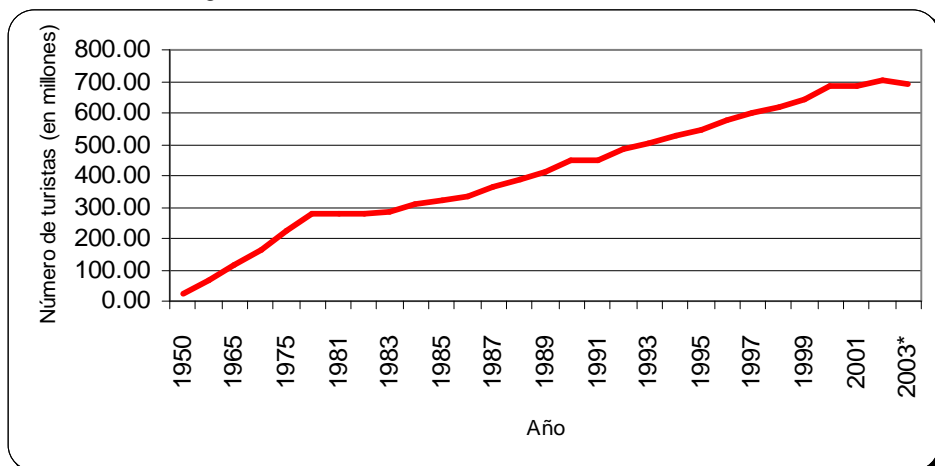


Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por el FMI

1.2. Llegadas de Turistas Internacionales

El crecimiento sustancial de la actividad turística alrededor del mundo marca claramente al turismo como uno de los fenómenos económicos y sociales más notables de los últimos años. El número de llegadas internacionales demuestra una evolución de 25.3 millones de llegadas internacionales en 1950 a 702.8 millones en 2004, correspondiente a una tasa de crecimiento promedio anual del 6.5%¹⁰.

Gráfico 5: Llegada de turistas internacionales a nivel mundial, 1950 - 2003

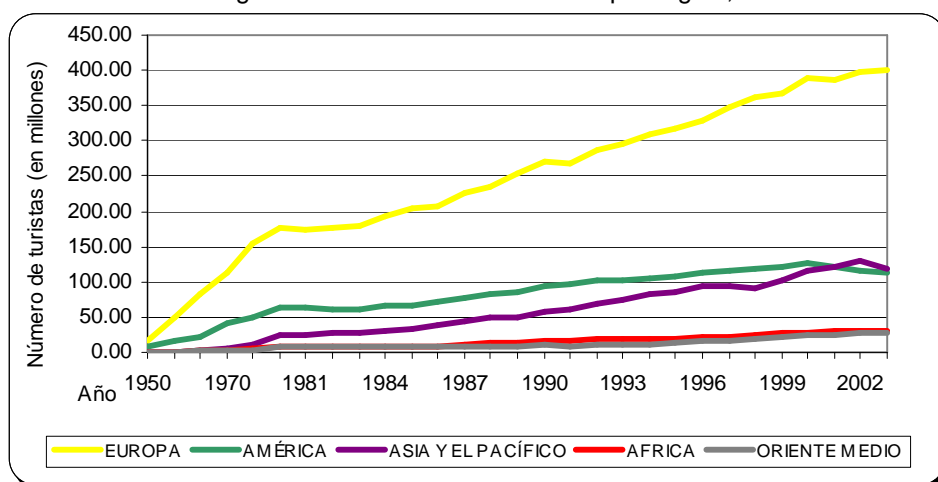


(*) Cifras preliminares. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

¹⁰ Organización Mundial de Turismo (OMT)

Si se observan los datos históricos de llegadas internacionales de turistas por región entre 1950 y 2000, Europa y América son las que reciben un mayor número de turistas internacionales. A partir de 2002, Asia y el Pacífico escalan al segundo lugar en el orden de preferencias de los turistas internacionales, relegando a América a un tercer puesto.

Gráfico 6: Llegada de turistas internacionales por región, 1950 - 2003



(*) Cifras preliminares. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

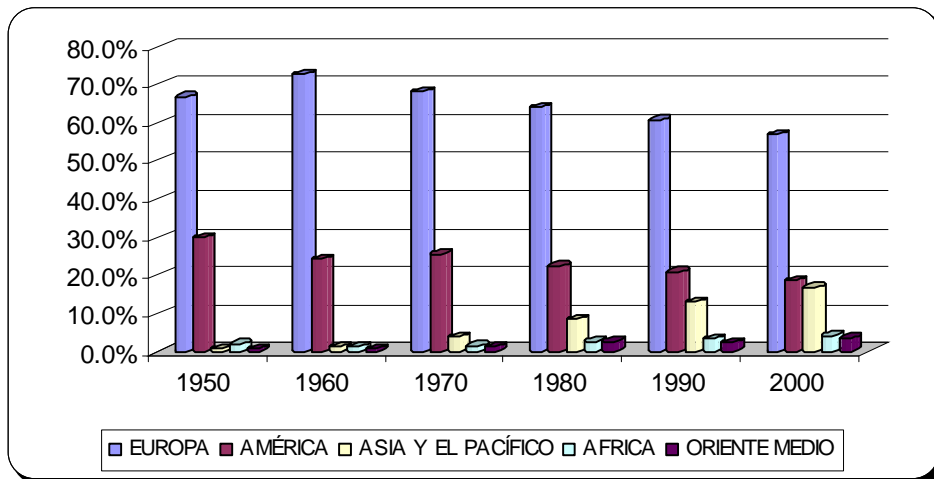
En promedio, Europa ha captado, del total de turistas internacionales entre 1950 y 2003, un 64.8%; América ha recibido en el mismo periodo un 23.5% del total mundial; Asia y el Pacífico un 7.3%, siendo esta la región que presenta las mayores tasas de crecimiento sostenido en la captación de turistas internacionales durante el periodo en estudio; África ha sido destino del 2.5% del turismo mundial y el Oriente Medio ha captado un 1.9%.

Cuadro 2: Porcentaje de participación del arribo de turistas internacionales por región.
1950 - 2000

Año	Europa	América	Asia y el Pacífico	África	Oriente Medio
1950	66.7%	29.8%	0.8%	2.0%	0.8%
1960	72.6%	24.1%	1.3%	1.2%	0.9%
1970	68.2%	25.5%	3.7%	1.4%	1.1%
1980	63.9%	22.4%	8.5%	2.6%	2.6%
1990	60.6%	20.8%	12.9%	3.4%	2.2%
2000	56.8%	18.7%	16.8%	4.2%	3.5%

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

Gráfico 7: Porcentaje de participación del arribo de turistas internacionales por región. 1950 - 2000



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

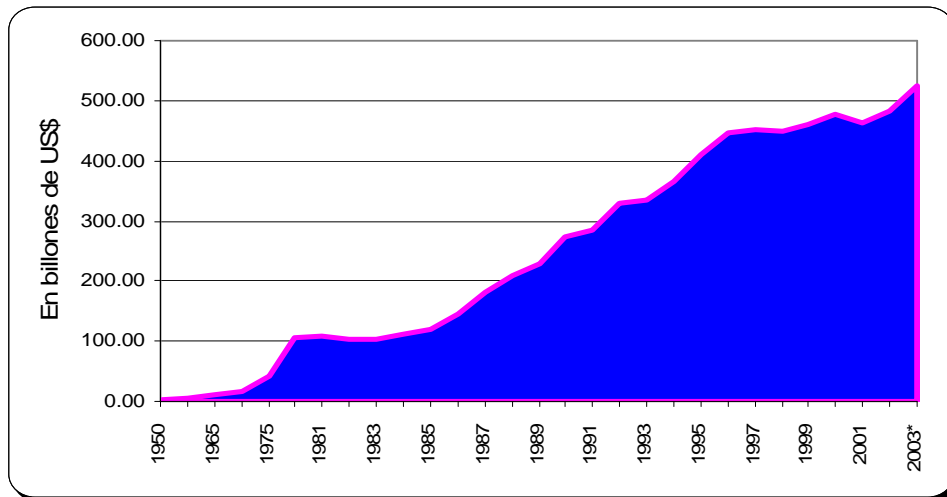
1.3. Ingresos por Turistas Internacionales

La evolución de los ingresos percibidos por la llegada de turistas internacionales a nivel mundial denota una tendencia creciente a lo largo del periodo 1950 – 2003, aunque es importante hacer notar que la inflación y las fluctuaciones del dólar estadounidense respecto de otras monedas se encuentra en las cifras proporcionadas por la OMT; por lo tanto, éstas serán utilizadas en mayor medida para reflejar tendencias.

De lo datos sobre los ingresos mundiales por llegada de turistas cabe destacar la continua tendencia al alza de éstos a partir del primer quinquenio de la década

de los 80, con leves (pero perceptibles) descensos por efectos de los atentados terroristas del 11 de Septiembre de 2001 en los Estados Unidos y la influencia negativa del Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS) que afecto particularmente el desempeño turístico de Asia y el Pacífico.

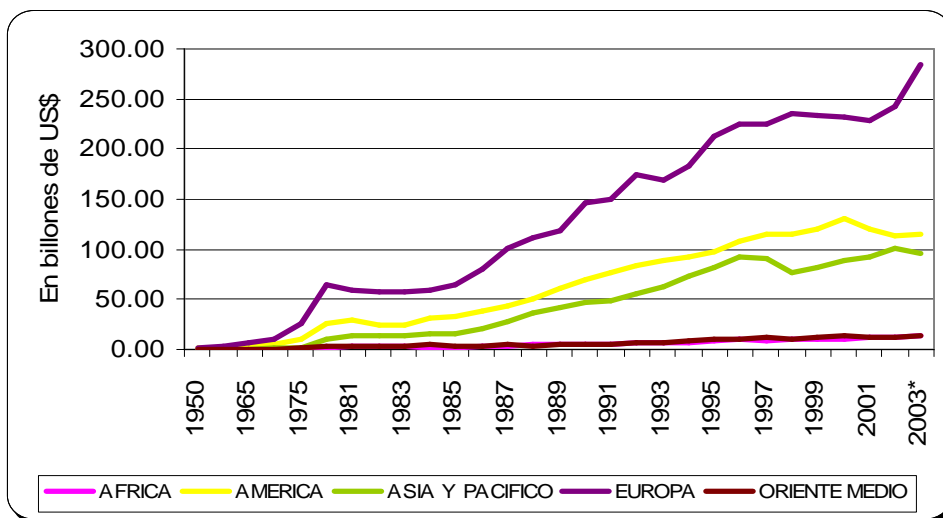
Gráfico 8: Evolución de los ingresos por llegada de turistas internacionales. 1950-2003. En billones de US\$



(*) Cifras preliminares. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

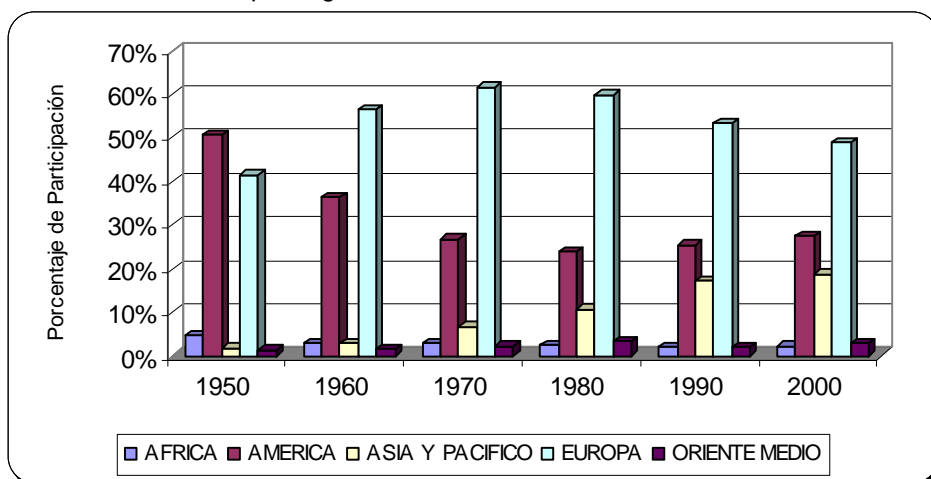
A nivel regional, Europa muestra mayores ingresos en concepto de llegadas de turistas internacionales, con una tendencia muy positiva al alza a partir del efecto negativo sufrido por los atentados terroristas antes mencionados. América y Asia muestran tendencias muy similares entre sí, aunque pierden terreno frente a los destinos europeos, en el caso asiático es muy relevante el efecto negativo del SRAS pero se estima que pronto habrá una recuperación en esta región. África y el Oriente Medio siguen captando un pequeño porcentaje de los ingresos totales y su tendencia no muestra mayores niveles de crecimiento, de hecho, refleja estancamiento en el periodo analizado, esto se debe a la inestabilidad política que ha caracterizado a ambas regiones en las últimas décadas.

Gráfico 9: Evolución de los ingresos por llegada de turistas internacionales por región. 1950-2003. En billones de US\$



(*) Cifras preliminares. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

Gráfico 10: Evolución del porcentaje de participación por región en los ingresos mundiales por llegada de turistas internacionales. 1950-2000



(*) Cifras preliminares. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

1.4. Principales Países Receptores de Turistas¹¹

Los diez principales destinos turísticos del mundo representan en conjunto aproximadamente la mitad de la totalidad del turismo internacional, tanto en términos de llegadas de turistas como de ingresos por turismo.

¹¹ Para efectos de análisis de este apartado, se considerarán los datos proporcionados por la OMT relativos a los años 2002 y 2003.

El ranking no se ha alterado significativamente entre 2002 y 2003. En este último año, los primeros cuatro puestos en términos de llegadas de turistas, así como en términos de ingresos por turismo no registraron variaciones, Francia y los Estados Unidos siguieron siendo los líderes indiscutibles.

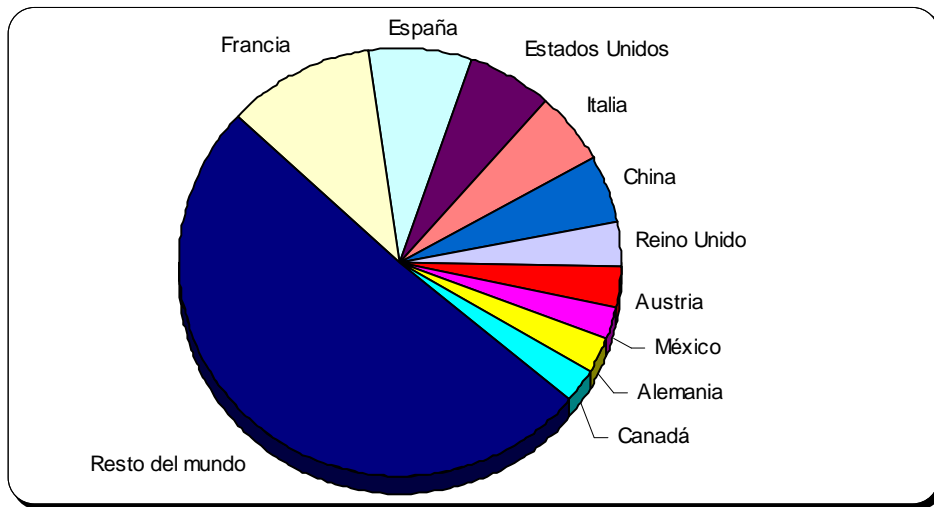
De los diez principales destinos mundiales en cuanto a llegada de turistas, seis países pertenecen a Europa, tres se ubican en América y uno corresponde a Asia. Destacan Francia que captó en 2003 el 10.9% del total de turistas internacionales, seguido por España con el 7.5% y Estados Unidos con el 6.0%; ubicándose estos tres como los principales destinos del mundo.

Cuadro 3: Ranking por país de llegadas de turistas internacionales (en millones)

Ranking	País	Año		Variación (%)		Cuota (%)
		2002	2003*	2002/2001	2003*/2002	2003*
	Mundo	703.0	691.0	2.8	-1.7	100.0
1	Francia	77.0	75.0	2.4	-2.6	10.9
2	España	52.3	51.8	4.5	-1.0	7.5
3	Estados Unidos	43.5	41.2	-7.2	-5.3	6.0
4	Italia	39.8	39.6	0.6	-0.5	5.7
5	China	36.8	33.0	11.0	-10.4	4.8
6	Reino Unido	24.2	24.7	5.9	2.2	3.6
7	Austria	18.6	19.1	2.4	2.5	2.8
8	México	19.7	18.7	-0.7	-5.1	2.7
9	Alemania	18.0	18.4	0.6	2.4	2.7
10	Canadá	20.1	17.5	1.9	-12.9	2.5

(*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 11: Porcentaje de participación en llegadas de turistas de los principales destinos turísticos respecto del resto del mundo



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

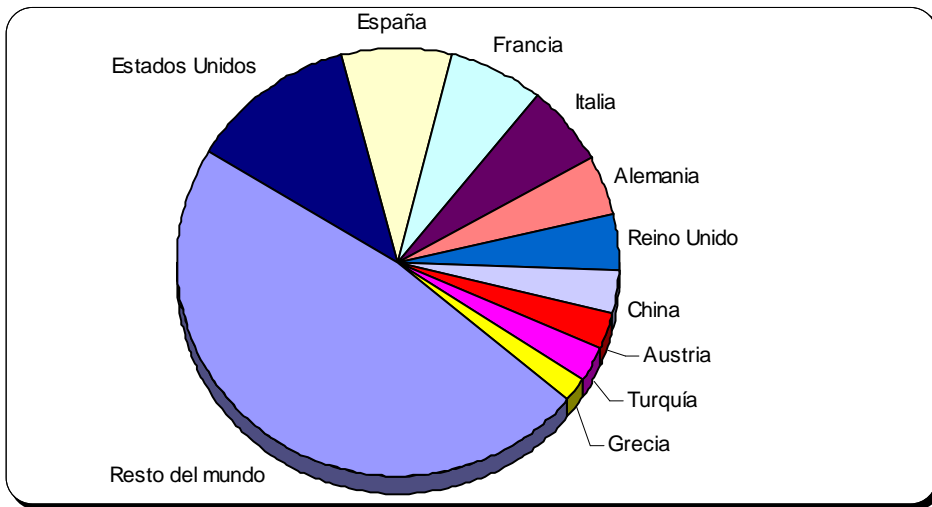
Atendiendo a los ingresos por turismo internacional, de los diez primeros países en este rubro, ocho pertenecen al continente europeo, uno es americano y el otro asiático. Destacan en orden de ingresos Estados Unidos, España y Francia con una participación del 12.3%, 8.0% y 7.1% respectivamente del total de ingresos mundiales por esta actividad.

Cuadro 4: Ranking por país de ingresos por turistas internacionales (en billones US\$)

Ranking	País	Año		Variación (%)		Cuota (%)
		2002	2003*	2002/2001	2003*/2002	2003*
	Mundo	480.0	523.0	3.8	8.9	100.0
1	Estados Unidos	66.7	64.5	-7.2	-3.3	12.3
2	España	33.8	41.8	3.3	23.6	8.0
3	Francia	32.7	37.0	7.8	13.1	7.1
4	Italia	26.9	31.2	4.1	16.2	6.0
5	Alemania	19.0	23.0	5.7	21.2	4.4
6	Reino Unido	20.5	22.8	8.9	10.7	4.3
7	China	20.4	17.4	14.6	-14.6	3.3
8	Austria	11.2	14.1	9.5	25.2	2.7
9	Turquía	11.9	13.2	18.2	10.9	2.5
10	Grecia	9.7	10.7	2.6	10.0	2.0

(*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 12: Porcentaje de participación en ingresos por turistas de los principales destinos turísticos respecto del resto del mundo



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

1.5. Principales Países Emisores de Turistas

En cuanto a los mercados emisores, el turismo internacional sigue estando relativamente concentrado en los países industrializados de Europa, América y los de Asia y el Pacífico.

Algunas economías emergentes¹² han mostrado un rápido crecimiento en las últimas décadas debido a los crecientes niveles de ingresos disponibles, particularmente en el noreste y el sureste de Asia, en Europa Central y del Este, en Oriente Medio y África meridional.

La gran mayoría de los viajes internacionales se producen dentro de la misma región: alrededor de cuatro quintas partes del total. Mientras que en circunstancias normales los viajes entre regiones tienden a crecer a un ritmo más rápido que los viajes intrarregionales, en los últimos tres años, esa tendencia se ha invertido¹³.

¹² Por economías emergentes se entenderá aquellos mercados financieros de países no industrializados que están experimentando un acelerado crecimiento de su economía. Naciones como Chile, India, China, Brasil y otros se ubican dentro de esta categoría.

¹³ Datos Esenciales, Sección "Datos y Cifras. Edición 2004. OMT

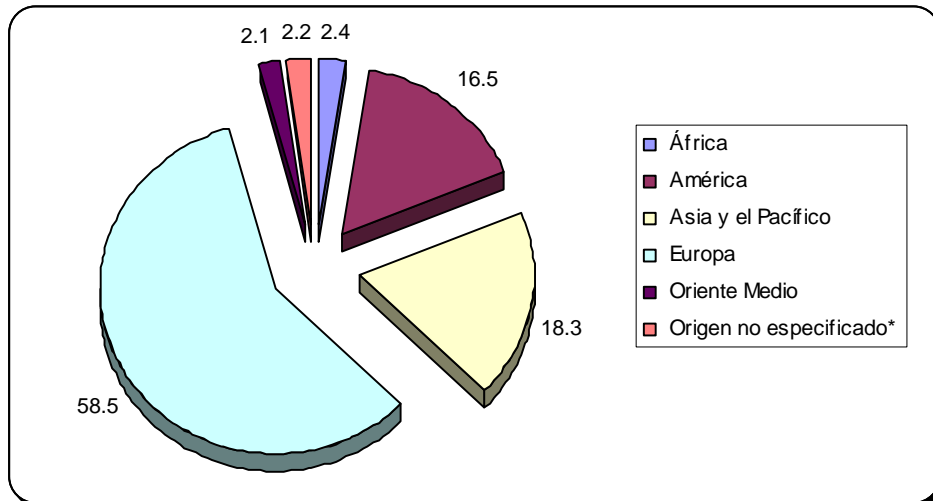
En 2003, el número de llegadas de turistas internacionales generadas dentro de la misma región disminuyó en un 1%, después de haber cerrado los dos años anteriores con resultados positivos. Por el contrario, los viajes a otras regiones se redujeron en un 3%, contrayéndose por tercer año consecutivo.

Cuadro 5: Origen de turistas por regiones (en millones)

Región	1990	1995	2000	2001	2002	2003*
África	9.5	12.4	15.5	15.8	16.7	16.7
América	96.9	106.8	129.1	122.5	118.4	114
Asia y el Pacífico	62.2	92.8	124.1	126.6	137.5	126.5
Europa	257.9	313.8	388.2	388.7	399.3	404.2
Oriente Medio	7.4	8.7	12.7	13.5	15	14.8
Origen no especificado*	17.4	10.9	15.9	16.6	16.1	14.8

(*) Países que no pueden ser asignados a una región concreta de origen. Como la información procede de datos del turismo receptor, esto ocurre cuando falta el país de origen o cuando usan categorías como "otros países del mundo" agrupando países que no están específicamente separados. (*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 13: Porcentaje de participación en el origen de turistas por regiones



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

1.6. Primeros Países por Gasto en Turismo Internacional

Según datos de la OMT, el cambio más significativo en el ranking de los países del mundo que más gastan en turismo se produjo en los dos primeros puestos: Alemania arrebató a los Estados Unidos su primacía entre los países generadores en términos de gasto turístico, un puesto que había perdido en 1998.

Ello obedece, por una parte, a que el gasto en turismo internacional de los residentes de los Estados Unidos disminuyó por tercer año consecutivo. El gasto en turismo internacional se contrajo en más de un 2% en 2003, pasando de los US\$ 58,000 millones a los US\$ 57,000 millones, después de haber alcanzado en 2000 los US\$ 65,000 millones; por otra parte, es el reflejo de la caída del dólar en ese mismo año.

El gasto en turismo internacional de los residentes de Alemania se incrementó en un 23% (de US\$ 53,000 millones a US\$ 65,000 millones). También, otros mercados emisores europeos, así como Canadá, registraron incrementos considerables en el gasto en turismo internacional.

Aparte de esos primeros puestos, el ranking de los diez primeros países por gasto turístico se mantuvo prácticamente invariable, excepto por la entrada de Rusia, en detrimento de Hong Kong (China), después del significativo descenso de los gastos por turismo a causa del SRAS.

