

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Escuela de economía**



**Universidad de El Salvador**

*Hacia la libertad por la cultura*

**“PROPUESTA DE PLAN PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN EL  
CANTON LOS NARANJOS, MUNICIPIO DE JUAYUA, DEPARTAMENTO DE SONSONATE,  
EL SALVADOR”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:**

MARTA ELIZABETH PORTILLO CONTRERAS

CARLOS ARTURO RODRIGUEZ MARTINEZ

**PARA OPTAR AL GRADO DE**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**AGOSTO DE 2009**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Rector : Ing. Rufino Antonio Quezada Sánchez

Secretario General : Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

### **Facultad de Ciencias Económicas**

Decano : Msc. Roger Armando Arias Alvarado

Secretaria : Licda. Vilma Yolanda Vásquez Del Cid

Docente Director : Licda. Gladis del Carmen Flores

Coordinador de Seminario : Lic. Erick Francisco Castillo

Agosto 2009

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo, la culminación de mi carrera universitaria y los logros obtenidos hasta este momento se lo agradezco primeramente a DIOS TODOPODEROSO, de él mana toda bendición y misericordia. Reconozco que su bondad me ha acompañado todos los días de mi vida y lo seguirá haciendo en lo que aun me falta por recorrer, a él dedico todos mis triunfos.

También agradezco a mis padres Blanca Nubia Contreras y Alejandro Portillo, y a mi tía Juanita Contreras; quienes han sido el impulso y motivación de mis logros. Principalmente a mi padre por creer siempre en mi y en lo que puedo llegar a ser. A todos mis amigos, compañeros y maestros que me han acompañado a lo largo de mi formación, que han creído en mi capacidad y han sido mi fortaleza y compañía. Entre ellos destaco a Joel Vigil, Marleni Guardado, Gabriela Pacas, Elbita Chinchilla y Héctor Clavel.

Asimismo, agradezco a mi compañero de tesis y al docente asesor por haberme acompañado y motivado para la realización de este trabajo, a todas las personas que de alguna manera participaron en mis logros y a mis hermanos en Cristo por sus oraciones. Este logro solo representa un peldaño en mi vida en la búsqueda por la competitividad y la satisfacción personal.

**M. ELIZABETH PORTILLO**

Definitivamente a Dios, mi señor, mi iluminación, mi guía, mi proveedor, mi fin último; sabes lo esencial que has sido en mi vida al despertarme el don de la perseverancia para alcanzar esta meta, esta alegría.

A mis padres y hermanos, por darme su amor incondicional, estabilidad económica y sentimental para poder culminar este logro que no hubiese posible ser realidad sin ustedes. GRACIAS por darme la experiencia para que de mi boca salgan las palabras...FAMILIA. MADRE y PADRE, quienes serán por siempre mi fuente de inspiración para alcanzar mis metas, por enseñarme que con esfuerzo todo se aprende y que al final siempre existe una recompensa. Sus esfuerzos se han convertido en un triunfo que compartimos. ¡LOS AMO!

A mi amada esposa, por su apoyo, comprensión y amor que me da la confianza de poder lograr lo que me proponga. Gracias por escucharme y ser parte de mi vida, eres lo mejor que me ha pasado.

A mi porción de cielo que bajó a mi familia para hacerme el hombre más feliz y realizado del mundo, gracias HIJO porque nunca pensé que de tan pequeño cuerpecito, emanara tanta fuerza y entusiasmo para motivarme a lograr lo que me proponga.

A mi suegra, por estar siempre pendiente y dispuesta a brindarme su apoyo.

A todo(a)s mis amigo(a)s presentes y otros que por diferentes circunstancias no están aquí presentes; por haberme brindado su amistad y apoyo para que yo pudiese madurar como persona, también son parte de esta alegría, ¡LOS RECUERDO MUCHO!

A mi compañera de tesis y a mi asesor, gracias por ser parte del último escalón para poder alcanzar esta meta, MI SUEÑO que ahora es realidad.

Son tantas personas las que han participado en el camino para lograr este triunfo, que sería imposible nombrarlas pero que están guardadas en la memoria de mi CORAZON... GRACIAS por ser partícipes de cincelar con su amor a este Carlos Rodríguez.

**CARLOS A. RODRIGUEZ**

## INDICE

	Paginas
INTRODUCCIÓN.....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	vi
<b>CAPITULO I: ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.....</b>	<b>1</b>
1.1    El Turismo en el Mundo .....	1
1.2    El Turismo en Centroamérica.....	3
1.3    Turismo en El Salvador.....	7
1.3.1    Antecedentes Normativos e Institucionales .....	7
1.3.2    Estructura del Sector Turismo .....	9
a. Instituciones Turísticas .....	9
a.1. Ministerio de Turismo (MITUR) .....	9
a.2. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) .....	10
a.3. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) .....	11
b. Coordinación Interinstitucional.....	12
b.1. Municipalidades .....	12
b.2. Comités de Desarrollo Turístico .....	12
b.3. Consejo Nacional de Gremiales Turísticas .....	13
b.4. Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) .....	14
b.5. Ministerio de Gobernación (MIGOB) .....	14
1.4    Oferta Turística en El Salvador .....	14
1.4.1    Accesibilidad y Transporte.....	15
a. Carreteras .....	15
b. Comunicación Aérea .....	15
c. Comunicación Marítima .....	16
d. Transporte Ferroviario.....	17
e. Alquiler de Autos y Transporte Público.....	17
1.4.2    Atractivos y Recursos Turísticos.....	17
a. Sitios Urbanos .....	18
b. Patrimonio Histórico-Cultural .....	18
c. Ciudades Coloniales.....	19
d. Artesanías .....	19
e. Recursos Culinarios y Gastronómicos.....	19
f. Playas.....	20
g. Volcanes, Lagos y Espacios Protegidos.....	21
h. Parques Recreativos .....	21
i. Servicio de Alojamiento .....	22
j. Articulación del Producto Turístico .....	23
1.5    Demanda Turística en El Salvador.....	24
1.5.1    Mercados Emisores de Turismo .....	28
a. Turismo Interno .....	28

b. Turismo Regional .....	29
c. Turismo Internacional .....	29
d. Turismo Étnico.....	29
1.5.2 Principales Motivaciones Turísticas .....	30
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL .....</b>	<b>31</b>
2.1 Competitividad .....	31
2.1.1 Competitividad Sistémica.....	31
2.1.2 Ventajas Competitivas .....	35
2.2 Turismo y Desarrollo .....	39
2.2.1 Desarrollo Local.....	43
2.3. Modalidades de Turismo .....	45
2.3.1. Turismo de Sol y Playa .....	46
2.3.2. Turismo Ecológico .....	46
2.3.3. Turismo Comercial.....	47
2.3.4. Turismo Cultural