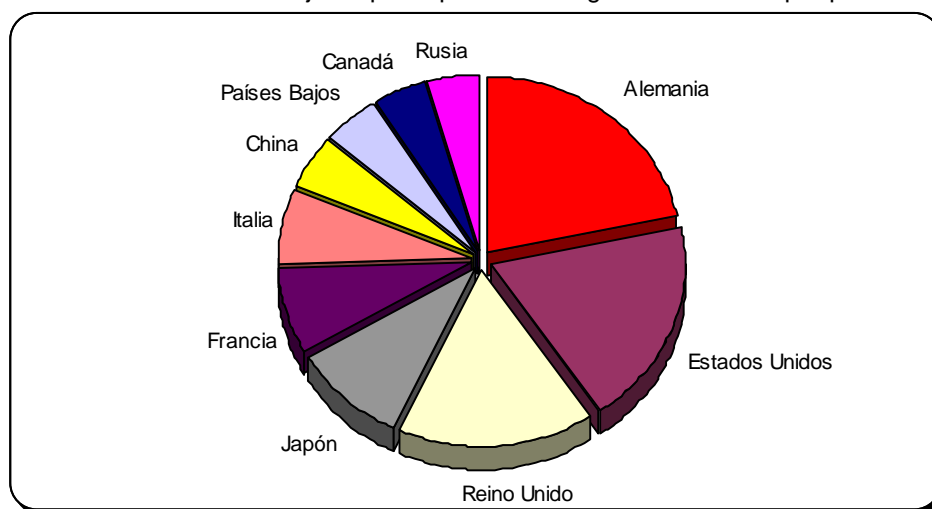
Cuadro 6: Ranking por país de gastos por turistas internacionales (en billones US\$)

Ranking	País	Año		Variación (%)		Cuota (%)
		2002	2003*	2002/2001	2003*/2002	2003*
	Mundo	480.0	523.0	3.8	8.9	100.0
1	Alemania	52.5	64.7	1.1	23.3	12.4
2	Estados Unidos	58.0	56.6	-3.6	-2.5	10.8
3	Reino Unido	41.7	48.5	10.1	16.1	9.3

4	Japón	26.7	29.0	0.5	8.6	5.5
5	Francia	19.7	23.6	8.8	19.6	4.5
6	Italia	16.9	20.5	14.4	21.3	3.9
7	China	15.4	15.2	10.7	-1.4	2.9
8	Países Bajos	13.1	14.6	9.5	11.2	2.8
9	Canadá	11.7	13.3	-3.1	13.5	2.5
10	Rusia	11.3	12.9	21.5	14.1	2.5

(*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 14: Porcentaje de participación en el gasto de turistas por país



Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por la OMT

2. El Turismo en Centroamérica

2.1. Productos Turísticos de la Región

Se ha determinado que los países centroamericanos poseen cinco grandes categorías de productos turísticos (Inman, 1999:13-16), que le permiten diferenciarse de otras regiones del mundo, a saber:

- La Naturaleza: destaca en esta área el sistema de parques nacionales y áreas protegidas de Costa Rica y los lagos y volcanes de El Salvador y Nicaragua.

- **Arqueología:** se enmarcan en esta categoría las impresionantes ruinas mayas de Tikal en Guatemala y Copán en Honduras.
- **Ciudades Coloniales:** se encuentran en la región algunas ciudades coloniales bien conservadas tales como Granada en Nicaragua y Antigua en Guatemala.
- **Buceo:** este tipo de actividades pueden ser practicadas (con estándares de calidad mundial) en las Islas de la Bahía de Honduras y en las costas de Belice.
- **Culturas Vivientes:** pueden encontrarse en la región expresiones culturales de los grupos indígenas de Guatemala y de los Garífunas asentados principalmente en Honduras.

En el caso centroamericano, la playa pasa a ser un complemento de las categorías antes mencionadas y en muchos casos incluso se mezclan. Es importante destacar que los atractivos turísticos de la región se logran complementar entre sí creando de esta manera oportunidades para el desarrollo de corredores turísticos.

2.2. Llegada de Turistas a la Región

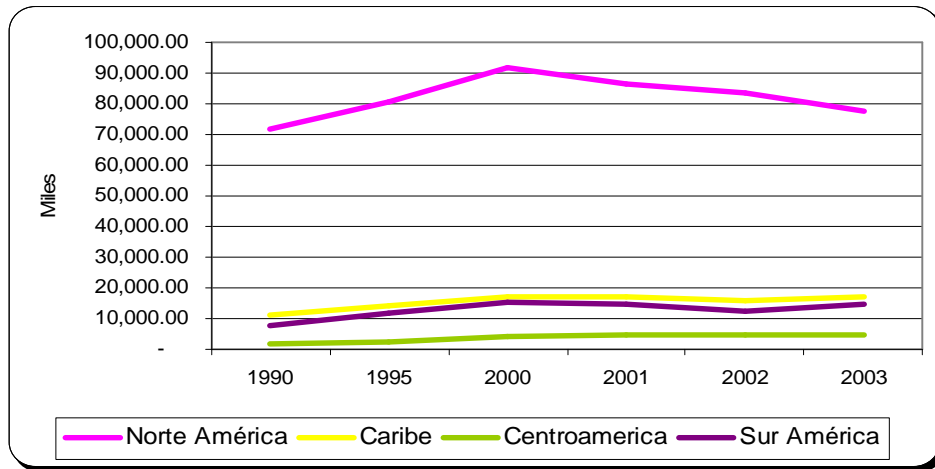
Centroamérica es la región del continente americano que registra el menor número de llegada de turistas. En 1990, del total de llegadas de turistas, el istmo recibía el 2.1%; para el 2003 este porcentaje tuvo una leve mejora al recibir un 4.3% del total, convirtiéndose en la única del continente que ha logrado incrementar las tasas anuales promedio de crecimiento en el flujo de turistas; entre 1990 y 1995 la región creció en un 6.1% y durante el periodo 1995 – 2000 logró tasas del 10.7%. Para esos mismos periodos, Norte América mantuvo estable su tasa de crecimiento en 3.3%; en cambio, el Caribe paso de crecer 4.3% entre 1990 – 1995 a 4.1% en 1995 – 2000; la disminución más dramática la vivió Sur América que pasó del 8.7% al 5.4% en los periodos analizados.

Cuadro 7: Llegada de turistas por regiones de América en miles. 1990 – 2003

Región	1990	1995	2000	2001	2002	2003*
Norte América	71,743.00	80,663.00	91,487.00	86,396.00	83,249.00	77,411.00
Caribe	11,384.00	14,024.00	17,179.00	16,885.00	16,066.00	17,061.00
Centroamérica	1,945.00	2,611.00	4,346.00	4,417.00	4,703.00	4,900.00
Sur América	7,722.00	11,696.00	15,211.00	14,466.00	12,593.00	14,616.00
Total América	92,795.00	108,994.00	128,222.00	122,164.00	116,611.00	113,988.00

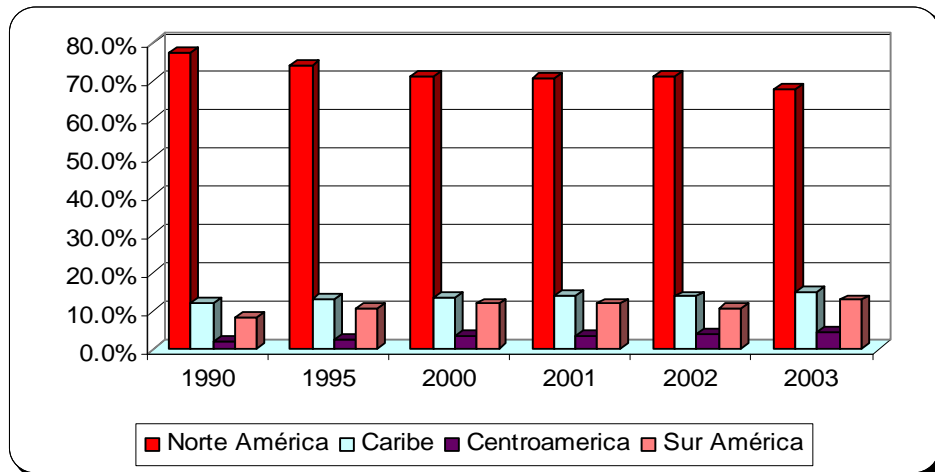
(*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 15: Llegada de turistas por regiones de América. 1990 – 2003



(*) 2003 cifras preliminares. Fuente: OMT

Gráfico 16: Porcentaje de participación en la llegada de turistas por región de América. 1990 – 2003



(*) Cifras preliminares. Fuente: OMT

Costa Rica recibe el mayor número de turistas anualmente; Guatemala, que hasta 1990 ocupó el primer lugar en este rubro, es ahora el segundo mayor

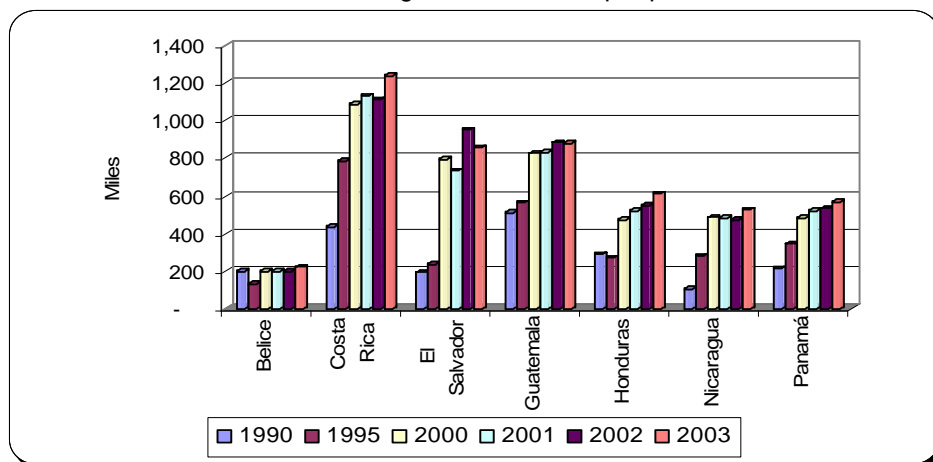
destino de la región. El Salvador pasó de ser el penúltimo destino de la región en 1990 a convertirse en el tercer destino más visitado por los turistas, observando a partir del año 2000 un repunte en el número de visitantes. Le siguen por número de llegadas Honduras, Panamá, Nicaragua y Belice.

Cuadro 8: Número de llegadas de turistas por país en miles. 1990 – 2003

País	1990	1995	2000	2001	2002	2003
Belice	197	131	196	196	200	221
Costa Rica	435	785	1,088	1,131	1,113	1,239
El Salvador	194	235	795	735	951	857
Guatemala	509	563	826	835	884	880
Honduras	290	271	471	518	550	611
Nicaragua	106	281	486	483	472	526
Panamá	214	345	484	519	534	566
Centroamérica	1,945	2,611	4,346	4,417	4,703	4,900

Fuente: OMT

Gráfico 17: Número de llegadas de turistas por país. 1990 - 2003



Fuente: OMT

En lo que respecta a las tasas de crecimiento promedio anual, El Salvador se destaca del resto de países del área al lograr pasar de una tasa de crecimiento del 3.9% entre 1990 – 1995 a una tasa del 27.6% entre 1995 – 2000. Otros países que lograron incrementar sus tasas de crecimiento anual comparando los períodos en observación fueron Belice, Guatemala y Honduras. En cambio,

Costa Rica, Nicaragua y Panamá vieron disminuir sus tasas anuales promedio de crecimiento entre 1990 – 1995 y 1996 – 2000.

Cuadro 9: Tasa promedio anual de crecimiento de llegada de turistas

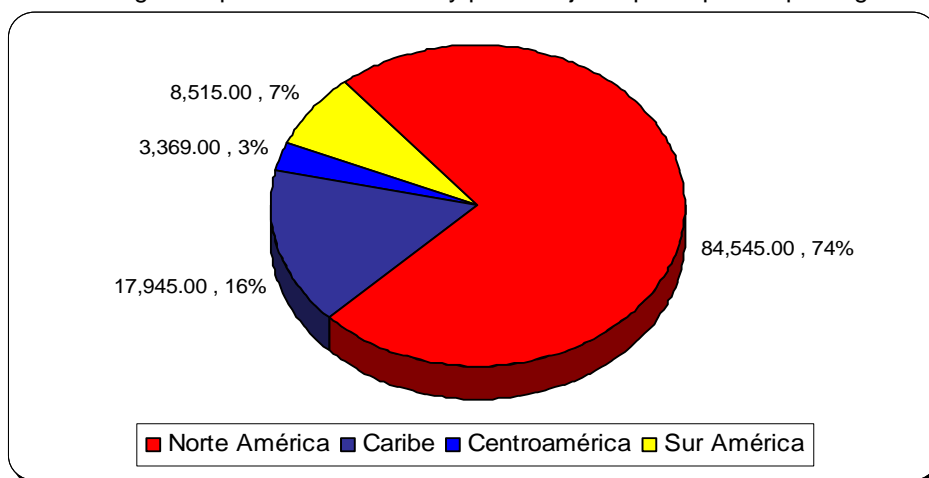
País	Tasa promedio anual de crecimiento (%)	
	1990-1995	1996-2000
Belice	-7.8	8.4
Costa Rica	12.5	6.7
El Salvador	3.9	27.6
Guatemala	2.0	8.0
Honduras	-1.3	11.7
Nicaragua	21.5	11.6
Panamá	10.0	7.0

Fuente: OMT

2.3. Ingresos por Llegadas de Turistas a la Región

Del total de ingresos recibidos por llegadas de turistas al continente americano durante el año 2003, Centroamérica es la que menores ingresos percibe. Del total, Centroamérica capta el 3%, equivalente a US\$ 3,369 millones; en el otro extremo, Norte América tiene una participación del 74% al recibir US\$ 84,545 millones en concepto de gastos turísticos.

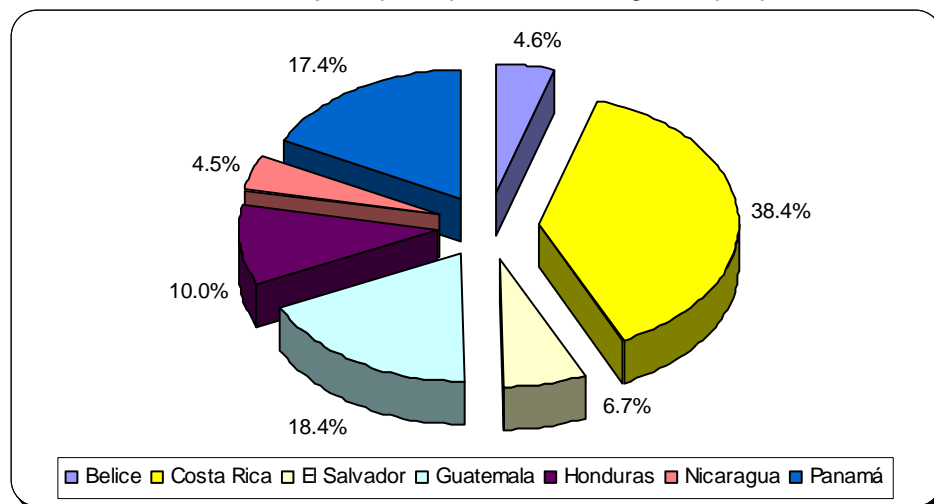
Gráfico 18: Ingresos por turistas en US\$ y porcentaje de participación por región. 2003



Fuente: OMT

En Centroamérica, destaca en este indicador Costa Rica; durante el 2003 y de un total de US\$ 3,369 millones recibidos en la región, éste país percibió US\$ 1,293 millones; seguido por Guatemala con US\$ 621 millones y Panamá ocupando el tercer puesto con US\$ 585 millones; al final de la lista se ubica Nicaragua con US\$ 151 millones percibidos por el ingreso de turistas.

Gráfico 19: Porcentaje de participación en los ingresos por país. 2003



Fuente: OMT

La evolución de los ingresos también ha sido desigual entre los países centroamericanos. En el período 1990 – 1995, El Salvador registró la mayor tasa de crecimiento anual en este indicador alcanzando un 36.4% y diametralmente opuesto fue la tasa de crecimiento para Guatemala que se ubico en 2.9%.

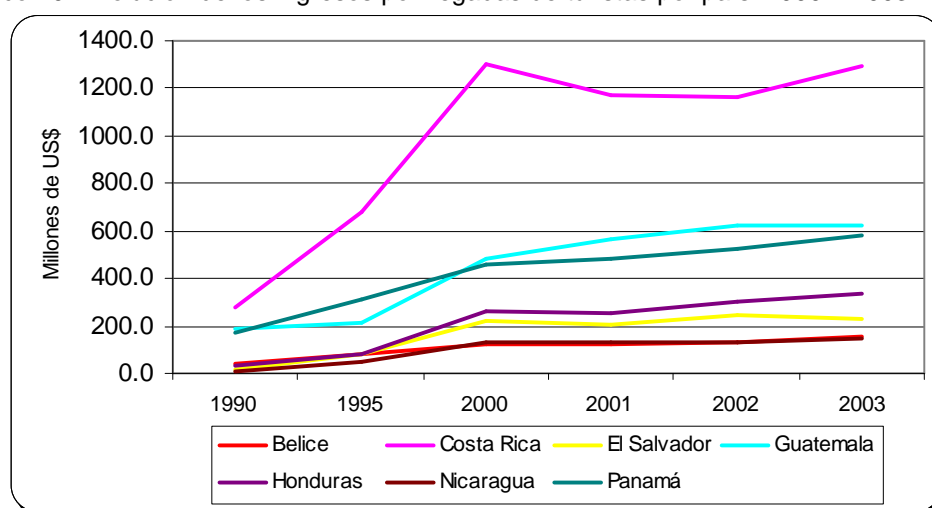
Para el período 1996 – 2000, fue Honduras el que mejor desempeño mostró al lograr una tasa de crecimiento del 26.6% y Panamá el de menor rendimiento con un 8.2%.

Cuadro 10: Ingresos recibidos por llegada de turistas por país. 1990 – 2003. En millones de US\$

País	1990	1995	2000	2001	2002	2003
Belice	44.0	78.0	122.0	120.0	130.0	156.0
Costa Rica	275.0	681.0	1302.0	1173.0	1161.0	1293.0
El Salvador	18.0	85.0	217.0	201.0	245.0	226.0
Guatemala	185.0	213.0	482.0	562.0	620.0	621.0
Honduras	29.0	80.0	260.0	256.0	301.0	337.0
Nicaragua	12.0	50.0	129.0	135.0	135.0	151.0
Panamá	172.0	309.0	458.0	486.0	528.0	585.0
Centroamérica	735.0	1496.0	2970.0	2933.0	3120.0	3369.0

Fuente: OMT

Gráfico 20: Evolución de los ingresos por llegadas de turistas por país. 1990 – 2003. En US\$

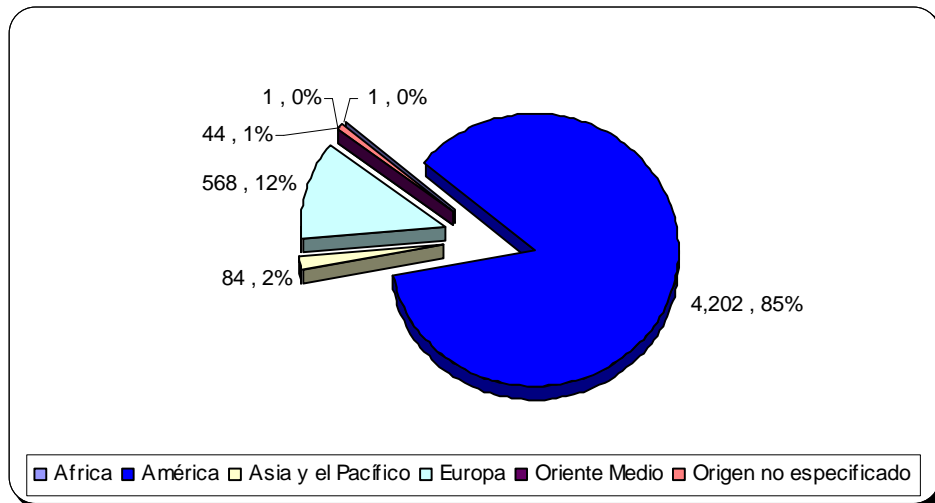


Fuente: OMT

2.4. Origen de los Turistas que Visitan Centroamérica

Durante el 2003, Centroamérica recibió 4.9 millones de visitantes. La principal región de origen de esos turistas fue precisamente América con un 85.76%, de ese total, un 48.5% son originarios de los Estados Unidos. Los europeos conforman el 11.59% del total de turistas y son los originarios de Alemania (4.5%) y España (3.7%) los que visitan la región en mayor número.

Gráfico 21: Origen de los turistas que visitan Centroamérica. 2003



(*) Países que no pueden ser asignados a una región concreta de origen. Como la información procede de datos del turismo receptor, esto ocurre cuando falta el país de origen o cuando usan categorías como "otros países del mundo" agrupando países que no están específicamente separados. Fuente: OMT

2.5. Importancia del Turismo en las Economías Centroamericanas

2.5.1. Efecto en el Producto Interno Bruto

La importancia relativa del turismo en las economías de los países centroamericanos se resume a partir del siguiente cuadro:

Cuadro 11: Importancia del Turismo respecto del PIB por países. 2000

País	Turismo/PIB	Crecimiento porcentual
Belice	12.0	17.9
Costa Rica	6.8	1.7
El Salvador	1.9	16.3
Guatemala	4.4	10.6
Honduras	4.1	13.7
Nicaragua	5.7	11.4
Panamá	4.8	0.4

Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo y Cuenta Satélite de Turismo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). 2000

Atendiendo al aporte de la actividad turística al PIB de los países de la región, Belice es la nación en la que mayor impacta este tipo de rubro en su producción nacional con una aportación del 12.0%; seguido por Costa Rica donde el turismo representa un 6.8% de su producto interno. La importancia relativa del turismo es menor en El Salvador donde esta actividad aporta el 1.9% del PIB.

2.5.2. Efecto en el Empleo

El sector turístico también genera un impacto positivo en las economías centroamericanas a través de la generación de empleos. Según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), el número de empleos directos e indirectos que el turismo genera en cada país centroamericano es:

Cuadro 12: Empleos directos e indirectos generados por el turismo en Centroamérica. 2000

País	Empleo directo	%	Empleo indirecto	%
Belice	4,690	6.30%	12,262	15.50%
Costa Rica	62,796	4.10%	160,797	10.50%
El Salvador	33,363	1.20%	102,194	3.80%
Guatemala	82,251	1.90%	217,322	5.00%
Honduras	44,000	1.80%	131,341	5.40%
Nicaragua	25,158	1.30%	70,422	3.50%
Panamá	39,646	3.60%	118,649	10.70%

Fuente: Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

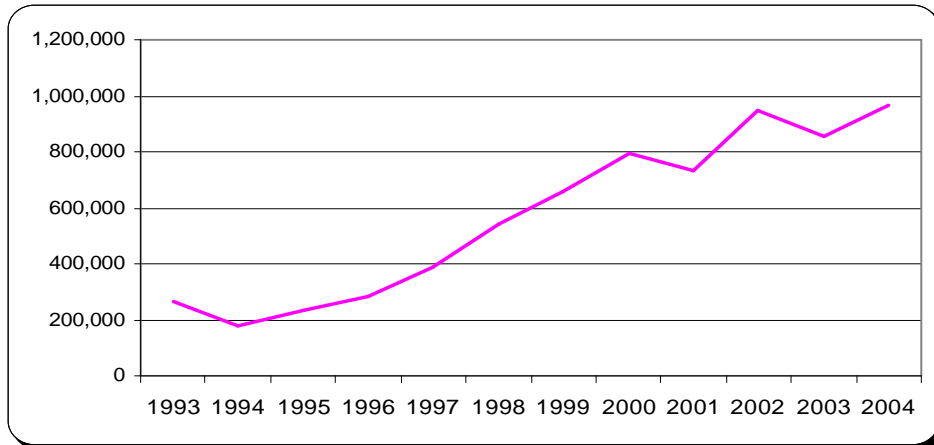
En términos porcentuales, el impacto de la actividad turística en la generación de empleo es mayor en Belice, tanto en los directos como indirectos, lo que refleja la importancia de este rubro en la economía de este país centroamericano. Otro que muestra un considerable porcentaje de su población empleada en el turismo es Costa Rica, particularmente en el rubro de empleo indirecto. Es en El Salvador donde el impacto del turismo en el empleo es menor ya que apenas se genera el 1.2% de empleo directo y un 3.8% de empleo indirecto.

3. El Turismo en El Salvador

3.1. Llegada de Turistas

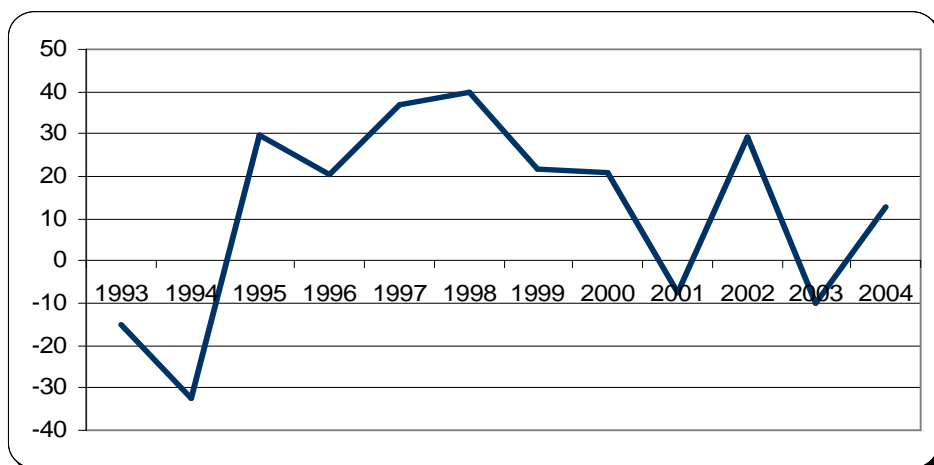
Con la firma de los Acuerdos de Paz, el número de turistas que ingresaron a El Salvador comenzó a tener un importante incremento. La OIT ha calificado al país como el destino americano emergente número uno. Entre 1995 y 2003, la tasa anual promedio de crecimiento de llegada de turistas es del 17.6% superando a Cuba (12.1%), Honduras (10.7%) y Perú (9.7%).

Gráfico 22: Serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1993 - 2004



Fuente: Ministerio de Turismo

Gráfico 23: Tasa de variación de la serie histórica de llegada de turistas a El Salvador. 1993 - 2004



Fuente: Ministerio de Turismo

3.2. Regiones y Países Emisores

La serie histórica del ingreso de turistas desde 1995 a 2004, muestra que las regiones emisoras más importantes para El Salvador son Centroamérica y Norteamérica. Las regiones de Oceanía, el Caribe y África muestran el menor nivel de participación.

En el 2004, Centroamérica aportó el 66.0% de los turistas que visitaron El Salvador, seguido por Norteamérica con un 27.3%; muy alejado de éstos, los europeos que visitaron el país representaron apenas el 3.3%, seguido por los suramericanos con un 2.1%, asiáticos el 0.9% y entre caribeños, oceánicos y africanos suman el 0.5%

La participación de los centroamericanos muestra flujos constantes de crecimiento hasta el año 2000; se observa en 2001 una sensible disminución de los mismos, resultado de los dos terremotos que impactaron al país en enero y febrero de ese año; para el 2004 el flujo de centroamericanos hacia El Salvador retoma nuevamente una tasa de crecimiento.

En cuanto a los visitantes provenientes de Norte América, muestran un comportamiento muy similar al de los centroamericanos; aquí se observa una reducción de estos visitantes durante el 2001 por la razón expuesta en el párrafo anterior pero a partir del 2002 muestran una tendencia alcista.

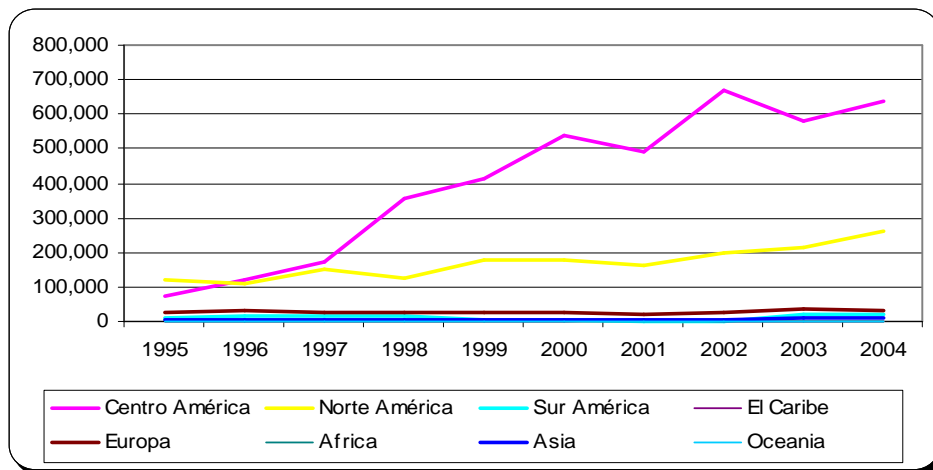
Cabe destacar que a partir del 2003, se ha registrado el ingreso de turistas provenientes de África y Oceanía.

Cuadro 13: Regiones emisoras de turistas hacia El Salvador. 1995-2004

Región	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Centro América	72,760	118,635	172,990	353,018	411,769	538,750	490,781	670,728	578,602	637,570
Norte América	120,445	109,036	152,144	127,032	177,343	176,932	160,331	201,269	212,570	263,687
Sur América	10,952	15,778	16,607	16,471	5,412	3,450	1,222	577	19,539	19,853
El Caribe	1,041	1,369	1,468	1,639	1,520	483	7,277	14	1,481	2,017
Europa	24,652	31,984	26,625	26,391	25,730	26,331	21,055	25,443	34,782	32,147
África	0	0	0	0	0	0	0	0	424	582
Asia	4,217	4,961	4,495	4,681	4,145	3,756	3,915	4,806	8,319	8,259
Oceanía	0	0	0	0	0	0	0	0	1,661	2,301

Fuente: Dirección General de Migración e Instituto Salvadoreño de Turismo

Gráfico 24: Regiones emisoras de turistas hacia El Salvador. 1995-2004



Fuente: Ministerio de Turismo

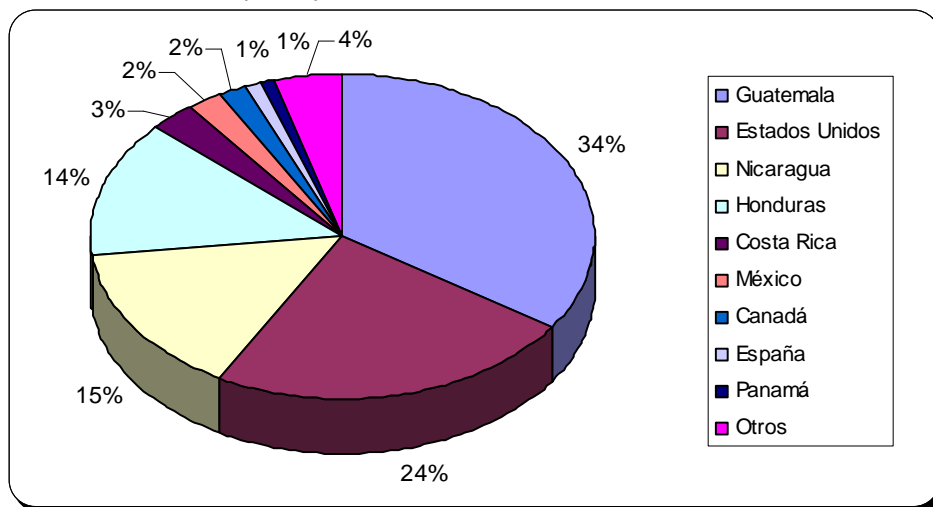
En lo que respecta a los principales países emisores de turistas, destaca Guatemala cuya participación en el total de visitas durante el 2004 significó el 33.8%; seguido por Estados Unidos con un 23.4% y por Nicaragua con el 14.7% y Honduras con un 13.3%. De hecho, estos cuatro países representan el 85.1% del total de turistas que visitan El Salvador.

Los ciudadanos de España y Alemania son los europeos que visitan en mayor número a El Salvador, aunque su porcentaje de participación apenas representan el 1.0% y 0.5% respectivamente.

Por el lado de Sur América, el mayor número de visitantes provienen de Colombia (0.5%), Argentina (0.4%) y Chile (0.3%).

Japón y Corea del Sur son los países de donde provienen el mayor número de turistas asiáticos a El Salvador, ambos con una participación del 0.2%

Gráfico 25: Principales países emisores de turistas hacia El Salvador. 2004



Fuente: Ministerio de Turismo

3.3. Llegadas por Medio de Transporte

El medio de transporte utilizado por los turistas que visitan El Salvador varía de la región del mundo de la que provengan. Los centroamericanos, por su proximidad geográfica emplean mayormente la vía terrestre; un 92.7% hace uso de esa vía mientras un 7.2% visita al país por vía aérea y únicamente el 0.1% lo hizo por vía marítima.

Los visitantes procedentes del resto de regiones del planeta utilizan la vía aérea como el mayor medio para ingresar a El Salvador. Norteamericanos y caribeños son los que más emplean esta vía con un 84.2% y 84.8% respectivamente.

Es importante observar que el número de europeos, africanos y asiáticos que ingresan por vía terrestre al país es elevado, lo que indica claramente que las personas procedentes de estas regiones visitan El Salvador como parte de Centroamérica y no como un único destino, situación que es fácilmente comprensible por la cercanía geográfica de los países del istmo.

La vía marítima es la menos utilizada por los visitantes extranjeros. Durante el 2004, solo el 0.1% de ellos ingreso por esa vía, siendo los asiáticos y europeos los que más la emplearon.

Cuadro 14: Llegada de turistas según región y vía utilizada. 2004

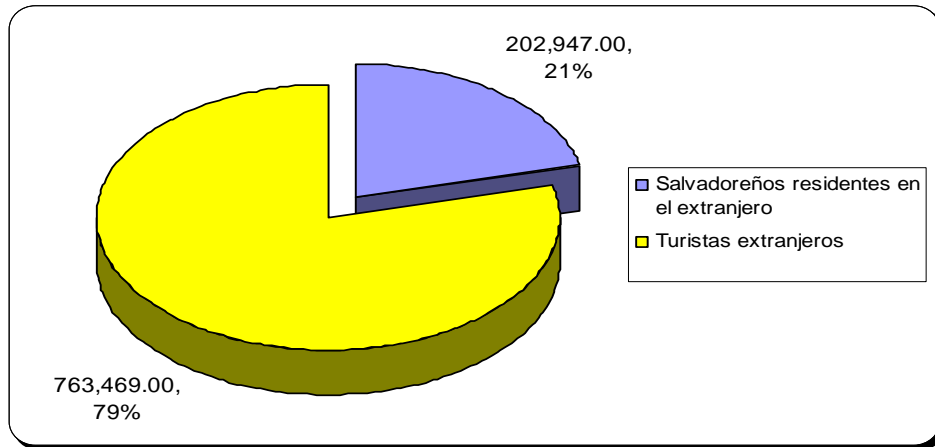
REGIÓN	AEREA	%	TERRESTRE	%	MARITIMA	%	TOTAL
Centro América	46,197	7.2%	590,783	92.7%	590	0.1%	637,570
Norte América	222,050	84.2%	41,310	15.7%	327	0.1%	263,687
Sur América	14,665	73.9%	5,148	25.9%	40	0.2%	19,853
Caribe	1,711	84.8%	302	15.0%	4	0.2%	2,017
Europa	18,918	58.8%	13,111	40.8%	118	0.4%	32,147
África	336	57.7%	245	42.1%	1	0.2%	582
Asia Oriental y Meridional	4,365	52.9%	3,751	45.4%	143	1.7%	8,259
Oceanía	1,689	73.4%	609	26.5%	3	0.1%	2,301
TOTAL	309,931	32.1%	655,259	67.8%	1,226	0.1%	966,416

Fuente: Dirección General de Migración e Instituto Salvadoreño de Turismo

3.4. Llegadas por Tipo de Turista

Del total de turistas que visitaron a El Salvador durante el 2004, un significativo porcentaje (21%) lo constituyen los salvadoreños residentes en el exterior. De hecho, este segmento se ha convertido en los últimos años en un fuerte promotor de la industria turística en el país.

Gráfico 26: Llegadas por tipo de turista. 2004



Fuente: Dirección General de Migración

Resulta difícil cuantificar el impacto del turismo proveniente de los salvadoreños residentes en el extranjero o turismo étnico. Lo anterior se debe a que, por lo general, estos turistas no utilizan la infraestructura hotelera puesto que se asume que la gran mayoría se hospeda en casa de familiares o amigos y además introducen algunos bienes de consumo tales como ropa o aparatos eléctricos.

A pesar de lo anterior, estimaciones realizadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en El Salvador¹⁴, indican que los salvadoreños migrantes que visitan su país se quedan aproximadamente 19 días con un gasto promedio por viaje que asciende a los US\$ 1,843.00. Además, y según datos del mismo informe, entre 1990 y 2004, el tráfico aéreo entre Estados Unidos y El Salvador se ha incrementado en 10 veces. Entre 1997 y 2004 la telefonía ha visto incrementar en 146% el número de sus clientes y el precio promedio del minuto de llamadas hacia Estados Unidos bajó de US\$ 1.19 a US\$ 0.28, así mismo el costo promedio por minuto de llamada telefónica internacional pasó de US\$ 0.80 en 1998 a US\$ 0.10 en 2004.

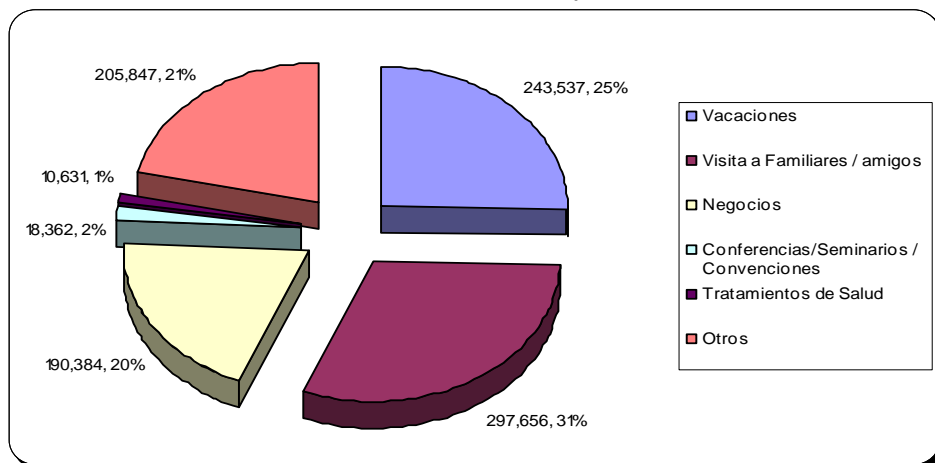
¹⁴ Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2005. Una Mirada al Nuevo Nosotros. El Impacto de las Migraciones. Capítulo 4 La Nueva Economía Creada por las Migraciones. PNUD, 2005.

3.5. Llegadas de Turistas según Motivo de Viaje

El principal motivo de viaje de los turistas que vienen al país es la visita a familiares y/o amigos representando el 30.8% del total; le sigue muy de cerca el motivo de vacaciones con un 25.2%; los negocios representan un 19.7% quedando muy rezagados las conferencias y seminarios con un 1.9% y los tratamientos de salud con el 1.1%

Según datos del PNUD¹⁵, de los salvadoreños residentes en el exterior que visitan el país, un 27% aseguró hacer uso de servicios odontológicos; un 18% acudió a servicios médicos y un 2% realizó consultas con el optometrista.

Gráfico 27: Motivo de viaje. 2004



Fuente: Dirección General de Migración

3.6. Ingresos por Turistas y su Impacto en la Economía Salvadoreña

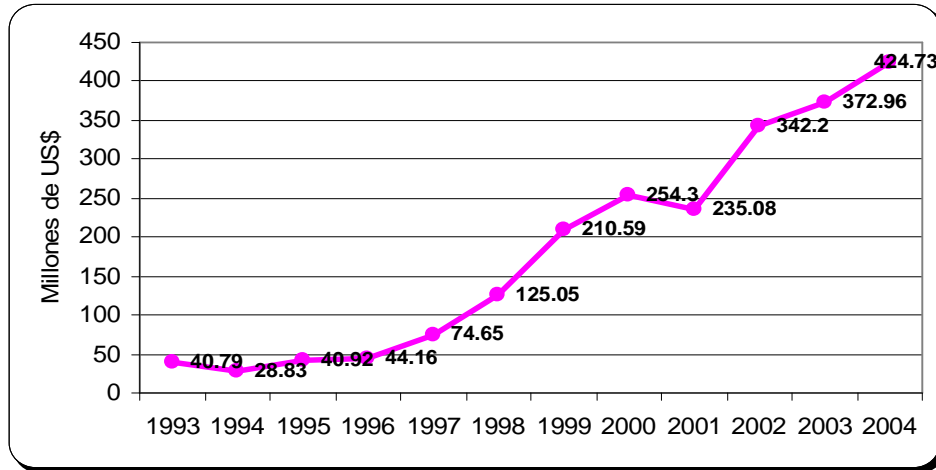
El rubro de los ingresos provenientes por la llegada de turistas a El Salvador ha estado cobrando mayor importancia en los últimos años.

Los ingresos por turismo superaron, a partir del 2001, a los ingresos provenientes del café, producto que por años fue la principal fuente de ingresos

¹⁵ Ídem.

del país. También, los ingresos por turismo ya superan ampliamente los recibidos por rubros tradicionales como la exportación de azúcar y de camarón.

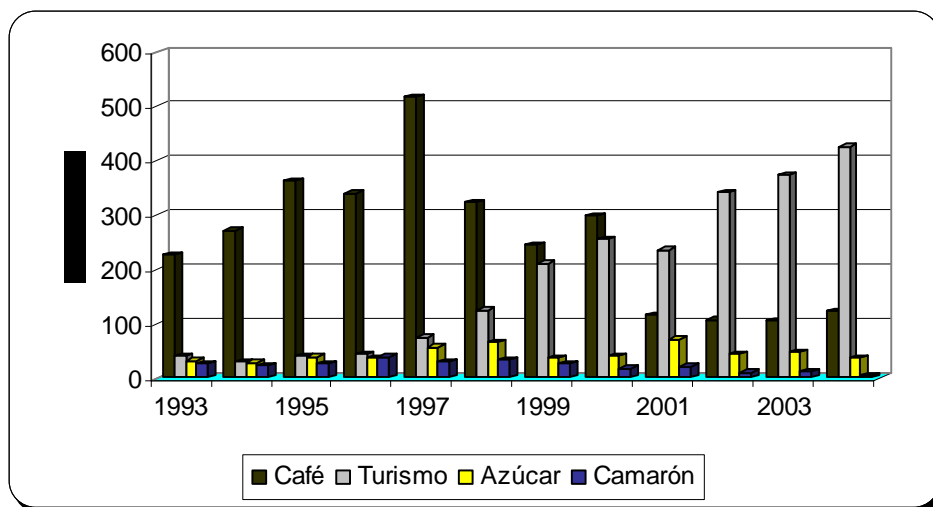
Gráfico 28: Serie histórica de ingresos por turismo. 1993-2004



Fuente: Ministerio de Turismo

La importancia de la industria turística es tal que, durante el 2004, por cada dólar que recibió el país por la exportación de café, recibió US\$ 3.45 por turismo. Esta relación aumenta cuando la comparamos con azúcar y camarón; en el primer caso, la relación es de US\$ 9.03 a US\$ 1.0 y en el segundo de US\$ 38.61 a US\$ 1.0 a favor del turismo.

Gráfico 29: Ingresos por turismo comparado con productos tradicionales de exportación. 1993-2004



Fuente: Ministerio de Turismo

A pesar de que los ingresos provenientes de actividades turísticas aún no representan un elevado porcentaje de participación en el PIB como si los demuestran otras naciones centroamericanas tales como Belice y Costa Rica; en el caso salvadoreño si se observa una cada vez mayor participación e importancia en el producto nacional.

El turismo ha pasado de representar el 0.4% del PIB de El Salvador en 1995 a un 2.7% durante el 2004; desde 1995 se ha reflejado una tasa creciente en la importancia del turismo respecto del producto nacional, solo interrumpida durante el 2001 por el menor flujo de turistas debido a los terremotos de ese año.

Cuadro 15: Evolución de la participación de los ingresos turísticos en el PIB. 1995-2004

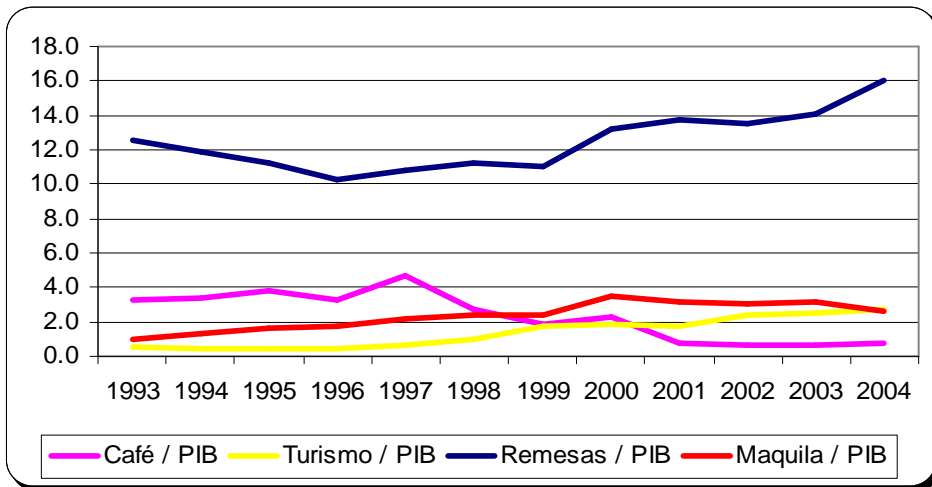
Año	PIB*	Ingresos Turísticos*	IT / PIB (%)
1995	9,500.0	40.9	0.4
1996	10,315.0	44.2	0.4
1997	11,135.0	74.7	0.7
1998	11,974.0	125.1	1.0
1999	12,470.3	210.6	1.7
2000	13,212.6	254.3	1.9
2001	13,739.0	235.1	1.7
2002	14,312.0	342.2	2.4
2003	14,941.0	372.9	2.5
2004	15,942.0	424.7	2.7

(*) Millones de US\$

Fuente: Banco Central de Reserva y Ministerio de Turismo

Comparativamente, la participación del turismo en el PIB ya ha logrado superar a la participación del café y otros productos tradicionales de exportación y, durante el 2004, ha superado también a la participación de la maquila; aunque el turismo como fuente generadora de ingresos se encuentra muy rezagado respecto de las transferencias familiares (remesas) recibidas por los salvadoreños residentes en el extranjero.

Gráfico 30: Relación del café, turismo, remesas y maquila con el PIB. 1993-2004



Fuente: Banco Central de Reserva y Ministerio de Turismo

3.7. Oferta Hotelera Salvadoreña

La capacidad hotelera de El Salvador se ha venido incrementando paulatinamente desde la firma de los Acuerdos de Paz. El país pasó de contar con apenas 62 hoteles en 1992 a tener 215 en 2004. Durante el mismo periodo, el número de habitaciones disponibles pasó de 2,419 a 4,766.

Cuadro 16: Evolución histórica del número de hoteles y habitaciones disponibles. 1992-2004

Año	No. de Hoteles	No. de Habitaciones
1992	62	2,419
1993	66	2,616
1994	115	3,257
1995	123	3,331
1996	129	3,500
1997	138	3,750
1998	147	4,000
1999	168	4,535
2000	180	4,899
2001	201	4,996
2002	202	5,152
2003	190	4,501
2004	215	4,766

Fuente: Ministerio de Turismo

La oferta hotelera del país se concentra en el departamento de San Salvador donde se ubican el 30.2% de los hoteles y están disponibles el 42.2% de las habitaciones; le siguen, aunque de manera rezagada, La Libertad con el 13.0% de hoteles y 12.8% de habitaciones; Sonsonate con el 8.4% de hoteles y 4.7% de habitaciones. Otros que destacan por el número de hoteles son Chalatenango, San Miguel y Ahuachapán; y por el número de habitaciones San Miguel, La Paz y Santa Ana.

Cuadro 17: Número de hoteles y habitaciones por departamento. 2004

Departamento	No. de Hoteles	%	No. de Habitaciones	%
Ahuachapán	14	6.5%	135	2.8%
Santa Ana	13	6.0%	251	5.3%
Sonsonate	18	8.4%	225	4.7%
La Libertad	28	13.0%	612	12.8%
San Salvador	65	30.2%	2,010	42.2%
La Paz	8	3.7%	336	7.0%
Cabañas	0	0.0%	0	0.0%
Chalatenango	17	7.9%	206	4.3%
Usulután	11	5.1%	171	3.6%
San Vicente	0	0.0%	0	0.0%
San Miguel	17	7.9%	509	10.7%
Morazán	7	3.3%	67	1.4%
Cuscatlán	5	2.3%	40	0.8%
La Unión	12	5.6%	204	4.3%
Total	215	100.0%	4,766	100.0%

Fuente: Ministerio de Turismo

Según estimaciones del Ministerio de Turismo, la estadía promedio en los hoteles durante el 2004 es de 5.0 días con un gasto promedio de US\$ 87.00 y el porcentaje de ocupación hotelera es del 52.5%

Capítulo V

ACTORES Y GRUPOS DE INTERÉS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE EL SALVADOR

CAPITULO V

ACTORES Y GRUPOS DE INTERÉS EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE EL SALVADOR

1. Instituciones Públicas

A. Ministerio de Turismo

Creado en 2004¹⁶ bajo la iniciativa del Presidente Elías Antonio Saca González, esta institución se convierte en el principal ente público orientado al desarrollo del sector turístico salvadoreño. Desde su creación, este ministerio asumió la conducción de los ya existentes Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

Los objetivos que persigue la institución son¹⁷:

- Posicionar al país como destino turístico.
- Lograr la competitividad a nivel nacional, regional e internacional.
- Aumentar el nivel de derrame económico, permanencia y fidelidad del consumidor turístico.

La Visión y la Misión del Ministerio de Turismo se establecen así¹⁸:

VISIÓN DE PAÍS:

El Turismo como uno de los pilares fundamentales del desarrollo integral, que contribuye a fortalecer la identidad nacional de manera sostenible en lo ambiental, cultural, social y económico. Aspiramos a conformar un sector Turismo competitivo, con una oferta diversificada por sus destinos, mercados y productos.

¹⁶ Decreto Ejecutivo No. 1, publicado en el Diario Oficial No. 100, tomo 363. 1 de junio de 2004.

¹⁷ Información Institucional. www.elsalvadorturismo.gob.sv

¹⁸ Ídem.

VISIÓN INSTITUCIONAL:

Un ministerio consolidado como rector, promotor y facilitador del turismo, que junto al sector privado desarrolle capacidades para promover al país como destino turístico competitivo.

MISIÓN:

Convertirse en el dinamizador de la economía nacional, el promotor del desarrollo humano y comunitario y el impulsador de la convivencia pacífica, estabilidad y gobernabilidad, a través de la facilitación, de la creación, el desarrollo y la promoción de productos y servicios turísticos de calidad, un marco legal que lo posibilite, un financiamiento suficiente y oportuno y sobre todo, de una nueva y sólida cultura turística que convierta a cada salvadoreño en un gestor turístico permanente y eficiente en donde quiera que se encuentre.

Los principios que rigen a la institución para la consecución de sus objetivos y el cumplimiento de su Visión y Misión, son los que se detallan¹⁹:

- Sostenibilidad.
- Corresponsabilidad.
- Subsidiaridad.
- Compromiso de País.
- Apertura e Inclusión.
- Eficiencia y Transparencia.

B. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

Inicialmente creado como un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Economía, el ISTU se encuentra actualmente bajo la conducción del Ministerio de Turismo.

Los objetivos que persigue la institución son²⁰:

¹⁹ Ídem.

²⁰ Información Institucional. www.istu.gob.sv

- Fomentar el desarrollo del turismo nacional brindando en forma integral recreación y esparcimiento a la familia salvadoreña.
- Crear condiciones óptimas en la infraestructura de los Parques Recreativos. Buscar constantemente una mejor calidad del servicio que se brinda a los usuarios.
- Diseñar e interpretar un programa de recreación familiar en los Parques Recreativos Naturales y Acuáticos que satisfagan las expectativas de los visitantes.
- Proteger y conservar el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales el medio.

La Misión y la Visión del ISTU se establecen así²¹:

MISIÓN:

Promover el turismo nacional y la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad en los Parques Recreativos.

VISIÓN:

Ser la institución rectora de la recreación familiar a través de un sistema de calidad en el servicio, apoyado en una infraestructura de Parques Recreativos que satisfagan las expectativas de los visitantes.

C. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

Es una entidad autónoma de derecho público creada en 1996 con el objetivo de promocionar en el exterior todos los atractivos turísticos con los que cuenta El Salvador.

CORSATUR actúa como institución gestora y facilitadora del desarrollo turístico nacional, con el propósito de convertir al sector en uno de los principales

²¹ Ídem.

generadores de empleo e ingresos, contribuyendo así a una mejora en las condiciones de vida de la población, de manera sostenible y equitativa²².

En tal sentido, el objetivo de la institución no sólo está centrado en lograr un aumento en el número de visitantes que ingresan a El Salvador, sino también en lograr que estos turistas incrementen el gasto diario por estadía.

Los objetivos que persigue la institución son²³:

- Posicionar al país como destino turístico en el mercado mundial.
- Reforzar la participación en la Organización Mundo Maya.
- Promover nuevos productos turísticos.
- Rescatar y conservar el patrimonio nacional.
- Difundir, proyectar cultura y conciencia turística-ecológica.
- Fomentar el turismo interno.
- Promover y apoyar la realización de proyectos que mejoren y amplíen la infraestructura y oferta turística del país.

La Misión de CORSATUR es²⁴:

Promover el turismo a nivel internacional.

Las estrategias trazadas para la consecución de los objetivos y la misión, son las siguientes²⁵:

- Formar un equipo de trabajo con la empresa privada para promover el desarrollo del turismo y su mercado internacional.
- Implementar con el sector privado, el plan de promoción y mercadeo internacional turístico.
- Apoyar en la facilitación del desarrollo del sector, de nuevos productos y proyectos turísticos.

²² Información institucional. www.elsalvadortrade.com.sv

²³ Ídem.

²⁴ Ídem.

²⁵ Ídem.

Los servicios que presta CORSATUR son:

- Organización y asesoría para la asistencia a ferias y eventos internacionales de promoción turística conjuntamente con el sector privado.
- Coordinación de FAM TRIPS y programas promocionales en el País.
- Información turística nacional.
- Apoyo para proyectos de inversión turística
- Promoción y mercadeo turístico
- Asistencia a la planta empresarial sobre turismo
- Representatividad sectorial en el ámbito turístico

D. Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador (CIFCO)

Nace en 1965 por iniciativa de la Presidencia de la República a través de los Ministerios de Hacienda y de Economía bajo el nombre de Feria Internacional de El Salvador (FIES). Con la sanción de una nueva ley²⁶ el 15 de febrero de 2007, la institución pasa a denominarse Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador.

Tiene por objetivo general: “planificar, organizar y ejecutar las actividades que se consideren indispensables para la realización de los eventos feriales de carácter nacional e internacional”²⁷.

Los objetivos específicos son:

- Apoyar a través de las ferias, exposiciones y congresos el intercambio tecnológico, comercial e industrial en el área nacional e internacional.
- Proporcionar el apoyo que requiere la institución enmarcado en el uso racional de los recursos.

²⁶ Ley del Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador. Decreto Legislativo No. 220, publicado en el Diario Oficial No. 31, Tomo 374 de fecha 15 de febrero de 2007.

²⁷ Información institucional. www.cifco.gob.sv

- Planificar y organizar la participación de expositores del sector comercial, industrial y turístico para eventos populares.
- Planificar y organizar la participación de expositores de sectores específicos.
- Brindar seguridad y comodidad a visitantes y expositores.
- Promover la imagen de la institución a nivel nacional e internacional.

La Misión y la Visión del CIFCO son²⁸:

MISIÓN:

Somos una Institución dedicada a promover y facilitar ferias, exposiciones, convenciones y otros eventos nacionales e internacionales, que contribuyan al desarrollo económico, social, tecnológico y cultural del país.

VISIÓN:

Nos vemos como una Institución reconocida como pionera y líder a nivel centroamericano en organización de ferias, exposiciones, congresos y afines de carácter nacional e internacional, dirigida por un comité sumamente dinámico, con una estructura eficiente, personal altamente capacitado y con discrecionalidad en el desarrollo de sus funciones y dotada de una infraestructura adecuada.

E. Agencia de Promoción de Inversiones (PROESA)

PROESA es una agencia gubernamental dedicada, desde junio de 2000, a la promoción de la inversión extranjera en El Salvador. Su objetivo primario es atraer y asistir la inversión extranjera directa en industrias tales como: agro industrias, textiles y ropa, centros de contacto, producción de energía, electrónica, logística y centros de distribución, desarrollo de software, turismo y calzado.

²⁸ Ídem.

La Misión de PROESA es²⁹:

Generar empleo y transferencia de tecnología en áreas estratégicas para fomentar el desarrollo social y económico de El Salvador, a través de la atracción y permanencia de la inversión extranjera.

F. Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA)

Institución creada en 1991, es considerado como el máximo organismo rector y facilitador de la cultura en El Salvador³⁰.

Sus objetivos estratégicos institucionales son:

- Propiciar un ambiente favorable para multiplicar oportunidades y espacios culturales.
- Fomentar la creatividad, producción, valoración e integración cultural.
- Desarrollar una política cultural integradora.
- Transformar a CONCULTURA en una entidad de servicio, acceso, participación, generación y goce de la cultura.

La Misión y la Visión de CONCULTURA son³¹:

MISIÓN:

Articular la política cultural a la estrategia de desarrollo de la nación.

VISIÓN:

Desarrollo del potencial humano a través de la cultura.

²⁹ Información institucional. www.proesa.com.sv

³⁰ Información institucional. www.concultura.gob.sv

³¹ Ídem.

2. Instituciones y Asociaciones Privadas

A. Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)

Fundada en 1979 como una institución privada, apolítica, sin fines de lucro y no religiosa. Es miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR).

Su objetivo general es: “incrementar nuestra participación en el desarrollo económico y social del país, trabajando unidos Empresa Privada, Gobierno Central y Municipal”³².

Dentro de sus objetivos específicos se tienen:

- El fortalecimiento institucional.
- Capacitación y participación en eventos y ferias de turismo.
- Trabajo participativo por parte de todos los gremios que conforman la Cámara Salvadoreña de Turismo.
- Unificar a todo el sector turístico privado del país.
- Apoyar y liderar el turismo nacional.
- Apoyar la integración centroamericana por medio de FEDECATUR.
- Realizar distintos proyectos a través de formación de comités de trabajo especializados.
- Fomentar la competitividad.
- Rescate de los valores culturales y protección del medio ambiente.

La Misión y la Visión de CASATUR son:

MISIÓN:

Representar a nuestros socios, analizando sus necesidades e intereses, a través de la ejecución de programas y proyectos dirigidos al fortalecimiento y desarrollo del sector turístico.

³² Información institucional. www.casatur.com

VISIÓN:

Hacer del turismo el sector más importante de la economía nacional, como el primer generador de ingresos por divisas y posesionar a El Salvador como un destino turístico de clase mundial y líder a nivel regional.

CASATUR participa activamente en el fomento de la actividad turística en El Salvador, a través de programas de capacitación a sus socios, elaboran la propuesta del sector turístico para el Encuentro Nacional de la Empresa Privada (ENADE), elaboración de un mapa turístico de El Salvador, elaboración de un boletín informativo, amplia cooperación con el Sistema de Integración Centroamericano (SICA) y con CORSATUR para unificar esfuerzos entre la empresa privada y el gobierno.

Cuadro 18: Socios de CASATUR, por tipo y número

Tipo de socios	Número de socios
Aerolíneas	4
Agencias de Viajes	1
Artesanías	5
Asociaciones	1
Club de Diversiones	4
Embotelladoras	1
Galerías de Arte	0
Hoteles	22
Otras Actividades	15
Parques Acuáticos	0
Renta de Autos	6
Restaurantes y Cafés	31
Socios Particulares	0
Tiendas de Antigüedades	0
Tiendas Libres	2
Tour Operadores	20
Transporte Terrestre	1
Total	113

Fuente: Elaboración propia con datos de CASATUR

B. Asociación Salvadoreña de Agencias de Viajes y Empresas de Turismo (ASAV)

La asociación fue creada en 1960 con el fin de resguardar la ética profesional y ser mediadora entre los agentes de viajes y las compañías aéreas, además de procurar la unidad de los agentes de viajes no sólo en sus actividades comerciales sino en su relación con todos los segmentos que hacen al mercado turístico³³.

La lucha de su Comisión Directiva se centraliza en la búsqueda del bienestar de los asociados y en el esfuerzo por reforzar la unidad del sector. Actualmente posee 59 socios y miembros.

Sus objetivos institucionales son:

- Fomentar y estimular la unión entre socios y coordinar sus actividades.
- Representar a sus socios ante las autoridades con el fin de obtener su protección y la solución de sus problemas, en relación directa e inmediata con sus actividades en la materia de su especialización.
- Fomentar el turismo, unificando los criterios y los procedimientos en materia de publicidad y propaganda.
- Defender a sus socios en contra de competencias desleales.
- Actuar como arbitro entre sus socios y entre estos y los particulares en problemas respecto a sus transacciones comerciales.
- Proporcionar a sus socios la colaboración de técnicos y profesionales especializados.
- Constituir centros docentes de capacitación técnica o la inscripción a sus aulas de los socios que así lo pidieren, para obtener instrucciones especializadas en la materia.
- Propugnar por la moralización, limpieza, mejoramiento y desarrollo de los servicios turísticos.

³³ Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina (COTAL). www.cotal.org.ar

- Cooperar con las autoridades en general para que sus leyes, reglamentos y disposiciones se ajusten a las realidades de los servicios turísticos en general y representen un incentivo para el desarrollo y fomento del turismo.

C. Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador

Es una asociación que agrupa a empresarios del sector turístico en la rama de hostelería y cuyos estatutos fueron firmados en junio de 2004. Se encuentra integrada al Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica y es impulsada y apoyada por el Consejo Centroamericano de Turismo con el financiamiento de la Organización de Estados Americanos (OEA)³⁴.

La Misión y la Visión de la asociación se enuncian así:

MISIÓN:

Fortalecer el desarrollo de acciones solidarias que contribuyan a fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los Pequeños Hoteles de El Salvador.

VISIÓN:

Ser la Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, sostenible y representativa que ofrezca servicios de calidad; contribuyendo al desarrollo turístico.

D. Buró de Convenciones y Visitantes de la Ciudad de San Salvador

Fundado en 1973 con el objetivo de “promocionar a El Salvador como destino final para convenciones”, realiza sus principales actividades en los principales hoteles de la ciudad.

Desde su creación y hasta 1995, el Buró recibía fondos por \$15,000.00 anuales por parte del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), pero los fondos le

³⁴ Información institucional. www.asociaciondehotelesdeelsalvador.com

fueron suspendidos por la falta de resultados positivos. Actualmente su sostenibilidad financiera depende de las contribuciones y cuotas aportadas por sus socios.

E. Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES)

Asociación que nace en 1998 con un grupo de propietarios de restaurantes de la ciudad de San Salvador, obtiene su personería jurídica en el año 2000. ARES es considerada como la portavoz del sector de restaurantes en El Salvador, principalmente por el número de establecimientos que agrupa³⁵.

Las principales actividades de la asociación son:

- Representar a sus miembros en gestiones y trámites gubernamentales, y ante organismos o empresas del sector privado.
- Fomentar las relaciones y la cooperación entre los asociados mediante actos de participación colectiva: informativos, educativos, de investigación y análisis de problemas.
- Alentar la participación de los socios en todas aquellas manifestaciones colectivas en defensa de los intereses de los asociados.
- Prestar los diferentes servicios que se acuerden mediante la intervención de los funcionarios y el personal de la asociación para la realización de trámites y gestiones ante los organismos gubernamentales o privados.
- Implementar programas de capacitación y de actualización para los asociados y sus colaboradores.
- Promover la obtención de beneficios mutuos, de proveedores de servicios y de insumos, gestionar condiciones especiales por volumen a nombre de los socios.
- Proporcionar información oportuna y eficiente sobre todas las obligaciones legales que afecten a la operación de los restaurantes y

³⁵ Maybel Castro. Gerente de la Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES).

- todas las nuevas disposiciones o modificaciones de que se tenga noticia y que se pretendan implantar.
- Alentar la participación de los socios en aportar sus comentarios oportunamente sobre su percepción de los problemas que tengan o que avizoren y manifestación de sus opiniones al respecto.
 - Difundir oportunamente las noticias que puedan ser de interés para los asociados o que puedan afectarlos en su actividad, a través de publicaciones y boletines pertinentes.

La Misión y la Visión de la asociación se enuncian así:

MISIÓN:

Representar los intereses de los empresarios de la industria de restaurantes y velar por la calidad e integridad profesional en el servicio al cliente.

VISIÓN:

La Asociación de Restaurantes de El Salvador es reconocida por autoridades e instituciones del sector público y privado, y de la sociedad en general dentro y fuera de nuestras fronteras, como la gremial representativa de los intereses de los empresarios de restaurantes.

F. Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR)

ASOTUR es una entidad privada, apolítica, no lucrativa, ni religiosa que reúne a empresas operadoras de turismo que ofertan particularmente actividades turísticas tales como: aventura, arqueología, pesca, ocio, playa, naturaleza, congresos y convenciones³⁶.

Los fines de ASOTUR son:

- Coordinar, organizar y promover el desarrollo turístico de El Salvador en cualquiera de sus actividades y facetas a nivel nacional e internacional.

³⁶ Lic. Álvaro E. Cuellar. Vicepresidente de ASOTUR.

- Ser un marco de referencia para las actividades turísticas del país, facilitando los mecanismos necesarios para la coordinación entre entidades públicas y privadas, así como los servicios de información requeridos para la proyección del país.
- Fomentar y regular la unidad entre los operadores del turismo, tanto receptivo como emisor, a fin de obtener una representación como sector a nivel nacional e internacional.

G. Asociación Salvadoreña de Líneas Aéreas (ASLA)

ASLA es una Asociación sin fines de lucro, autorizada el 1 de julio de 1971 por Acuerdo Ejecutivo emitido por el Ramo del Interior, y publicado el 30 de julio de ese mismo año el Diario Oficial³⁷.

Sus fines estratégicos son:

- Fomentar las relaciones de cooperación entre las líneas aéreas representadas en El Salvador; y proteger de manera solidaria los intereses de cada uno de sus miembros cuando estos se vean afectados.
- Establecer normas comunes de conformidad a las leyes de país, para garantizar el mejor servicio al usuario.
- Establecer acuerdos de cooperación con las agencias de viajes y de carga del país, que beneficien y garanticen un mejor servicio al público, entre otros.
- Promover la superación y desarrollo de los servicios de transporte aéreo a través de la implementación de seminarios de capacitación, con el fin de mantener actualizados al personal de nuestros distribuidores (agencias de viajes y de carga) como a las líneas aéreas en áreas como boletaje, tarifas, sistema Sabre, sistema Amadeus, cultura turística, geografía, importaciones, exportaciones, actualizaciones de contabilidad, calidad a través de las personas etc. y ofrecer así un óptimo servicio al cliente.

³⁷ Karen de Molina. Ejecutiva de ASLA.

Actualmente son 16 líneas aéreas las que están asociadas a ASLA, distinguiendo entre líneas aéreas Operadoras (posee vuelos desde y hacia El Salvador), No Operadoras (no tienen vuelos pero sí están representadas en el país) y Cargueras (carga aérea).

H. Asociación Salvadoreña de Hoteles

Nace el 26 de septiembre de 1996, es una entidad apolítica, no lucrativa ni religiosa. Su principal finalidad es: “establecer filiales en todo el territorio de la República y fuera de él, ayudando al fortalecimiento de las relaciones entre hoteles, cooperación con entidades públicas y privadas para desarrollar actividades turísticas, así como de unificar el sector hotelero, constituyéndose por tiempo indefinido”³⁸.

Los fines estratégicos de la Asociación son:

- El desarrollo del turismo en El Salvador.
- El fortalecimiento de las relaciones entre hoteles.
- Presentaciones de bloques unidos para la consecución de sus fines.
- Cooperación con otros organismos o entidades públicas o privadas para desarrollar actividades turísticas.
- Organizar y ejecutar obras de carácter social y cultural en beneficio del turismo.
- Editar y hacer publicaciones para dar a conocer los diferentes hoteles en el exterior y promocionar eventos especiales de cada hotel a nivel nacional.

³⁸ Morena Torres. Ejecutiva de la Asociación Salvadoreña de Hoteles.

La Misión y la Visión de la Asociación son:

MISIÓN:

Agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera de El Salvador, uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico.

VISIÓN:

Ser la agremiación representativa de El Salvador, que provea valores agregados a sus afiliados y ser líderes del sector turístico.

Actualmente, la Asociación Salvadoreña de Hoteles cuenta con 24 hoteles asociados en las áreas de ciudad, playa y montaña.

3. Organismos Regionales

A. Organización Mundo Maya (OMM)

Constituida en 1992 por los gobiernos de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y México, la OMM es un organismo regional que se encuentra presidido por los ministerios de turismo de los países miembros.

Sus objetivos son³⁹:

- Facilitar el tránsito libre de los turistas en el Mundo Maya.
- Posicionar y diversificar el producto bajo un estándar de excelencia.
- Fortalecer mecanismos para la ejecución de programas de proyectos de turismo sostenible.
- Conservar y manejar productivamente la biodiversidad y el patrimonio cultural.
- Desarrollar sistemas de medición para facilitar la toma de decisiones.

³⁹ Información institucional. www.mundomayaorganizacion.org

Estos objetivos se pretenden alcanzar a través de las siguientes estrategias:

- Involucramiento del sector privado y público para armonizar acciones en búsqueda de objetivos comunes.
- Comercialización de marca Mundo Maya.
- Promoción del Mundo Maya como una sola región, que significa un multiproducto multidesestino, compuesto por 5 países.

La Misión y la Visión de la OMM son⁴⁰:

MISIÓN:

Promover el desarrollo sostenible de la región Mundo Maya a través del turismo.

VISIÓN:

Organización con reconocimiento mundial que promueve la región Mundo Maya.

B. Agencia de Turismo de Centroamérica (CATA)

CATA (por sus siglas en inglés) cuenta con la experiencia internacional de organizaciones mixtas de promoción turística, con autonomía de gestión y una amplia participación de los gobiernos regionales y el sector privado.

La sede se encuentra en Madrid, España; esto se debe a que, según la agencia, se encuentra en el centro del mercado con mayor potencial de crecimiento de turistas y divisas para Centroamérica.

Sus miembros fundadores fueron las administraciones nacionales de turismo y las cámaras nacionales de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

La Misión y la Visión de la agencia se enuncian así⁴¹:

⁴⁰ Ídem.

⁴¹ Información Institucional. www.visitcentroamerica.com

MISIÓN:

Atraer mayores turistas y divisas en beneficio del crecimiento económico de la región centroamericana a través de una promoción competitiva en los mercados de mayor potencial.

VISIÓN:

Ser una parte activa en el desarrollo sostenible de Centroamérica, a través de la promoción turística, otorgando un servicio de excelencia.

C. Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)

Conformado por los ministerios de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, el CCT es un órgano subsidiario del SICA⁴².

Su objetivo principal es: “facilitación y fomento del desarrollo del turismo en toda la región centroamericana, para lo cual promueve que esta industria se integre como un sector estratégico en cada país, a fin de coadyuvar al desarrollo turístico sostenible de la región”⁴³.

Para ello, busca facilitar y estimular el desarrollo del turismo a nivel centroamericano, eliminando obstáculos a la libre circulación de las personas de la región e integrando el fomento del turismo.

La Misión y la Visión de la institución son:

MISIÓN:

Centroamérica como un multidesestino integrado, sostenible y de alta calidad.

⁴² www.sgsica.org/cct

⁴³ Ídem.

VISIÓN:

Proporcionar al visitante experiencias altamente satisfactorias y enriquecedoras a través de productos turísticos sostenibles y competitivos, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Centroamérica.

D. Federación de Cajas de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR)

Fue constituida en febrero de 2004 como una organización regional privada, con personalidad jurídica, sin fines de lucro, apolítica y no partidaria⁴⁴.

La Misión y la Visión de la Federación se enuncian así:

MISIÓN:

Representar y defender los intereses del sector turístico privado de Centroamérica, para lograr la integración regional y el desarrollo sostenible del sector turístico.

VISIÓN:

Constituirse en líder y portavoz eficaz del sector privado centroamericano.

E. Red de Comunicadores de Turismo de Centroamérica (TOURCOM)

Creada en abril de 2005, la TOURCOM nace con el propósito de convertirse en un ente regional encargado de promover a nivel mundial la oferta turística de cada uno de los países de la región, fortaleciendo los procesos de integración del sector y logrando un manejo adecuado de la información en la prensa nacional de cada uno de los países miembros, en situaciones de conflictos sociales⁴⁵.

⁴⁴ www.sgsica.org/cct/fedecatur

⁴⁵ www.sgsica.org/cct/tourcom

Su creación fue apoyada por la OMT a través de su Departamento de Prensa y Comunicaciones, así como del sector privado de la región por medio de los jefes de redacción de los medios de comunicación social y periodistas.

La Misión y la Visión de la Red son:

MISIÓN:

Apoyar todas las acciones de divulgación, promoción y mercadeo que contribuyan a mejorar la imagen de la región en los mercados internacionales.

VISIÓN:

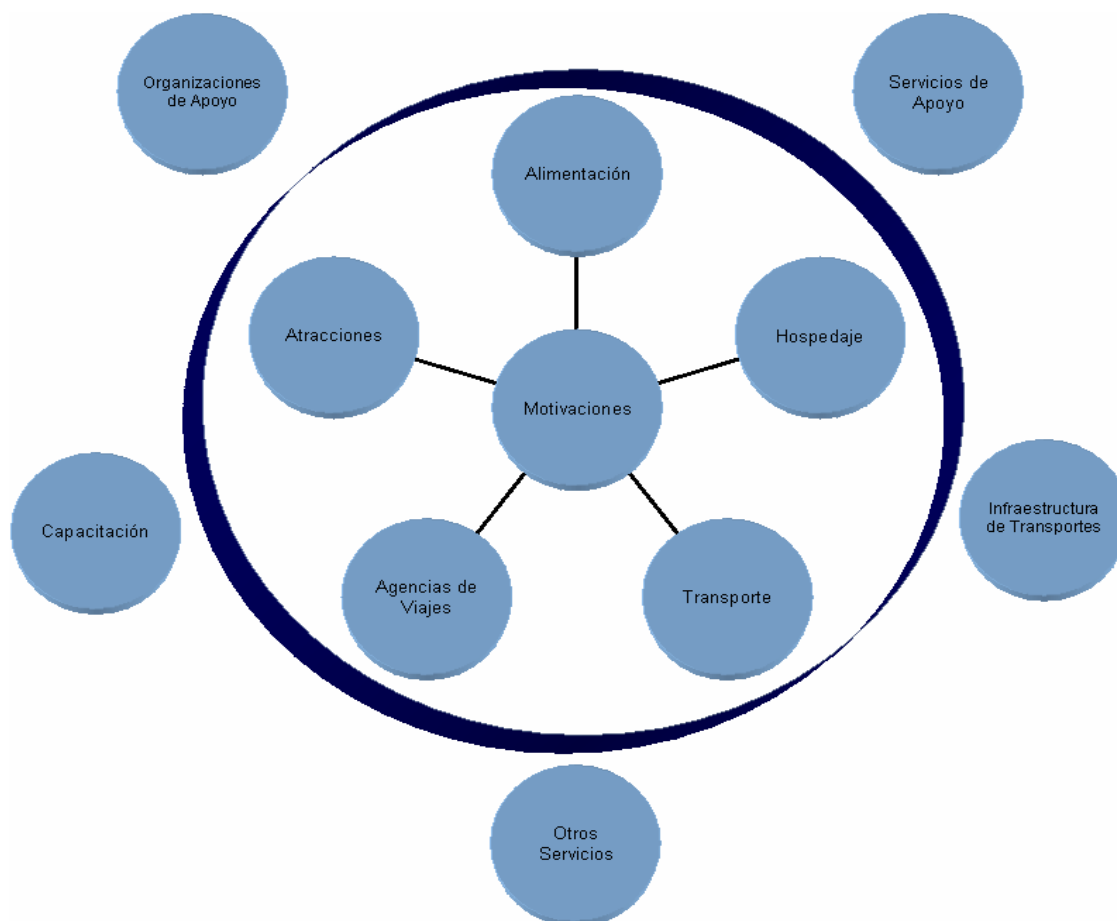
Ser la fuente de información más importante en materia de turismo en Centroamérica.

4. El Cluster de Turismo en El Salvador y sus Interacciones

El análisis de la industria turística salvadoreña va más allá de involucrar a sus partes más visibles (hoteles, líneas aéreas, agencias de viajes, etc.), sino también mostrar otros elementos involucrados que, aunque no tienen contacto directo con el turista, sirven de apoyo para la prestación del servicio.

A continuación se presenta una figura que muestra el esquema del Cluster de Turismo en El Salvador, el cual gira alrededor del turista:

Figura 3: Esquema del Cluster de Turismo en El Salvador



Fuente: Elaboración propia basándose en información de “Turismo en El Salvador: el Reto de la Competitividad”.

En el centro del esquema, se ubican las motivaciones presentes en los turistas que los impulsa a visitar El Salvador, entre éstas destacan: cultura, naturaleza, aventura, negocios, convenciones.

Dentro del círculo y alrededor de las motivaciones, se ubican todos aquellos elementos presentes en la prestación del servicio turístico y que tienen una interacción directa con el turista, a saber:

- Alimentación:
Se agrupan aquí los restaurantes, ventas informales y asociaciones tales como ARES.

- **Hospedaje:**
Dentro de los que se incluyen hoteles, casas de huéspedes, apart-hoteles y otros hospedajes. Se ubican en este elemento asociaciones tales como la Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador y Asociación Salvadoreña de Hoteles.
- **Transporte:**
Destacan aerolíneas, alquiler de autos, taxis y otros tipos de transporte acuático, además de asociaciones como ASLA.
- **Agencias de Viaje:**
Tales como mayoristas, minoristas y tour operadores. Se incluyen aquí asociaciones tales como ASAV y ASOTUR.
- **Atracciones:**
Entre las que se mencionan áreas protegidas, museos, monumentos, entretenimiento, centros de ventas de artesanías, centros comerciales, etc.

En cuanto a los elementos que se encuentran fuera del círculo, éstos se consideran sectores de apoyo para brindar el servicio al turista pero no interactúan directamente con él, estos son:

- **Organizaciones de Apoyo:**
Destacan el Ministerio de Turismo, ISTU, CORSATUR, CONCULTURA y CASATUR a nivel nacional. En el ámbito regional se encuentran OMM, CATA, CCT y FEDECATUR.
- **Servicios de Apoyo:**
Se ubican en este elemento las comunicaciones, información y reservación, la banca, etc. Se menciona aquí al Buró de Convenciones y Visitantes de la Ciudad de San Salvador y PROESA en el ámbito nacional, y TOURCOM a nivel regional.

- Infraestructura de Transportes:
Elementos físicos que facilitan el transporte de turistas tales como aeropuertos, carreteras y puertos.
- Otros Servicios:
Asociados a la seguridad, salud, migración y aduanas.
- Capacitación:
Para contar con personal cualificado en tareas turísticas se requiere de programas de capacitación gerencial, oficios vocacionales, idiomas, etc.

Capitulo VI

ANÁLISIS DE LA NORMATIVA LEGAL SOBRE TURISMO EN EL SALVADOR

CAPITULO VI

ANÁLISIS DE LA NORMATIVA LEGAL SOBRE TURISMO EN EL SALVADOR

1. Ley de Turismo

1.1. Reseña Cronológica

El 28 de abril de 2005, el Ministerio de Turismo de El Salvador, hace del conocimiento público que el Anteproyecto de la Ley de Turismo se encuentra listo; presentado inicialmente a los sectores privado y municipal, para luego ser enviado a la Comisión de Juventud, Deportes y Recreación de la Asamblea Legislativa.

El Anteproyecto es presentado ante la Asamblea Legislativa el 17 de agosto de 2005 por el Ministro de Turismo, el Lic. José Rubén Rochi; quien, en compañía de representantes de las principales gremiales del sector, hace entrega de la iniciativa al Presidente de la Asamblea Legislativa, el Lic. Ciro Cruz Zepeda.

La Ley de Turismo es aprobada el 10 de diciembre de 2005 con 45 votos provenientes de Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), Partido de Conciliación Nacional (PCN) y Partido Demócrata Cristiano (PDC). Debido a su desacuerdo con la misma, se retiran de la plenaria las fracciones del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), Cambio Democrático (CD), Frente Democrático Revolucionario (FDR) y Partido Popular Social Cristiano (PPSC).

A través del decreto No. 899, la Ley de Turismo entra en vigencia el 18 de enero de 2006 como una herramienta que busca propiciar el desarrollo del sector turístico de manera estructurada.

1.2. Estructura Capítular

La Ley esta compuesta por diez (10) capítulos dentro de los cuales se contabilizan cuarenta y un (41) artículos. El número de artículos por capítulo se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 19: Estructura capítular de la Ley de Turismo

Capítulo	Artículo Inicial – Artículo Final	Número de Artículos
Capítulo I: Objeto y Definiciones	1 - 3	3
Capítulo II: Competencias en Materia de Turismo	4 - 8	5
Capítulo III: Del Registro Nacional de Turismo	9 - 9	1
Capítulo IV: De las Obligaciones de las Personas Inscritas en el Registro	10 - 15	6
Capítulo V: De los Ingresos para la Promoción Turística	16 - 19	4
Capítulo VI: Fomento a la Industria Turística	20 - 24	5
Capítulo VII: De las Infracciones y Sanciones	25 - 28	4
Capítulo VIII: Del Procedimiento Sancionador	29 - 35	7
Capítulo IX: Disposiciones Transitorias	36 - 37	2
Capítulo X: Disposiciones Finales, Derogatorias y Vigencias	38 - 41	4
Total		41

Fuente: Elaboración propia.

1.3. Análisis de los Principales Componentes de la Ley de Turismo

1.3.1. Consideraciones Iniciales

La Ley de Turismo de El Salvador presenta un total de cuatro consideraciones iniciales que sirven de base para la formulación de la legislación concerniente al sector turístico.

La primera consideración hace una alusión directa de la obligatoriedad del Estado en el fomento y promoción del desarrollo económico y social del país. Esta obligación le deviene directamente de la Constitución de la República, particularmente en el artículo 101 que establece que:

“Art. 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”⁴⁶.

La segunda consideración hace referencia a la caracterización de los recursos de interés turístico con los que cuenta El Salvador, destacándose la ubicación geográfica del territorio, bellezas naturales y aspectos históricos y culturales. También, se observa en esta consideración un componente económico y social en el que se establece una correlación directa entre el desarrollo del sector turístico con un aumento en los indicadores ocupacionales y su impacto en el nivel de vida de la población.

La tercera consideración enmarca al Turismo como una actividad económica prioritaria en las estrategias gubernamentales para el desarrollo económico; tal y como se ha planteado en la Justificación de la Investigación, el Turismo se encuentra contemplado dentro del Plan de Nación del actual gobierno. Como elemento importante de ser resaltado, esta Ley es presentada como un instrumento que permita condiciones favorables para iniciativas de inversión del sector privado, evidenciando así el interés por generar competencia en el sector que conlleven a mejoras en la producción y prestación del servicio.

En lo que respecta a la cuarta y última consideración, se plantea la imperiosa necesidad de brindar reglas claras a los diferentes actores de la actividad turística, que les permita actuar bajo una tutela legal que les garantice la

⁴⁶ Constitución Política de la República de El Salvador. Título V. Orden Económico

inexistencia de decisiones de índole política o actividades por parte de otros competidores que, de manera arbitraria, viole la libre competencia, acceso a información y a mercados y otra serie de garantías constitucionales.

1.3.2. Objeto y Sujetos

El objeto y los sujetos de la Ley se establecen en el artículo 1 de la misma, enunciándose así:

“Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras”⁴⁷.

Los sujetos a los cuales esta dirigida la presente ley son todas aquellas personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que realicen inversiones o participen en la industria o prestación de servicios turísticos, además de todas las instituciones públicas y privadas que se encuentren relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en el país.

Es claro que las tres principales finalidades de la normativa están centradas en el fomento, protección y regulación de la industria turística.

El objetivo de fomento al sector se encuentra estipulado claramente en el capítulo VI de la Ley, principalmente a través de una serie de incentivos de índole fiscal, de asistencia técnica, de promoción, y premios de reconocimiento por actividades o desempeño.

La promoción a la que hace referencia el objeto de la Ley, busca realizarse a través de contribuciones especiales, cuyo monto recaudado será destinado a la promoción de El Salvador como destino turístico; los hechos generadores de

⁴⁷ Ley de Turismo. Capítulo I. Objeto y Definiciones.

dichas contribuciones, montos, formas de recaudación y asignaciones presupuestarias se detallan en el capítulo V de la Ley y serán analizados en párrafos posteriores.

Las regulaciones en la Ley son mínimas, prevalece aquí la libre voluntad de las partes. Las regulaciones se concentran en los capítulos IV y VII donde se abordan aspectos concernientes a las obligaciones y a las infracciones y sanciones respectivamente.

Resulta importante destacar que el cumplimiento de los objetivos planteados en esta Ley no se alcanzará por la sola existencia de este cuerpo legal y los incentivos y beneficios en él establecidos. Convertir a El Salvador en un destino turístico mundial requiere de acciones que van más allá de consideraciones legales; aún así, la existencia de esta ley permite a los inversionistas, tanto nacionales como extranjeros, contar con una normativa que les brinde seguridad jurídica e igualdad de condiciones en sus actividades.

1.3.3. La Institucionalidad

La aprobación de la Ley de Turismo permite, en gran medida, solventar uno de los principales problemas que han aquejado al sector durante varios años, que es el relativo a la triplicidad de funciones y competencias en materia turística, atribuidas al recién creado Ministerio de Turismo y a las autónomas ISTU y CORSATUR.

Sumado a lo anterior, la Ley hace referencia, sin añadir más normas a las ya existentes, a la competencia de otras oficinas e instituciones públicas encargadas de asuntos específicos tales como la protección y conservación del patrimonio cultural, natural e histórico del país; así como también lo relativo a la autorización de construcciones o edificaciones, respetando la vocación turística de la zona o facilitando su preservación. (Art. 4, inciso segundo y Art. 8).

Cuando la Ley de Turismo, en su artículo 4, establece al organismo rector en materia turística, no hace mención expresa del Ministerio de Turismo, sino que hace referencia a una Secretaría de Estado que tampoco identifica por su nombre. No obstante, se entiende que las atribuciones que la Ley confiere a esta Secretaría de Estado, deben ser ejercidas por el Ministerio de Turismo.

“Art. 4.- La Secretaría de Estado que de acuerdo al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo conozca de la materia de turismo en adelante la Secretaría de Estado, es el organismo rector en materia turística;...”⁴⁸.

Las atribuciones que la Ley hace al ente rector en materia turística son:

- Cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo. (Art. 4, inciso primero).
- Cumplimiento de los objetivos de la Ley de Turismo y sus reglamentos. (Art. 4, inciso primero).
- Elaboración y ejecución de estudios de proyectos que identifiquen áreas territoriales con potencial de desarrollo turístico. (Art. 5).
- Vigilancia e inspección de empresas o establecimientos que presten servicios turísticos. La vigilancia se hará especialmente en aquellas que se encuentren en el Registro Nacional de Turismo. (Art. 6 y 7).
- Para dar cumplimiento con la vigilancia e inspección, el ente rector deberá proporcionar a sus delegados la identificación correspondiente. (Art. 10, inciso segundo).
- Brindar información, respaldo y apoyo a toda persona natural o jurídica dedicadas a la prestación de servicios turísticos y que se encuentren inscritas en el Registro Nacional de Turismo, cuando se trate de beneficios al sector turístico nacional. (Art. 21).

⁴⁸ Artículo 4, inciso primero. Capítulo II. Competencias en Materia de Turismo. Ley de Turismo.

- Emitir opinión, favorable o desfavorable, para que el Ministerio de Hacienda pueda otorgar los beneficios fiscales a empresas turísticas que cumplan con las condiciones establecidas en la Ley. (Art. 22).
- Ordenar la investigación de infracciones y aplicación de las sanciones establecidas en la Ley. (Art. 28).

La Ley también otorga funciones y atribuciones específicas a CORSATUR, las cuales son:

- Administración y control del Registro Nacional de Turismo con jurisdicción nacional. (Art. 9).
- Recibir los montos generados por las contribuciones especiales establecidas en el Art. 16 de la Ley de Turismo. Estos serán entregados en las partidas presupuestarias que para CORSATUR asignadas en el Presupuesto General de la Nación. (Art. 19).
- Preparación del catálogo de la oferta turística de El Salvador. (Art. 21, literal a).

En cuanto al ISTU, esta institución no se menciona ni una sola vez en la Ley de Turismo; a pesar de ello, las reformas a la ley de la institución establecen claramente cual será su función: promover y estimular el turismo interno, incluyendo la administración de los turicentros de propiedad estatal.

Cuadro 20: Atribuciones y competencias del Ministerio de Turismo, CORSATUR e ISTU

Institución	Atribuciones y Competencias
Ministerio de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación de las políticas del sector. • Toma de decisiones sobre planes y proyectos. • Imposición de sanciones.
CORSATUR	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de las políticas y proyecto establecidos por el Ministerio de Turismo. • Fomento del turismo proveniente del extranjero.
ISTU	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento del turismo interno. • Administración de los turicentros estatales.

Fuente: Elaboración propia.

1.3.4. Registro Nacional de Turismo

La Ley de Turismo contempla su creación en el Art. 9, encargando a CORSATUR su administración y control.

“Art. 9.- Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales”⁴⁹.

Es importante destacar que este Registro funcionará como una especie de inventario de las empresas de índole turística que operan en El Salvador; esto debido a que su inscripción no es obligatoria. Las empresas que decidan inscribirse lo harían por el hecho de gozar de los beneficios que plantea la Ley. Por otra parte, aquellas empresas que no gozan o no tienen el interés de gozar de dichos beneficios, no verán razones para inscribirse al Registro, considerando además que se evitarían el pago de los derechos de su inclusión.

Las normas alusivas al Registro presentan ambigüedades. Por una parte se establece que queda a la libre decisión de las empresas turísticas inscribirse o no en el Registro (Arts. 9 y 21), y por otra parte, otros artículos si orientan a que dicha inscripción debe de realizarse, independientemente si estas empresas gozan o no de los incentivos que otorga la ley (Arts. 10, 25 literal c y 27).

Además, la Ley parece indicar que las actividades de vigilancia sobre el cumplimiento de la normativa turística por parte de las empresas, será más riguroso sobre aquellas inscritas en el Registro (Art. 6), bajo la justificación de mantener y preservar vigentes las clasificaciones y categorías otorgadas a los servicios turísticos.

⁴⁹ Artículo 9. Capítulo III. Del Registro Nacional de Turismo. Ley de Turismo.

Si es muy clara la legislación en determinar que toda aquella empresa turística que desee gozar de los beneficios e incentivos que otorga la Ley, deberá estar inscrita en el Registro Nacional de Turismo (Arts. 9 y 21)

1.3.5. Obligaciones

Se establece en la normativa legal concerniente a Turismo, una serie de obligaciones que deben cumplir los titulares y empresas turísticas que se encuentren inscritas en el Registro.

En este apartado, la Ley establece obligaciones para aquellas empresas inscritas en el Registro y que gocen o no de los incentivos fiscales que permite la Ley; y además, agrega otras obligaciones propias para aquellas empresas que si gozan de dichos incentivos fiscales. No queda claro el cumplimiento de estas obligaciones para aquellas empresas turísticas que decidan no inscribirse en el Registro.

Las obligaciones establecidas en la normativa para las personas y empresas turísticas registradas son:

- Dar cumplimiento a la Ley y sus reglamentos. (Art.10, literal a).
- Dar información y documentación sobre el desarrollo de sus actividades, cuando así le sea solicitado. (Art. 10, literal b).
- Permitir y facilitar el ingreso de los funcionarios de la Secretaría de Estado que se encuentren en cumplimiento de sus funciones y que estén debidamente identificados. (Art. 10, literal c).
- Otorgar información objetiva, veraz y transparente a los clientes sobre lugares de destino, condiciones de viaje, recepción, estadía, precio, reservaciones y calidad del servicio. (Art. 12).
- Velar por la seguridad, prevención de accidentes, protección sanitaria e higiene alimenticia de sus clientes; esto en cooperación de las

autoridades públicas (Art. 13). Esto indica que las empresas turísticas también deben de velar por el cumplimiento de normativas contenidas en el Código de Salud y el Código Civil, y cooperar con entidades tales como Ministerio de Salud, Policía Nacional Civil, entre otras.

- Proteger y preservar el patrimonio natural (ecosistemas, diversidad biológica, especies en peligro, flora y fauna) cuando desarrollen actividades turísticas o se erijan infraestructuras para tal fin. (Art. 14).
- Proteger y preservar el patrimonio artístico, arqueológico y cultural, así como organizar actividades turísticas que permitan la supervivencia, enriquecimiento y florecimiento de la cultura, artesanías y folklore. (Art. 15).

Además de las obligaciones antes detalladas, la Ley establece que las personas y empresas que gozan de los incentivos fiscales previstos en la legislación turística, cumplan con otras obligaciones las cuales son:

- Hacer uso de los incentivos fiscales recibidos para los fines de la actividad incentivada. (Art. 11, literal a).
- Cumplir con las normativas asociadas a infraestructura de tipo turístico y calidad y prestación de servicios. (Art. 11, literal b).
- Informar a la Secretaría de Estado sobre cualquier cambio relativo a: modificaciones en los planes y proyectos sobre el giro de la empresa y venta o traspaso de activos u acciones. (Art. 11, literal c).
- Permitir y facilitar las inspecciones que realice personal de la Secretaría de Estado y del Ministerio de Hacienda.

1.3.6. Incentivos y Régimen Fiscal

A. Ingresos para la Promoción Turística

La actual legislación en materia de turismo contempla la creación de un impuesto al que la Ley denomina “contribución especial”, cuyos montos recaudados serán empleados en la promoción de El Salvador como destino turístico.

Esta contribución especial se establece en el Art. 16 y parte de dos hechos generadores:

- a. El pago de alojamiento en establecimientos que presten este tipo de servicios, serán cargados con un 5% aplicado a su precio diario, excluyendo para su cálculo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA).
- b. Pago de US\$ 7.00 por salida del territorio nacional por vía aérea y por persona.

Sobre el hecho generador detallado en el literal b., la Ley fija exentas de pago de esa contribución especial a las siguientes personas:

- Tripulaciones de las naves aéreas comerciales y militares.
- Misiones oficiales, nacionales y extranjeras.
- Delegaciones deportivas nacionales o extranjeras.
- Representantes de organismos internacionales (con previa solicitud del Ramo de Relaciones Exteriores al Ministerio de Hacienda).

La misma Ley fija quiénes serán los agentes de retención de la contribución especial, a saber: el establecimiento hotelero que preste el servicio y la empresa aérea que preste el servicio de transporte. (Art. 17).

Los agentes de retención deberán enterar los recursos al Fondo General del Estado, durante los primeros diez días hábiles de cada mes (Art. 18). Estos fondos serán incluidos en las partidas presupuestarias que anualmente se asignan a CORSATUR en el Presupuesto General del Estado (Art. 19).

La Ley de Turismo también establece en su Art. 37, que todas aquellas empresas que gocen de los beneficios e incentivos fiscales establecidos en ella, deberán contribuir con el 5% de las ganancias que obtengan durante el periodo de exoneración, y estos montos irán directamente a las contribuciones especiales para la promoción del turismo. Es importante resaltar que el Art. 37 se encuentra dentro del capítulo de las Disposiciones Transitorias de la mencionada Ley.

La existencia de estas contribuciones especiales ha traído consigo críticas debido a que se encarecerá el precio de los servicios que presta el Aeropuerto Internacional de El Salvador (actualmente uno de los más altos en Centroamérica), y al alza en las tarifas hoteleras, a pesar de que otros países de la región aplican porcentajes mayores a los servicios de alojamiento.

Cuadro 21: Derechos de embarque a la salida de aeropuerto.

País	Derecho de embarque (US\$)
Belice	20.00
Costa Rica	26.00
El Salvador	32.00
Guatemala	30.00
Honduras	30.00
Nicaragua	32.00
Panamá	20.00

Fuente: CORSATUR. 2005

Cuadro 22: Pago por servicio de alojamiento.

País	Porcentaje
Belice	7%
Costa Rica	3%
El Salvador	5%
Guatemala	11%
Honduras	4%
Nicaragua	15%
Panamá	10%

Fuente: CORSATUR. 2005

A pesar de que se asegura que el dinero captado se utilizará exclusivamente para la promoción turística y además es deseable que el Gobierno Central asigne fondos para el fomento de dicha actividad, no existen garantías reales para que esto suceda y dependerá mucho de la voluntad gubernamental de financiar el sector y de la disciplina fiscal del Gobierno.

En futuros análisis habrá que determinar si la aplicación de estas contribuciones especiales fueron un estímulo o no para el sector y si se utilizaron efectivamente en la promoción turística del país.

B. Beneficios e Incentivos

Los beneficios e incentivos contemplados en la Ley de Turismo se encuentran reservados únicamente para aquellas empresas turísticas que se encuentren inscritas en el Registro Nacional de Turismo. La finalidad que persiguen se observa en el Art. 20:

“Art. 20.- Los beneficios e incentivos que se establecen en la presente Ley están dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país”⁵⁰.

⁵⁰ Artículo 20. Capítulo VI. Fomento a la Industria Turística. Ley de Turismo.

Los beneficios generales a los que las empresas turísticas registradas pueden acceder son:

- Su inclusión en el catálogo de oferta turística salvadoreña que prepare CORSATUR. (Art. 21, literal a).
- Obtener información y respaldo de parte del ente rector del turismo, ante diferentes oficinas estatales y siempre que exista un interés turístico. (Art. 21, literal b).
- Apoyo por parte del ente rector del turismo a solicitud de las gremiales turísticas y que conlleve un beneficio para el sector. (Art. 21, literal c).
- Ser sujeto de participación en candidaturas a premios o reconocimientos por parte del ente rector del turismo, por el desempeño de actividades turísticas. (Art. 21, literal d).
- Apoyo para la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas con potencial turístico. (Art. 21, literal e).

Dentro del sector turístico nacional, son los incentivos de índole fiscal los que han recibido mayor apoyo y aprobación, son por lo tanto lo que se consideran más importantes.

Estos se encuentran en el Capítulo IX: Disposiciones Transitorias, y se puede acceder a ellos cuando, durante un plazo de 10 años contados a partir de la entrada en vigencia de la Ley, se realice una nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional y cuente con un monto de capital propio de al menos US\$ 50,000.00; los incentivos fiscales específicos son:

- Exoneración del impuesto sobre transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición de inmuebles destinados al proyecto. (Art. 36, literal a).
- Exención del pago de aranceles e impuestos (incluyendo IVA) sobre la importación de bienes, maquinaria, equipos y materiales de construcción

- destinados al proyecto. Esto con la salvedad de que el monto exonerado no puede exceder del 100% del capital propio invertido. (Art. 36, literal b).
- Exención del pago del impuesto sobre la renta por un periodo de 10 años contados a partir de la fecha de inicio de operaciones del proyecto. (Art. 36, literal c).
 - Exención parcial de impuestos municipales cuando sea relativo a actividades turísticas hasta por un 50% de su valor. El periodo permitido es de 5 años contados a partir de la fecha de inicio de operaciones del proyecto, siendo necesario que el interesado se presente al municipio correspondiente con la documentación que exige la Ley de Turismo para tal fin. (Art. 36, literal d).

Además del plazo establecido por la Ley para acceder a los incentivos fiscales, éstos solo pueden ser solicitados una vez, salvo que haya ampliaciones a las inversiones en infraestructura de la empresa, siempre dentro de los 10 primeros años, y los montos de cada una de ellas sea equivalente a lo establecido en la Ley.

La calificación de Proyecto de Interés Turístico Nacional que se requiere para gozan de los incentivos fiscales, será otorgada por el ente rector, en este caso, el Ministerio de Turismo (Art. 36, inciso tercero). El otorgamiento propiamente dicho de los incentivos fiscales será bajo Acuerdo Ejecutivo emitido por el Ministerio de Hacienda, quien previamente ha recibido la opinión favorable por parte del Ministerio de Turismo con la colaboración del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) y el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA). (Art. 22, inciso segundo).

1.3.7. Régimen de Infracciones y Sanciones

A. Infracciones y Sanciones

Las infracciones que son contempladas en la Ley son las siguientes:

- Dar un uso diferente a los incentivos fiscales recibidos. (Art. 25, literal a).
- Presentar datos falsos o no entregar la información requerida por las instituciones facultadas por la Ley de Turismo. (Art. 25, literal b).
- Falsificar la inscripción en el registro. (Art. 25, literal c).
- Cobrar impuestos, derechos u otros tributos que no sean los establecidos en la Ley. (Art. 25, literal d).
- Incumplir con lo establecido por el literal c, Art. 11 de la Ley de Turismo. (Art. 25, literal e).
- No permitir o dificultar la supervisión por parte de las autoridades competentes. (Art. 25, literal f).
- No comparecer a las citaciones, sin causa justificada, que por vía legal les hiciera la autoridad competente. (Art. 25, literal g).
- Realizar actos discriminatorios por razones de género, nacionalidad, etnia, preferencia sexual, religión u otras, al momento de la prestación de los servicios. (Art. 25, literal h).
- Incumplir cualquier obligación no especificada pero contenida en la Ley de Turismo, sus reglamentos o cualquier otra ley que regule la materia. (Art. 25, literal i).

Los artículos 26 y 27 de la Ley, establecen los diferentes niveles de las infracciones, agrupándolas de la siguiente forma:

- Leve: las contenidas en los literales g y h del Art. 25.
- Grave: las contenidas en los literales e y f del Art. 25.
- Muy Grave: las contenidas en los literales a, b, c y d del Art. 25.

Las sanciones, atendiendo al nivel de gravedad de la infracción, se fijan basándose en el salario mínimo vigente para trabajadores de comercio y servicio, el cual asciende a US\$ 5.81 diarios⁵¹ (US\$ 174.30 mensuales). Estas son (Art. 26):

- Leve: multa de veinte salarios mínimos, lo que equivale a US\$ 3,486.00
- Grave: multa de treinta salarios mínimos, lo que equivale a US\$ 5,229.00
- Muy Grave: multa de cuarenta salarios mínimos, lo que equivale a US\$ 6,972.00. Además, se revocarán los incentivos otorgados y se cancelará el asiento de la empresa en el Registro Nacional de Turismo.

Un aspecto que requiere especial atención es lo tratado en el inciso final del Art. 26, que se lee así:

“Las sanciones señaladas se aplicarán sin perjuicio de otras que las leyes respectivas señalen para tales actos u omisiones. El cumplimiento de la sanción no eximirá al infractor de la obligación de cumplir con las obligaciones reguladas en esta Ley.”

Sobre este particular, el Departamento de Estudios Legales (DEL) de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), en su Boletín de Estudios Legales⁵² señala:

“...establece la disposición muy común que las sanciones establecidas en dicha ley se aplicarán sin perjuicio de las contenidas en otras leyes para las mismas acciones. Este tipo de disposiciones que implican múltiple tipificación y sanción de la misma conducta, han sido señaladas, con justa razón, como

⁵¹ Salario mínimo vigente para el sector de Comercio y Servicios. Decreto Ejecutivo No. 83 de fecha 23 de agosto de 2006, publicado en el Diario Oficial No. 156, Tomo No. 372 de fecha 24 de agosto de 2006. Vigencia 1 de septiembre de 2006. Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MINTRAB).

⁵² Boletín de Estudios Legales. No. 59. Comentarios a los Anteproyectos de Leyes Relativas al Sector Turístico. Noviembre de 2005.

inconstitucionales, ya que implica juzgar y condenar a la misma persona dos veces por la misma causa”.

B. Procedimiento Sancionador

El procedimiento establecido para sancionar las infracciones contempladas en la normativa legal, esta contenido a partir del Art. 29 hasta el Art. 35.

Las investigaciones pueden iniciar a solicitud del interesado (Art. 29) o directamente por la Secretaría de Estado, en este caso, el Ministerio de Turismo, cuando por cualquier medio tenga conocimiento del incumplimiento de las obligaciones que establece la Ley por parte del titular y/o de sus empresas turísticas (Art. 30).

Un aspecto del proceso que puede derivar en la legitimación de incumplimientos o actividades ilegales es el breve periodo que señala la Ley para la prescripción de las facultades para investigar e imponer sanciones.

En el caso de las infracciones leves y graves, la prescripción es de seis meses contados a partir de la fecha en la que se haya cometido la infracción; y para las infracciones muy graves es de un año (Art. 35); por lo que, de no detectarse a tiempo la infracción por parte de la autoridad competente, esta puede quedar sin la sanción respectiva.

2. Otras Leyes Relativas al Sector Turismo

El Salvador cuenta también con otra serie de cuerpos legales que regulan aspectos asociados a la industria turística⁵³. La actual Ley de Turismo contempla

⁵³ Véase: Corte Suprema de Justicia de El Salvador. Leyes de Turismo en <http://www.csj.gob.sv/institucional/legislacion/legislacion.htm>

su existencia y busca prever la duplicidad o incompatibilidad entre las diferentes disposiciones y/o normativas, otorgándose así misma un carácter especial, y por lo tanto prevaleciente, sobre otras leyes relacionadas, de manera tal que su aplicación garantice de la mejor forma posible la eficacia en la consecución de los fines que les hayan sido atribuidos (Art. 38); o bien derogando algunas de ellas como son los casos específicos de la Ley de Fomento de la Industria Turística (Art. 40, literal a) y la Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística (Art. 40, literal b).

Esta otra serie de normativas legales que regulan determinados aspectos de la actividad turística y que aún se encuentran vigentes dentro de la legislación nacional son:

A. Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

Decreto Ley No. 469 del 13 de diciembre de 1961. Esta ley surge a partir de las consideraciones sobre la obligatoriedad del Estado de fomentar el desarrollo industrial y cultural del país, siendo el turismo uno de los medios para su fomento; además de la conveniencia de contar con un organismo encargado de su desarrollo. Para un mayor análisis institucional véase el apartado “5.1.2 Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)” en el capítulo V de la presente investigación.

B. Decreto que declara Zona de Desarrollo Turístico Artesanal a la del antiguo Puerto de La Libertad

Decreto Ejecutivo No. 70 del 31 de agosto de 1976. El 6 de abril de 1976 bajo Decreto Legislativo No. 492 se habían dado por terminados los servicios del Puerto de La Libertad como puerto abierto al comercio internacional para ser transformado en puerto pesquero comercial artesanal y ser integrado al complejo turístico a desarrollarse en la zona. Las tareas de coordinación y ejecución de

los proyectos asociados al complejo fueron encomendadas al ISTU y a la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA); pero la administración y aprovechamiento de los mismos quedaría a cargo de la primera institución citada.

C. Decreto de Creación de la Comisión Nacional de Turismo

Decreto Ejecutivo No. 18 del 20 de octubre de 1982. Este decreto nace bajo las consideraciones de que es deber del Estado el propiciar el desarrollo de la industria turística nacional como un componente del desarrollo económico. Reconoce además el daño sufrido por el turismo dadas las condiciones de violencia prevalecientes en el país durante ese período.

La Comisión Nacional de Turismo es creada con el mandato de estudiar los problemas que enfrentaba el sector para determinar las acciones necesarias para su reactivación; así mismo, se le designo como el organismo encargado del asesoramiento, coordinación, supervisión, planificación y promoción del turismo en El Salvador. Sus actividades debían desarrollarse en colaboración con el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).

D. Ley de Protección y Desarrollo Turístico de la Isla Tasajera y Zonas Aledañas

Decreto Legislativo No. 294 del 9 de marzo de 1995. La ley fija disposiciones especiales con el objeto de regular el desarrollo y ejecución del Proyecto Turístico Tasajera. Se establece la Isla Tasajera y las zonas aledañas ubicadas en el Estero de Jaltepeque como polo prioritario para el desarrollo turístico nacional y por lo tanto se debe conservar su integridad ecológica y promover su desarrollo turístico de manera ordenada. Se delega al ISTU la tarea de elaborar un plan que indique las formas en las que podrán ser aprovechadas las playas, tierras, bosques y aguas de la zona.

E. Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

Decreto Legislativo No. 779 del 25 de julio de 1996. Esta ley es creada considerando a la industria turística como generadora de fuentes de trabajo y de ingresos de divisas extranjeras; además de establecer la necesidad de contar con un ente público cuya finalidad sea la de promocionar los mayores atractivos turísticos con los que cuenta el país, así como fomentar y proteger la inversión extranjera y nacional que en materia turística se realice. Para un mayor análisis institucional véase el apartado “5.1.3 Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)” en el capítulo V de la presente investigación.

Capitulo VII

EVALUACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA
POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO EN EL
SALVADOR

CAPITULO VII

EVALUACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO EN EL SALVADOR

1. Elementos Base para la Construcción del Producto Turístico

Para que el Turismo se logre posicionar como un instrumento eficaz para el desarrollo económico y social de El Salvador, es necesaria la definición del producto turístico nacional que permita así mismo la construcción, posicionamiento y consolidación de una marca país que transforme a El Salvador en un destino turístico de excelencia.

En este sentido, el país posee ciertas características que se convierten en la base para la construcción de su producto turístico, a saber:

A. Diversidad

El país cuenta con una serie de recursos naturales y culturales que le permiten ofrecer a los visitantes una amplia gama de productos turísticos. La demanda y consumo de estos productos podrá servir como una vía para alcanzar mayor desarrollo y equidad territorial, además de buscar el beneficio para las comunidades poseedoras de esos recursos.

B. Intensidad

Las experiencias turísticas de los visitantes deben ser de una marcada y perdurable satisfacción. Esto con la finalidad de lograr la repetición de los viajes hacia El Salvador y, muy importante, obtener promoción del país como destino turístico a través de los testimonios de los viajeros.

C. Concentración

Dadas las dimensiones territoriales de El Salvador, los visitantes pueden disfrutar de diferentes y variados productos turísticos sin tener que recorrer grandes distancias.

Lograr un mayor aprovechamiento de esta característica implica que los agentes involucrados en el sector alcancen un encadenamiento e integración de la oferta turística nacional, que permita una mejor administración del tiempo que tienen disponible los visitantes.

D. Conectividad Vial

El Salvador ha realizado importantes inversiones en la construcción y mejora de su red de carreteras. La infraestructura vial del país es de reconocida calidad y permite a los visitantes una mejor conectividad hacia los destinos turísticos más importantes, comodidad en los recorridos y mayor aprovechamiento del tiempo.

E. Calidez Humana

Además de aprovechar el carácter amigable y servicial de los y las salvadoreñas, se deben fomentar proyectos y programas que busquen una sensibilización de las comunidades receptoras de turistas, que a la vez incida en una mejora sustancial en la prestación de los servicios turísticos.

2. Principios que Sustentan la Política Pública de Turismo

A continuación se presentan los principios que sirven de sustento a la Política Pública de Turismo de El Salvador. Estos principios se establecen como lineamientos generales que los actores participantes en la actividad turística

deberán tener en cuenta al momento de fijar líneas de acción que busquen el desarrollo de la industria.

A. Sostenibilidad

Hacer un uso racional y responsable de los recursos disponibles para el desarrollo de la actividad turística se convierte en un imperativo, no solo del Estado, sino de todos los actores participantes y de aquellos individuos que disfrutaran de dichos recursos. Para ello, se requiere de la activa participación estatal, de las empresas que prestan y operan servicios turísticos, de los habitantes de las comunidades donde se encuentran los recursos y de los visitantes.

Esta sostenibilidad, vista desde la perspectiva medioambiental, social, cultural y económica, permitirá el uso y disfrute de los recursos turísticos, tanto tangibles como intangibles, para las futuras generaciones y permitirá la continuidad de los planes de desarrollo de la actividad.

B. Corresponsabilidad

En El Salvador, el desarrollo del sector turístico no es competencia exclusiva de las instituciones estatales. El desarrollo del mismo requerirá, no solo de la existencia de un ordenamiento jurídico e institucional, sino que, demandará mucha innovación por parte de los actores privados en la continua búsqueda de nuevos productos; además de aportar recursos, tecnología, capital humano y los conocimientos necesarios para lograr alcanzar sinergia entre ellos.

La participación directa y en condiciones equitativas por parte de actores privados, permitirá potenciar los recursos disponibles y ampliar hacia un mayor número de individuos los beneficios del desarrollo turístico, ya sea mediante la creación de empleos o a través de un mayor acceso a los servicios turísticos.

C. Subsidiaridad

Este elemento implica la participación de forma coordinada de todos aquellos organismos o instituciones del Estado que disponen de normativas que regulan al sector turístico u algún recurso tangible o intangible que pueda ser empleado para el desarrollo de la industria.

Por lo tanto, la subsidiaridad es entendida aquí como el desarrollo, por parte del Estado, de acciones que faciliten a los actores involucrados su desenvolvimiento y mejora en la calidad de los servicios prestados dentro de la actividad turística.

Así, el Estado intervendrá únicamente en aquellos casos de necesidad o conveniencia pública en cuanto los actores privados se vean limitados, por su disponibilidad de recursos, logística o tecnología, para intervenir.

D. Compromiso de País

El desarrollo del turismo como actividad económica sustentable en El Salvador, debe ser una Política de Estado y no una Política de Gobierno. Es compromiso de todos los agentes involucrados la continuidad de políticas y desarrollo de estrategias que busquen la consecución de los objetivos planteados.

La adecuada planificación, desarrollo y ejecución de la Política Pública de Turismo deberá estar sustentada sobre la base de la responsabilidad y compromiso de los actores involucrados y no verse sujeta a los vaivenes que puedan suscitarse en el ámbito político.

E. Apertura e Inclusión

La Política Pública de Turismo, por su misma naturaleza y para la consecución de sus objetivos, debe necesariamente fomentar la apertura e inclusión de

diversos actores interesados en participar de la actividad turística y de aquellos otros sectores que pueden verse afectados, positiva o negativamente, por el desarrollo de actividades turísticas.

Las políticas y estrategias que se adopten, tanto nacional como a nivel local, deben contar con el consenso de los involucrados, en sintonía con sus recursos y necesidades. Los insumos y experiencias que aportan los privados, sirve al Estado para alinear sus recursos y delimitar sus acciones en la consecución de metas que beneficien a un mayor número de individuos.

Además, esta apertura e inclusión deberá manifestarse en el ámbito geográfico y cultural. Todas aquellas regiones o localidades con potencial turístico deberán contar con el apoyo estatal para el desarrollo de sus potencialidades, garantizando así la mayor equidad posible.

F. Eficiencia y Transparencia en el Uso de los Recursos y Calidad en los Servicios

El uso eficiente y transparente de los recursos es vital para el sustento, coordinación y ejecución de las políticas y estrategias para el desarrollo turístico en El Salvador. Tanto el Estado como los privados involucrados, deben desarrollar procesos y mecanismos encaminados a lograr un mejor uso de los recursos disponibles.

Para evitar la competencia desleal y prevenir que unos actores participen en desigualdad de condiciones respecto de otros, el Estado deberá cumplir y hacer cumplir la legislación de forma transparente. Esto permitirá un mejor clima de negocios dentro del sector turístico que brindará mayores garantías a los inversionistas interesados en incursionar en la industria.

La transparencia en la prestación de los servicios es muy necesaria para la construcción de una marca país que permita a los visitantes contar con la credibilidad suficiente sobre la calidad de los productos ofertados.

La mejora sustancial de la calidad de los productos podrá verse fomentada con una participación cada vez mayor de individuos y empresas interesadas en la prestación de servicios turísticos. Es importante destacar en este aspecto la participación del Estado, a través del Ministerio de Turismo, en la verificación del cumplimiento de la calidad de los servicios ofertados en cumplimiento con la normativa jurídica vigente.

3. Objetivos Estratégicos de la Política Pública de Turismo

A. Objetivo General

“Lograr que el Turismo se convierta en el eje y motor del desarrollo económico y social de El Salvador, mediante la articulación de acciones entre el conjunto de actores que participan, públicos y privados, con criterios de sostenibilidad, descentralización y desarrollo local”⁵⁴.

B. Objetivos Específicos⁵⁵

- a. Propiciar la orientación de los actores gubernamentales, de forma que en el ámbito de sus competencias, realicen programas, proyectos y acciones, que coadyuven al desarrollo turístico del país.
- b. Definir los lineamientos básicos que permitan realizar una efectiva coordinación entre el Gobierno y el conjunto de actores privados que participan en el sector turístico del país.

⁵⁴ Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico en El Salvador. Ministerio de Turismo, Gobierno de El Salvador.

⁵⁵ Ídem.

- c. Aportar elementos de base para la definición y consolidación del marco institucional que opera en el sector.
- d. Proporcionar criterios y elementos que contribuyan a impulsar un marco legal acorde a las necesidades de desarrollo del sector turístico.
- e. Definir las bases para que el Gobierno consolide el papel de rector, coordinador, promotor y facilitador del desarrollo turístico del país.
- f. Identificar las acciones estratégicas necesarias para el desarrollo turístico del país, indicando los actores que participan en ellas.

4. Lineamientos Estratégicos y Áreas de Acción

Para la consecución de los objetivos planteados por la Política Pública y por la Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico en El Salvador, es necesario el establecimiento de lineamientos y ejecución de acciones en las siguientes áreas:

A. Normativa Legal

En cuanto a normativa legal que regulase las actividades del sector turístico, El Salvador se encontraba rezagado respecto de sus vecinos centroamericanos, los cuales además, son sus principales competidores.

Se planteó entonces la necesidad de contar con un marco legal que brindara seguridad jurídica a los inversionistas nacionales y extranjeros, que delimitara claramente el rol de los agentes involucrados y además ofreciera una serie de incentivos destinados a fomentar el incremento de inversiones en infraestructura y capital humano.

Para los efectos de hacer efectivo este componente, se requirió de la participación activa de un considerable número de instituciones estatales y de

sectores privados con la finalidad de verificar la congruencia de la nueva normativa con otros cuerpos legales y contar con el análisis y discusión desde diferentes ópticas.

En el capítulo VI del presente trabajo de investigación se presenta una reseña cronológica de la aprobación de la normativa legal sobre turismo, así como una descripción y análisis de sus componentes.

B. Consolidación de la Institucionalidad

Es claro que el recientemente creado Ministerio de Turismo se convierte en el ente rector de las actividades turísticas, del cual emana la política pública y todas aquellas estrategias destinadas a fomentar el desarrollo del sector.

La diversidad y transversalidad que caracterizan a la industria turística, convierten en un imperativo la coordinación interinstitucional. Por lo tanto, los mecanismos de coordinación entre las instituciones deberán contar con una eficiencia tal que haya un mejor uso de los recursos asignados a los programas y estrategias destinadas al fomento de la industria.

Las instituciones estatales que tienen relación con actividades de índole turística son: Ministerio de Turismo y sus dependencias, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Educación, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, Ministerio de Economía, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados, Policía Nacional Civil, entre otras.

C. Recursos Financieros

Para el efectivo desarrollo de la industria turística en El Salvador, es preciso contar con la adecuada infraestructura y el capital humano para la prestación del servicio.

Así, además de los incentivos fiscales planteados en la normativa jurídica sobre las inversiones turísticas, es necesario el establecimiento y desarrollo de esquemas de financiamiento nacional destinados al apoyo del turismo. Estas líneas de financiamiento deberán contar con opciones focalizadas hacia las micro y pequeñas empresas turísticas con el objeto de fomentar el desarrollo de iniciativas empresariales.

Otro elemento relevante en el componente financiero es la búsqueda o captación de financiamiento internacional, particularmente en el desarrollo de nueva infraestructura turística y en planes o convenios de formación de capital humano en instituciones extranjeras especializadas.

D. Monitoreo y Control

Una de las atribuciones que la recientemente aprobada Ley de Turismo le otorga al Ministerio de Turismo es la de vigilar e inspeccionar a las empresas o establecimientos que presten servicios de índole turística.

El constante monitoreo de la calidad y cantidad de los servicios turísticos ofertados en correlación con las tendencias de la demanda de los mismos, se convierte en una importante herramienta para la elaboración y desarrollo de productos, planes, programas de promoción y proyectos que fomenten el crecimiento del sector.

Un elemento importante de esta línea estratégica es que los datos que se obtengan del monitoreo, se encuentren disponibles para todos los agentes interesados con el objetivo de contar con datos reales y disponibles que permitan racionalizar el proceso de toma de decisiones.

E. Promoción y Mercadeo

Potenciar la imagen turística de El Salvador para convertirlo en un destino vacacional reconocido en la región es un elemento indispensable en la estrategia de desarrollo del sector. La delimitación de líneas específicas de promoción y mercadeo deberán basarse en el comportamiento y necesidades de los turistas; analizando además las estrategias seguidas por aquellas naciones que, poseyendo productos turísticos similares a los ofrecidos por El Salvador, han logrado hacer del sector turístico uno de los componentes más dinámicos de su economía.

Debido a la diversidad de segmentos que componen la demanda turística, la estrategia de posicionamiento del país en el mapa turístico internacional deberá considerar esas diferencias; consolidar y mejorar la gama de productos para el mercado de turistas internos, salvadoreños en el exterior y turistas regionales, particularmente los provenientes de Guatemala, Honduras y Nicaragua. Así mismo, enfocarse en llegar a mercados con mayores niveles de rentabilidad como el norteamericano, europeo y asiático.

El financiamiento para la promoción del país como destino turístico provendrá del impuesto denominado “contribución especial” que se encuentra contemplado en el Art. 16 de la Ley de Turismo. (Para un mayor análisis ver el numeral 6.3.6.1 “Ingresos para la Promoción Turística” del capítulo VI de esta investigación).

F. Oferta Turística

Es necesaria la creación y desarrollo de un sistema de información que contenga un inventario detallado de los productos y servicios ofertados por las empresas turísticas que operan en el país con el objeto de servir a los turistas como una herramienta consultiva que le permita adquirir los mejores servicios que estén a su alcance sobre la base de un mercado abierto y competitivo.

Este inventario servirá además a los agentes involucrados para la identificación de debilidades existentes y así poder desarrollar proyectos y emprender acciones destinadas a superar los vacíos y buscar mayor competitividad del sector con el apoyo decidido de las instituciones gubernamentales relacionados con el turismo.

La innovación en el desarrollo de nuevos productos es otro elemento importante de esta línea de acción. La estructuración de nuevas rutas turísticas o una mejoría en las ya existentes deberá ser el resultado de una continua retroalimentación entre turistas y prestadores del servicio. Además de fortalecer el turismo de negocios y compras, así como incursionar con productos turísticos en áreas como la ecología, salud, cultura, agro, aventura, nostálgico, entre otros.

Otro aspecto importante asociado a los productos y servicios ofertados, es el aprovechamiento de infraestructura existente para el establecimiento de una red de atención al turista; de tal manera, El Salvador puede aprovechar el hecho de contar con una terminal aérea catalogada como una de las más modernas de la región, su red de carreteras y autopistas, puestos fronterizos y de inmigración y la futura habilitación de un muelle turístico en el aún en construcción Puerto de La Unión.

G. Participación Municipal y Empresarial

Dada la naturaleza aglutinadora de las actividades turísticas, la participación de las entidades públicas en el desarrollo del sector no se limita únicamente a instituciones del gobierno central. Los gobiernos municipales están llamados a jugar un papel protagónico en la planificación, ejecución y evaluación de los planes destinados a desarrollar el turismo en sus respectivos municipios o regiones circundantes.

A pesar de que el Ministerio de Turismo ha determinado que todo el país tiene potencial para el desarrollo turístico, no cabe duda de que hay ciertas comunidades y regiones que cuentan con recursos, tangibles y no tangibles, que las hacen más propensas a este tipo de actividad económica. Por lo tanto, el gobierno municipal de estas comunidades, por ser el ente público de mayor contacto con los pobladores, es quien debe colaborar en la elaboración de estrategias basadas en las necesidades de desarrollo de los pobladores y en la preservación y sostenibilidad de sus recursos turísticos.

Así mismo, la participación directa y propositiva de la red empresarial es también un elemento indispensable para la consecución de los objetivos propuestos en la estrategia de desarrollo turístico. Los empresarios deberán buscar el establecimiento de mecanismos que busquen el mantenimiento de las redes y contactos entre las diferentes empresas interesadas, ya sea a través de foros, seminarios, consultas, comisiones, u otros.

Permitir la participación de la micro, pequeña y mediana empresa en la estrategia de desarrollo del turismo, facilitará el cumplimiento de los principios que sustentan la política pública. Con un mayor número de personas o empresas participando en el crecimiento del sector, será más fácil lograr mejoras sustanciales en los bienes y servicios ofertados, además de contribuir en una mejor distribución de los beneficios resultantes.

H. Recurso Humano

Como toda actividad económica especializada, el sector turístico salvadoreño requiere de recurso humano especializado para alcanzar estándares de calidad internacional que le permitan competir en el mercado internacional.

Un primer aspecto en esta línea de acción, es diseñar y establecer programas de capacitaciones para el recurso humano que actualmente se desempeña dentro de la industria turística nacional, particularmente aquellos que se ubican dentro de la micro, pequeña y mediana empresa.

Así mismo, es importante que universidades, institutos tecnológicos y otros centros de estudios no formales, incorporen dentro de su oferta académica estudios especializados sobre turismo que permitan a El Salvador contar con recurso humano calificado en el mediano y largo plazo.

El sector público, a través de convenios con centros de capacitación o con la participación directa de instituciones tales como el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), deberá brindar programas de fortalecimiento a empresas y personas involucradas en el sector como una respuesta rápida ante las crecientes exigencias del mercado turístico mundial.

La firma de convenios con instituciones educativas internacionales especializadas en turismo, con el objeto de obtener programas de becas o pasantías, debe ser también un aspecto estratégico a desarrollar por parte del ente público rector.

I. Cultura Turística

Para que pueda haber una prestación de productos turísticos que sea de calidad y destinada a satisfacer las necesidades de los visitantes, es sumamente

necesario lograr que haya una sensibilización por parte de las comunidades receptoras de turistas.

Esta sensibilización puede lograrse a través de campañas nacionales que resalten la necesidad de contar con una industria turística desarrollada, resaltando los beneficios que pueden obtenerse y la necesidad de dar un trato cálido a todo visitante; además de incluir dentro de los programas de estudio de la educación básica y secundaria estudios sobre turismo y la incidencia que este puede llegar a tener en el desarrollo económico y social del país, y como una actividad que busca preservar los recursos naturales, el medio ambiente, el patrimonio cultural y potenciar el orgullo, autoestima e identidad nacional.

5. Plan Nacional de Turismo 2014

El Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador, es un documento que contiene las directrices y estrategias a ser implementadas para lograr que El Salvador se consolide como un destino turístico de calidad internacional para el año 2014.

A. Visión

“En el año 2014, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el país.

El Salvador será un destino turístico 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”⁵⁶.

B. Misión

“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 de los recursos turísticos, haciendo participe, mediante la sensibilización, formación e información, a la comunidad salvadoreña, donde quiera que ésta resida”⁵⁷.

C. Objetivos

C.1. Objetivos Cuantitativos

a. Dos millones de turistas

Para el año 2014, se espera que El Salvador sea visitado por un total de dos millones de turistas; es decir, pasar de 966,416 visitantes en 2004 al objetivo antes planteado, lo que implica un crecimiento general del 107.0%

b. Promedio de crecimiento anual superior al 8% anual en el periodo 2007-2014

Este objetivo se requiere para alcanzar la meta anterior de llegada de visitantes y se encuentra condicionado a circunstancias del entorno nacional pero particularmente a aquellas asociadas al entorno internacional.

⁵⁶ Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador. Ministerio de Turismo. El Salvador, 2006.

⁵⁷ Ídem.

c. Alcanzar el umbral de contribución del turismo con un 6% del PIB de la nación

Se estima que la contribución del turismo al PIB nacional durante el 2004 fue del 2.7% y para el 2005 las perspectivas son de que su participación equivalga al 3.8%; llegar a la meta propuesta del 6% resulta factible si se mantienen las tendencias de crecimiento del turismo regional y se realizan las inversiones necesarias para incrementar la oferta turística nacional y las campañas de promoción y mercadeo logran ser eficaces.

d. Alcanzar en 2014 una estadía promedio por turista superior a 7 días

El tiempo de estadía promedio durante el 2004 fue de 5 días, alcanzar la meta planteada estará supeditado al efectivo desarrollo del turismo de reuniones y negocios principalmente, y en menor medida al turismo vacacional y de naturaleza.

e. Alcanzar en 2014 un gasto promedio diario superior a US\$ 140.0

Asociado estrechamente con el objetivo anterior, lograr esta meta requerirá de una mayor estadía promedio de los visitantes y al perfil y procedencia de éstos. Durante el 2004, el gasto promedio ascendió a US\$ 87.0

f. Relativo a la captación de turistas según áreas del ámbito internacional

El plan requiere aumentar la participación en el número de visitantes provenientes de regiones con mayor poder adquisitivo tales como Norteamérica y Europa.

Cuadro 23: Porcentaje de participación de visitantes por zona de emisión.

Zona de procedencia	2005 ⁽¹⁾	2014 ⁽²⁾
Norteamérica	24.1%	45.0%
Centroamérica	70.2%	40.0%
Europa	2.7%	10.0%
Sudamérica, el Caribe, Asia y Oceanía	3.1%	5.0%

(1) Estimado; (2) Proyectado. Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Turismo

g. Lograr en 2014 una distribución según el perfil de motivación principal

Objetivo que también se encuentra asociado a la atracción de visitantes con mayor poder adquisitivo. Las metas son:

Cuadro 24: Porcentaje de participación de turistas por motivo de visita.

Motivo de visita	2005 ⁽¹⁾	2014 ⁽²⁾
Negocios y reuniones	21.6%	35% o más
Vacacional, ocio, recreo, visita a amigos y parientes	78.24%	65% o menos

(1) Estimado; (2) Proyectado. Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Turismo

h. Captación de, al menos, mil inversiones dirigidas a impulsar la creación de oferta turística básica y complementaria

Meta que esta orientada a incrementar la oferta turística nacional y que tiene su soporte legal en los incentivos contemplados en la Ley de Turismo.

Los objetivos específicos de esta meta son:

- Aumento nominal de la oferta en más de 200 establecimientos (180 de ellos como hoteles de encanto, 10 grandes hoteles de lujo y otros 10 grandes hoteles no de lujo).
- Duplicar la oferta de habitaciones, de 4,766 disponibles en 2004 hasta 7,234 en 2014.
- Impacto en el empleo y la inversión estimado en: 4,500 empleos directos generados en el sector hotelero; 30,000 empleos entre directos e indirectos generados en el sector turístico; US\$ 200 millones destinados a inversión en proyectos hoteleros.

i. Inversión en promoción turística superior al 0.5% de los ingresos turísticos generados en El Salvador

Como ya se detallo en párrafos anteriores, es importante que El Salvador construya y consolide su imagen turística a nivel internacional. Por lo tanto, destinar fondos provenientes de las nuevas obligaciones fiscales nacidas de la Ley de Turismo para la promoción y mercadeo permitirá alcanzar en gran medida los objetivos planteados en el Plan Nacional de Turismo.

C.2. Objetivos Cualitativos

Los ambiciosos objetivos cualitativos que plantea el Plan Nacional de Turismo buscan el liderazgo de El Salvador en el turismo de negocios y reuniones, al cumplimiento de las expectativas de los visitantes brindándoles servicios de calidad, establecimiento de la marca país que busque ser atractiva, profesionalización del recurso humano y por supuesto, lograr que la industria turística sea una actividad económica sustentable.

Detalladamente, se muestran a continuación los objetivos cualitativos fijados⁵⁸:

- a. Consolidar El Salvador entre los tres principales destinos turísticos de Centroamérica. Posicionar a El Salvador como primer destino de negocios y reuniones de la Región Centroamericana.
- b. Proporcionar una oferta de servicios turísticos de calidad que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
- c. Definir y consolidar la notoriedad de la imagen de marca de El Salvador y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística.
- d. Fomentar el desarrollo sostenible del sector turístico en El Salvador así como la intervención coordinada de los agentes públicos y privados implicados.
- e. Promover la profesionalización y cualificación de los recursos humanos implicados en el turismo y potenciar la intervención de los salvadoreños en el modelo de desarrollo, en el marco de una cultura turística.

D. Priorización Estratégica

El Salvador ha identificado al turismo de negocios y reuniones como el eje central sobre el cual centrará sus estrategias de desarrollo de productos turísticos. A pesar de que se ha determinado el potencial del país como un

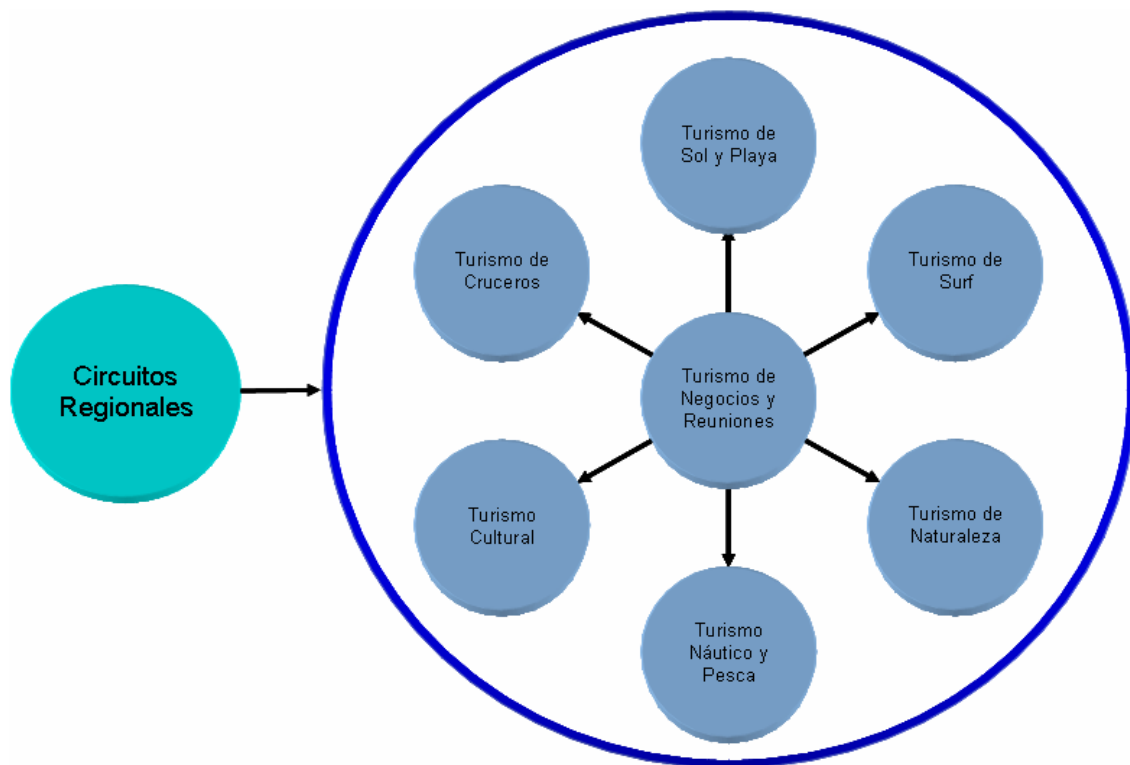
⁵⁸ Ídem.

destino multitemático, El Salvador ha mostrado tener ventajas competitivas en este segmento respecto de sus vecinos centroamericanos.

Esta estrategia basada en la especialización y la concentración, pretende complementar las actividades típicamente profesionales que incluye el turismo de negocios y reuniones con otras de recreo y ocio.

Así, el planteamiento hecho dentro del Plan Nacional de Turismo para el crecimiento del sector, busca potenciar segmentos específicos de la actividad turística a través del desarrollo focalizado del turismo de negocios y reuniones y complementado todo esto a su vez con circuitos regionales que involucren al resto de países del área.

Figura 4: Esquema de la priorización estratégica del Plan Nacional de Turismo



Fuente: Elaboración propia basándose en información del “Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador”.

Figura 5: Esquema de los Componentes de la Política Pública de El Salvador



Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones

En la actualidad, el turismo se esta consolidando como una de las principales actividades económicas alrededor del mundo; es además el sector de más rápido crecimiento en cuanto a la generación de empleos e ingresos de divisas.

El turismo en El Salvador se logra consolidar como una actividad organizada a partir de la década de 1960 con la creación de instituciones oficiales destinadas a su fomento, promoción y desarrollo; además de la modernización del transporte aéreo y de la red nacional de caminos.

A pesar de que la actividad turística contó con una estructura más sistematizada, ésta se desarrollo como un complemento de la economía agroexportadora y de la naciente industria; esta situación no permitió el desarrollo de planes y políticas públicas específicas para el crecimiento del sector.

A partir de 1979, El Salvador ve declinar la actividad turística como fuente de divisas y empleo debido a la inestabilidad política y la escalada de violencia que desencadeno en la cruenta guerra civil. A partir de entonces, el país salió del mapa turístico internacional y era visitado únicamente por personas vinculadas al conflicto armado.

Con la firma de los Acuerdos de Paz en 1992, el flujo de visitantes se incremento por el número de observadores internacionales interesados en el proceso de pacificación; pero, debido a los serios problemas que atravesaba el país, el desarrollo del turismo no fue una prioridad para el Estado.

A nivel centroamericano, El Salvador se mantiene rezagado en su desarrollo en cuanto a materia turística se refiere; lo anterior hace evidente e imperante que el país cuente con una política pública para el desarrollo del sector, que determine un conjunto de acciones y lineamientos que permitan impactos positivos en el corto y mediano plazo.

El Estado juega un papel protagónico en el sector turístico; promueve su desarrollo a través de disposiciones legales, establecimiento de instituciones públicas y estrategias y líneas específicas de acción, destinadas a brindar a los agentes económicos estabilidad, seguridad, transparencia y equidad en sus interrelaciones; el conjunto de esas actividades conforman la política pública.

Este conjunto de actividades que constituyen la política pública deben ser coherentes en su búsqueda del desarrollo de la industria turística nacional, colocando al país como un destino turístico de nivel mundial, fomentar la participación activa de la empresa privada, las municipalidades y las localidades, coordinar y reglamentar las relaciones entre los diferentes agentes involucrados a través de una normativa legal que brinde incentivos y seguridad; y por supuesto, la consolidación de una cultura turística entre la población.

Con la inclusión del turismo en el Plan de Gobierno de la actual administración, éste sector se ha convertido en prioridad estratégica nacional, reconociéndole así su potencial en el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

A pesar de no haber contado con una política pública establecida y con una estrategia de desarrollo del sector bien definida, El Salvador ha sido catalogado por la OMT como el destino americano emergente número uno en el período 1995 – 2003.

Los turistas provenientes de los países centroamericanos son los que en mayor número visitan al país del total de sus visitantes. Turistas provenientes de

mercados con mayor rentabilidad como Norteamérica y particularmente Europa o Asia continúan con una participación muy baja.

Los ingresos por turismo y su participación en el PIB nacional cobra cada vez mayor relevancia, aunque en términos porcentuales continúa siendo bajo si se le compara con el impacto que tiene en las economías de otros países centroamericanos. Los ingresos provenientes del turismo en El Salvador ya superan a los captados por la exportación de café, azúcar y camarón.

En cuanto a la oferta hotelera salvadoreña, ésta aún se encuentra muy concentrada en la ciudad de San Salvador, y en menor medida, en los departamentos de La Libertad y Sonsonate.

Las perspectivas de crecimiento y desarrollo del sector se han visto impulsadas por la reciente aprobación de la Ley de Turismo, cuyo objeto es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos prestados por el país. Así mismo, la Ley establece una serie obligaciones, sanciones, contribuciones e incentivos, sobre todo de índole fiscal, para la consecución de su objetivo.

Con el lanzamiento en 2004 de la Política Pública de Turismo y la Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico, se fijan los elementos que servirán de base para la construcción del producto turístico nacional, los principios que sustentan la política pública, los objetivos y lineamientos estratégicos, así como las áreas de acción.

Además, la presentación del Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador, da indicios de una visión estructurada y planificada en el largo plazo, que busca consolidar al país como un destino turístico líder en el segmento de turismo de negocios y reuniones, a partir del cual se potenciará actividades asociadas con el ocio y recreación; considerando además su interrelación con el resto de destinos centroamericanos.

2. Recomendaciones

El desarrollo equilibrado del mercado turístico es esencial en la formulación de políticas públicas; éstas deberán contener ejes comunes para alcanzar dicho desarrollo y estar diseñadas sobre la base de un amplio conocimiento de las estructuras de demanda y oferta de los mercados internacionales, proyectando además una clara visión sobre las tendencias en los mismos.

La aplicación sistemática y planificada de los componentes, líneas y acciones estratégicas que contempla la Política Pública de Turismo, es esencial para el logro de los objetivos planteados. Empezar acciones de forma dispersa y sin visión de futuro conllevará al fracaso de los planes elaborados para el desarrollo del turismo en El Salvador.

Es necesario cuanto antes crear líneas de crédito destinadas a inversiones en la industria turística, particularmente enfocadas hacia la micro, pequeña y mediana empresa, con el claro objetivo de generar empleo.

Se precisa de la creación de un inventario sobre los recursos tangibles e intangibles con los que cuenta el país y que puedan ser empleados para el desarrollo del turismo. Este inventario permitirá a los tomadores de decisiones, tener una visión amplia de los recursos y la menor manera de lograr la sinergia entre ellos, siempre sobre la base de la sostenibilidad futura de los mismos.

Firmar convenios de desarrollo de capital humano entre el Ministerio de Turismo y otros ministerios involucrados con universidades e instituciones educativas con la finalidad de incluir en sus ofertas académicas, programas especializados en turismo a fin de contar con el recurso humano idóneo para la prestación de servicios turísticos de calidad internacional.

Emprender programas de capacitación y entendimiento sobre la nueva Ley de Turismo con la finalidad de que toda aquella empresa o persona natural involucrada en actividades turísticas, tenga pleno conocimiento de ella y pueda aprovechar los incentivos contemplados en ella.

Fomentar e incentivar a las comunidades locales en la protección y adecuado aprovechamiento de sus recursos de índole turística. Para ello es requerida la activa participación de los gobiernos municipales, con el apoyo de las iniciativas empresariales.

Llevar un constante control y monitoreo de los resultados obtenidos de las campañas de promoción y mercadeo que se desarrollen para posicionar a El Salvador en el mapa turístico internacional. Estar atento de la demanda internacional respecto de productos y servicios turísticos, servirá para delinear la estrategia publicitaria del país.

Realizar convenios, reuniones o conferencias sobre las tendencias actuales del turismo en el mundo y contar con la participación de especialistas en la materia. Esto servirá a los empresarios locales a estar constantemente informados sobre las necesidades de los turistas.

Establecer convenios de cooperación con instituciones públicas orientadas al turismo en otros países que han logrado un mayor desarrollo de esta actividad y que cuentan con productos y recursos similares a los ofertados por El Salvador.

Es absolutamente necesaria una evaluación sistemática de los resultados que se obtengan de la aplicación de la Política Pública de Turismo, de la Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico y del Plan Nacional de Turismo 2014, con el objeto de verificar, sobre la marcha y ejecución, la idoneidad o no de alguna línea o área de acción. Futuras investigaciones deberán encargarse de este aspecto.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR). "Información Institucional". San Salvador, El Salvador. 2006.

Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). "El Salvador. Noticias de Turismo". Segundo Trimestre 2005 No. 1. San Salvador, El Salvador.

Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). "Boletín de Estudios Legales. Comentarios a los Anteproyectos de Leyes Relativas al Sector Turístico". Boletín No. 59. Departamento de Estudios Legales (DEL). San Salvador, El Salvador. Noviembre de 2005.

GURRÍA DI-BELLA Manuel. "El Turismo Rural Sostenible como una Oportunidad de Desarrollo de las Pequeñas Comunidades de los Países en Desarrollo". Santo Domingo, República Dominicana. Julio de 2000.

HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO Carlos; BAPTISTA LUCIO Pilar. "Metodología de la Investigación". Tercera Edición. McGraw-Hill Interamericana. México D.F. 2003.

INMAN Crist; SEGURA Gustavo. "Turismo en Centroamérica: el Reto de la Competitividad". Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible (CLACDS) del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE). Abril de 1999.

KRAPF Kurt. "La Consumición Turística". Traducción de Francisco Muñoz de Escalona. Editado por edumed.net; 2004.

LINDBLOM Charles E. "El Proceso de Elaboración de Políticas Públicas". Traducción de Eduardo Zapico Goñi. Ministerio para las Administraciones Públicas. Madrid, 1991.

LÓPEZ PALOMEQUE Francisco. "La Gestión Pública del Turismo en Cataluña. Organización y Política Turística de la Administración Autonómica". Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional, Universidad de Barcelona. Diciembre de 2003.

Ministerio de Turismo. "Boletín Estadístico de Turismo 2004". San Salvador, El Salvador.

Ministerio de Turismo. "Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico en El Salvador". L. Chévez Consultores. San Salvador, El Salvador. Octubre de 2004a.

Ministerio de Turismo. "Política de Turismo". L. Chévez Consultores. San Salvador, El Salvador. Octubre de 2004b.

Ministerio de Turismo. "Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador". Grupo GDT. San Salvador, El Salvador. 2006.

MORENO Javier; SEGURA Gustavo; INMAN Crist. "Turismo en El Salvador: el Reto de la Competitividad". Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible (CLACDS) del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE). Agosto de 1998.

MUÑOZ DE ESCALONA Francisco. "Crítica de la Economía Turística: Enfoque de Oferta versus Enfoque de Demanda". Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Universidad Complutense de Madrid. Julio de 1991.

MUÑOZ DE ESCALONA Francisco. "Autopsia del Turismo: el Vencimiento de la Distancia". Editado por eumed.net; 2004.

NORVAL A.J. "La Industria Turística". Traducción de Francisco Muñoz de Escalona. Editado por eumed.net; Diciembre de 2004.

Organización Mundial de Turismo. "Facts & Figures". Compendio estadístico. Madrid, España. 2004a.

Organización Mundial de Turismo. "Reporte Regional: América". Madrid, España. 2004b.

Organización Mundial de Turismo. "El Turismo es Riqueza", campaña mundial sobre las comunicaciones en el turismo. Madrid, España. Febrero de 2004c.

Organización Mundial de Turismo. "Noticias OMT". Revista Trimestral. Ediciones varias. Madrid, España. 2005a.

Organización Mundial de Turismo. "Tourism Highlights, Edition 2005". Madrid, España. 2005b.

Organización Mundial de Turismo. "World Tourism Barometer". Madrid, España. 2005c.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2005 (IDHES). "Una Mirada al Nuevo Nosotros. El Impacto de las Migraciones". Capítulo 4 La Nueva Economía Creada por las Migraciones. San Salvador, El Salvador. 2005.

Secretaría de Turismo de México. "Anteproyecto de Política Pública de Turismo Social". Dirección General de Planeación Estratégica y Política Sectorial, Subsecretaría de Planeación Turística. México D.F. Febrero de 2005.

Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR). "Política Nacional de Turismo 2005". Santiago de Chile. 2005.

TIPPMANN Karola. "Concepto Regional de Turismo: un ejemplo de Centroamérica". Presentación en Power Point. Cooperación Técnica Alemana (GTZ). Manaus, Brasil. Mayo de 2004.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Agencia de Promoción de Inversiones (PROESA).
www.elsalvadortrade.com.sv

Agencia de Turismo de Centroamérica (CATA)
www.visitcentroamerica.com

Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador
www.asociaciondehotelesdeelsalvador.com

Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)
www.casatur.com

Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina (COTAL)
www.cotal.org.ar

Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)
www.sgsica.org/cct

Consejo Mundial de Viajes y Turismo
www.wttc.org

Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA)
www.concultura.gob.sv

Corte Suprema de Justicia de El Salvador (CSJ)
www.csj.gob.sv

Federación de Cajas de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR)
www.sgsica.org/cct/fedecatur

Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador (CIFCO)
www.cifco.gob.sv

Fondo Monetario Internacional (FMI)
www.imf.org

Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)
www.istu.gob.sv

Ministerio de Trabajo y Previsión Social (MINTRAB)
www.mtps.gob.sv

Ministerio de Turismo
www.elsalvadorturismo.gob.sv

Organización Internacional del Trabajo (OIT)
www.ilo.org

Organización Mundial del Comercio (OMC)
www.wto.org

Organización Mundial de Turismo (OMT)
www.world-tourism.org

Organización Mundo Maya (OMM)
www.mundomayaorganizacion.org

Red de Comunicadores de Turismo de Centroamérica (TOURCOM)
www.sgsica.org/cct/tourcom

ANEXOS

ANEXO 1
LEY DE TURISMO

DECRETO No. 899

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

I.

Que el Art. 101 de la Constitución establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.

II.

Que el territorio de la República está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

III.

Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y a los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto y a la mejora de la calidad de los servicios, como condiciones indispensables para asegurar la rentabilidad de la industria turística.

IV.

Que es necesario regular la protección, fomento, desarrollo y capacitación del sector turismo en el país, por medio de una Ley, a efecto de obtener los

máximos beneficios para el sector, lo que contribuirá a la imagen e identidad del país como destino turístico.

POR TANTO,

en uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa del Presidente de la República, por medio de los Ministros de Hacienda, de Economía y de Turismo y de los Diputados: Ciro Cruz Zepeda Peña, José Antonio Almendariz Rivas, Douglas Alejandro Alas García, Rolando Alvarenga Argueta, Luís Roberto Angulo Samayoa, José Orlando Arévalo Pineda, Juan Francisco Villatoro, Noel Abilio Bonilla Bonilla, Miguel Ángel Jiménez, Roberto José d'Aubuisson Munguía, Guillermo Antonio Gallegos, Julio Antonio Gamero Quintanilla, Cesar Humberto García Aguilera, Noé Orlando González, Jesús Grande, Manuel de Jesús Gutiérrez Gutiérrez, Carlos Walter Guzmán Coto, Mariela Peña Pinto, José Rafael Machuca Zelaya, Mario Marroquín Mejía, Alejandro Dagoberto Marroquín, Manuel Vicente Menjivar Esquivel, Rubén Orellana, Rodolfo Antonio Parker Soto, Renato Antonio Pérez, William Rizziery Pichinte, Norman Noel Quijano González, José Mauricio Quinteros Cubías, Oscar Edgardo Mixco Sol, Dolores Alberto Rivas Echeverría, Federico Guillermo Ávila Quehl, Ernesto Antonio Angulo Milla, Enrique Alberto Luís Valdés Soto, Donato Eugenio Vaquerano Rivas, María Patricia Vásquez de Amaya, Carlos Mauricio Arias, Olga Elizabeth Ortiz, Nelson de la Cruz Alvarado, Mario Alberto Tenorio, Ernesto Iraheta, Alex Rene Aguirre, Hipólito Baltazar Rodríguez, Salvador Morales, José Vidal Carrillo y Gustavo Chiquillo.

DECRETA la siguiente:

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

OBJETO Y DEFINICIONES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

Art. 2.- Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a. Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.
- b. Recursos Turísticos Nacionales: Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.
- c. Industria y Servicios Turísticos: Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicios para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.
- d. Turista: Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e. Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f. Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional: Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.
- g. Empresas Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.
- h. CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.
- i. Cabotaje: servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos.

Art. 3.- En el texto de la presente Ley, la referencia al Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, o al Ministerio de Hacienda, se entenderá que alude a las

Direcciones de dicho Ramo que sean competentes en razón de la clase de tributo.

CAPÍTULO II

COMPETENCIAS EN MATERIA DE TURISMO

Art. 4- La Secretaría de Estado que de acuerdo al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo conozca de la materia de turismo en adelante la Secretaría de Estado, es el organismo rector en materia turística; le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo, así como del cumplimiento de los objetivos de la presente Ley y sus Reglamentos.

Las autoridades gubernamentales que tengan atribuidas facultades para la conservación del patrimonio natural, cultural e histórico del país velarán por el aprovechamiento integral, preservación y restauración de dichos recursos turísticos nacionales, en estrecha colaboración con la Secretaría de Estado.

Art. 5.- La Secretaría de Estado elaborará y ejecutará estudios y proyectos, a fin de permitir la identificación de áreas territoriales para desarrollo turístico.

Art. 6.- La Secretaría de Estado vigilará el estricto cumplimiento de las obligaciones que establece la presente Ley y su Reglamento por parte de las empresas turísticas, especialmente de aquéllas que obtengan del Registro Nacional de Turismo la certificación y clasificación respectiva, de manera que dichos servicios se mantengan vigentes y correspondan a la clasificación y categoría aplicada.

Art. 7.- La Secretaría de Estado podrá ordenar inspecciones a los establecimientos que presten servicios turísticos, y los empresarios y sus dependientes o agentes facilitarán a los delegados acreditados el acceso a sus instalaciones y a los documentos relacionados con la prestación de servicios turísticos, en los casos siguientes:

- a. Cuando los interesados soliciten su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, como empresa turística.
- b. Cuando los interesados soliciten el otorgamiento de incentivos fiscales, según se establece en la presente Ley.

- c. Cuando por cualquier medio tenga conocimiento del posible incumplimiento de las obligaciones legales que correspondan a las empresas turísticas.
- d. En cualquier otro caso que tenga por objeto el cumplimiento de esta ley o de convenios internacionales.

Art. 8.- Los recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren el inventario turístico del país, serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones. Las entidades y organismos del Estado o de las municipalidades que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier otro tipo de infraestructura, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de tales recursos y las de su ámbito de influencia, para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructuras que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas.

CAPÍTULO III

DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

Art. 9.- Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales.

CAPÍTULO IV

DE LAS OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS

INSCRITAS EN EL REGÍSTRO

Art. 10- Los titulares y sus Empresas Turísticas inscritas en el Registro, estén o no acogidas a los incentivos fiscales establecidos en la presente ley, tendrán las siguientes obligaciones:

- a. Dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley y sus reglamentos.

- b. Proporcionar la información y documentos que les sean solicitados con relación al desarrollo de sus actividades; tal información tendrá tratamiento confidencial, excepto datos consolidados del sector y sus actividades.
- c. Facilitar el ingreso a sus instalaciones a los funcionarios y empleados debidamente acreditados, cuando en cumplimiento de sus responsabilidades así lo soliciten.

En este caso, la Secretaría de Estado deberá proporcionar a sus delegados la identificación correspondiente, la cual deberá estar vigente y portarse visiblemente. Estos no podrán en ningún momento divulgar a terceros información confidencial que les sea proporcionada por las Empresas Turísticas, caso contrario quedarán sujetos a las sanciones legales pertinentes.

Art. 11.- Las personas que gocen de los incentivos fiscales establecidos en la presente Ley, además de lo anterior, deberán dar cumplimiento a las siguientes obligaciones:

- a. Utilizar los incentivos fiscales otorgados, para los fines exclusivos de la actividad incentivada.
- b. Cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de infraestructura turística, normas de calidad y dotación de servicios.
- c. Comunicar a la Secretaría de Estado las modificaciones en los planes y proyectos que sobre el giro de la empresa hubiere realizado, en el plazo de diez días hábiles posteriores a la modificación, e informar de la venta o traspaso de sus activos o acciones en el plazo de diez días hábiles posteriores a la venta o traspaso.
- d. Permitir y facilitar la práctica de inspecciones por parte de delegados debidamente acreditados, tanto de la Secretaría de Estado como del Ministerio de Hacienda proporcionando el acceso a la documentación y a la información relativa a la actividad incentivada, que en el ejercicio de sus funciones le soliciten.

Art. 12.- Las empresas turísticas tienen la obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estadía.

Además asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio, reservaciones y a la calidad de las facilidades que se comprometen a prestar.

Art. 13.- Las empresas turísticas, en cooperación con las autoridades públicas, velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimenticia de quienes recurran a sus servicios.

Art. 14.- Toda infraestructura y actividad turística se programará de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que sean preservadas las especies en peligro, la fauna y la flora silvestre.

Las empresas que desarrollen actividades turísticas estarán sometidas a las limitaciones impuestas por las autoridades, cuando aquéllas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables, tales como, regiones litorales, bosques tropicales o humedales, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

Art. 15.- Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural, artesanal y folklórica.

CAPÍTULO V

DE LOS INGRESOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Art. 16.- Se establece una contribución especial para la promoción del turismo, la cual tendrá dos hechos generadores diferenciados:

- a. El pago de alojamiento, por parte del sujeto pasivo, en cualquier establecimiento que preste tal servicio;
- b. La salida del territorio nacional, por parte del sujeto pasivo, por vía aérea.

En el primer caso, la contribución especial para la promoción del desarrollo turístico será de un 5% aplicado sobre la base del precio diario del servicio de alojamiento que utilice el sujeto pasivo. En dicha base de cálculo se excluirá el monto pagado en concepto de Impuesto a la Transferencia de

Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, así como el precio de cualquier otro servicio que no sea estrictamente el de alojamiento.

En el segundo caso, el monto de la contribución especial será de siete Dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 7.00), por salida y por persona.

Se declaran exentas del pago de la contribución especial para la promoción del desarrollo turístico cuyo hecho generador es la salida del territorio nacional por vía aérea a las tripulaciones de las naves aéreas comerciales y militares, las misiones oficiales nacionales y extranjeras, las delegaciones deportivas nacionales o extranjeras y representantes de organismos internacionales. En este último caso, la calificación para gozar de dicha exención se solicitará por parte del Órgano Ejecutivo en el Ramo de Relaciones Exteriores al Ministerio de Hacienda.

Art. 17.- La contribución especial establecida en el artículo que antecede será recaudada por el establecimiento hotelero del que haga uso el sujeto pasivo o, en su caso, la empresa aérea que preste el servicio de transporte. La recaudación se efectuará en el momento de la realización del pago de los servicios por parte del sujeto pasivo, debiendo especificarse el monto de la contribución por separado en el documento que de acuerdo a las leyes fiscales se extienda para comprobar el pago.

Art. 18.- Dentro de los primeros diez días hábiles de cada mes, la empresa responsable de su captación deberá enterar los recursos recaudados del mes anterior al Fondo General del Estado, mediante declaración rendida en formularios especiales que proporcionará la Administración Tributaria.

Las sanciones por no efectuar la percepción establecida en el presente artículo o por no enterar sus montos al fisco serán las establecidas en el Art. 246 del Código Tributario y para su imposición el Ministerio de Hacienda, seguirá los procedimientos establecidos en el cuerpo legal citado. En estos casos el Ministerio de Hacienda tendrá la facultad de determinar el monto de la recaudación dejada de percibir.

Art. 19.- En las partidas presupuestarias que se asignen anualmente a CORSATUR en el Presupuesto General del Estado, se incluirán los montos a generarse por el pago de la contribución especial establecida en el Art. 16 de la presente Ley. Dicha asignación podrá ser ampliada, previa aprobación de la Asamblea Legislativa, con el exceso del monto de los ingresos recaudados en el concepto de la contribución a la que se refiere el mencionado artículo.

CAPÍTULO VI

FOMENTO A LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Sección A

De los Beneficios e Incentivos

Art. 20.- Los beneficios e incentivos que se establecen en la presente Ley están dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país.

Art. 21.- Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

- a. Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.
- b. Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.
- c. Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.
- d. Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.
- e. Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.

Sección B

Condiciones y Regulaciones para el otorgamiento de los Incentivos

Art. 22.- Para los efectos señalados en la presente Ley, el otorgamiento de incentivos fiscales en forma asociada sólo aplicará, cuando los proyectos de inversión se realicen dentro de una misma área geográfica, la cual será declarada como Proyecto de Interés Turístico Nacional por Acuerdo emitido por la Secretaría de Estado y los incentivos por Acuerdo emitido por el Ministerio de Hacienda. Estas áreas podrán estar localizadas en cualquier parte del país con vocación turística.

El otorgamiento de incentivos fiscales a las empresas turísticas beneficiadas, será realizado mediante Acuerdo Ejecutivo emitido por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, previa opinión favorable de la Secretaría de Estado, la que se encargará de verificar en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y con el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte, el cumplimiento de las disposiciones establecidas en los Arts. 14 y 15 de esta Ley, así como de los requisitos, procedimientos, normas y condiciones establecidas en el reglamento respectivo.

La vigilancia y control de las inversiones realizadas con los beneficios establecidos en el presente Capítulo, será responsabilidad de la Secretaría de Estado a través de delegados debidamente identificados y autorizados por la misma.

Art. 23.- Será competencia del Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, según sea el caso, ejercer la vigilancia y control del régimen fiscal de las actividades incentivadas.

No obstante lo anterior, las personas naturales o jurídicas que ejerzan funciones de auditoría, y concretamente en dicha labor relacionada a los estados financieros de empresas amparadas a esta Ley, estarán obligadas a examinar y evaluar el correcto uso y aplicación de los incentivos derivados de la misma.

Art. 24.- Los bienes que hayan sido importados al amparo de los incentivos de la presente Ley, no podrán ser transferidos a terceros antes del plazo establecido en el Reglamento de la Presente Ley.

Estos bienes, deberán ser reexportados o pagar los impuestos que existían al momento en que se otorgó la libre introducción de aquéllos, cuando la empresa beneficiada deje de operar en el país, antes del plazo establecido en el Reglamento de la presente Ley, a menos que se transfieran de acuerdo a las excepciones que para su efecto señalará el mismo Reglamento.

CAPÍTULO VII

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Art. 25- Las infracciones cometidas por los empresarios del turismo, para los efectos de esta Ley, son las siguientes:

- a. Dar uso diferente al autorizado a los incentivos fiscales y a los bienes que hayan sido importados al amparo de los incentivos de la presente Ley; o no tener debidamente identificados los bienes importados al amparo de la presente Ley como de uso exclusivo para la actividad incentivada.
- b. Suministrar datos falsos a las entidades u organismos mencionados en la presente Ley, o no enviar la información que les sea requerida por autoridad competente.
- c. Falsificar la inscripción en el Registro.
- d. Cobrar impuestos, derechos u otros tributos en ocasión de la prestación de servicios que no sean los establecidos en las Leyes.
- e. No informar a la autoridad respectiva acerca de la venta o traspaso de activos o acciones referidas en el literal c) del Art. 11.
- f. Negar u obstaculizar la función supervisora de las autoridades competentes.
- g. No comparecer sin causa justificada a las citaciones que en legal forma les hicieren las instituciones mencionadas en la presente, según sus respectivas competencias legales.
- h. Realizar, en ocasión de la prestación de sus servicios, actos discriminatorios por razones de género, nacionalidad, etnia, preferencia sexual, religión o cualquier otra particularidad.

- i. Incumplir con cualquier otra obligación no especificada en el presente artículo, ya sea contenida en esta Ley, en su reglamento o en cualquier otra ley que regule la materia.

Art. 26.- Se sancionarán las infracciones a la presente Ley, así:

- a. LEVE: Multa de veinte salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- b. GRAVE: Multa de treinta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- c. MUY GRAVE: Multa de cuarenta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.

Las sanciones señaladas se aplicarán sin perjuicio de otras que las leyes respectivas señalen para tales actos u omisiones. El cumplimiento de la sanción no eximirá al infractor de la obligación de cumplir con las obligaciones reguladas en esta Ley.

Art. 27.- Para los efectos del artículo anterior, se entenderán como infracciones muy graves las contenidas en el artículo 25, en los literales a), b), c) y d); como infracciones graves las contenidas en los literales e) y f); y como infracciones leves, las contenidas en los literales g) y h).

Cuando se incurra en una infracción sancionada con multa muy grave se revocará definitivamente el Acuerdo que concede los incentivos y se ordenará la cancelación del asiento de la empresa en el Registro. Igual sanción procederá en caso de incurrir reiteradamente en infracciones graves.

Cualquier otra infracción a la presente Ley, su reglamento, o cualquier otra ley sobre la materia, será sancionada de la misma forma que las infracciones graves contenidas en la presente Ley.

Art. 28.- La Secretaría de Estado podrá ordenar la investigación de las infracciones y la aplicación de sanciones de las violaciones a lo dispuesto en esta Ley y sus Reglamentos.

CAPÍTULO VIII

DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

Art. 29.- Cualquier interesado podrá solicitar que se inicie investigación con el fin de hacer efectivas las responsabilidades que correspondan por la infracción a esta Ley y sus Reglamentos.

Art. 30.- La Secretaría de Estado, cuando por cualquier medio tenga conocimiento de incumplimiento de las obligaciones legales por parte de los titulares y/o de sus empresas turísticas, estará en la obligación de iniciar inmediatamente el proceso de investigación correspondiente.

Art. 31.- La Secretaría de Estado investigará el hecho denunciado y si en el informe correspondiente, aparece que se ha cometido una infracción a esta Ley, y sus Reglamentos, se abrirá el expediente administrativo correspondiente.

La Secretaría de Estado notificará al presunto infractor, con copia del informe a que se refiere el inciso anterior, a fin de concederle audiencia dentro del tercer día hábil contado a partir del día siguiente al de la notificación respectiva.

Art. 32.- Vencido el plazo al que se refiere el artículo anterior, si fuere procedente, se abrirá a pruebas el expediente por un período de diez días hábiles, contados a partir del día siguiente al de la notificación, para que comparezca con las pruebas que pueda aportar. Concluido el término de prueba, en su caso, se emitirá la resolución correspondiente, imponiéndose o no la sanción que corresponda conforme a esta Ley.

Art. 33.- De la resolución emitida, se admitirá el recurso de revocatoria dentro de tres días hábiles siguientes de la notificación respectiva. Interpuesto el recurso en tiempo, el titular de la Secretaría de Estado resolverá lo que corresponda en la siguiente audiencia.

Art. 34.- Toda multa que se imponga en virtud de esta Ley, deberá pagarse dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que se notifique al sancionado la resolución definitiva que la ordena.

Art. 35.- La facultad para investigar e imponer las sanciones originadas por las infracciones a la Ley o sus Reglamentos, prescribe a los seis meses para las infracciones leves y graves y en un año para las infracciones consideradas como

muy graves; en ambos casos los plazos se contarán a partir de la fecha en que la infracción haya sido cometida.

CAPÍTULO IX

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Art. 36.- Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, toda nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional, por un monto de capital propio de al menos Cincuenta mil Dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50,000.00), tendrá derecho a los siguientes incentivos:

- a. Exención del impuesto sobre Transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto.
- b. Exención de los derechos e impuestos, incluyendo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, en la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones del proyecto. El monto exonerado no podrá ser mayor al 100% del capital propio invertido del proyecto en cuestión.
- c. Exención del pago del Impuesto Sobre la Renta por el período de 10 años, contados a partir del inicio de operaciones.
- d. Exención parcial de los impuestos municipales por el período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas hasta por un 50% de su valor. Para ello, el interesado presentará al municipio correspondiente su inscripción en el registro turístico, la calificación de proyecto turístico otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo y certificación de la declaración de renta presentada al Ministerio de Hacienda.

Estos incentivos podrán ser solicitados por una sola vez durante el plazo establecido en el inciso primero del presente artículo; no obstante lo anterior, si se realizaran dentro de dicho plazo, ampliaciones en la infraestructura de la empresa turística solicitante, cada una de ellas por un monto equivalente al

establecido en el inciso primero de este artículo, podrán solicitar la concesión de incentivos por cada una de dichas ampliaciones.

La calificación a la que se refiere el inciso primero del presente artículo, será otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo.

Art. 37.- Todas las empresas beneficiadas con los incentivos establecidos en la presente Ley, deberán contribuir con un 5% de las ganancias obtenidas durante el período de exoneración, dicho porcentaje será agregado a las contribuciones especiales establecidas en esta Ley para la promoción del turismo.

CAPÍTULO X

DISPOSICIONES FINALES, DEROGATORIAS, Y VIGENCIA

Art. 38.- Las disposiciones de la presente Ley, por su carácter especial, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en otras leyes. Además, la aplicación de sus disposiciones se harán en la forma que mejor garantice la eficacia de las competencias atribuidas para el logro de sus fines.

Art. 39.- El Presidente de la República emitirá los Reglamentos de aplicación de la presente Ley.

Art. 40.- Deróganse las siguientes leyes:

- a. Decreto Legislativo No. 367, de fecha 28 de junio de 1967, publicado en el Diario Oficial No. 117, Tomo No. 215, del 29 de ese mismo mes y año que contiene la Ley de Fomento de la Industria Turística;
 - b. Decreto Legislativo No. 134, de fecha 28 de junio de 1984, publicado en el Diario Oficial No. 159, Tomo No. 284, de fecha 28 de agosto de ese mismo año que contiene la Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística;
- y,

Art. 41.- La presente Ley entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL SALÓN AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO, San Salvador, a los diez días del mes de diciembre del año dos mil cinco.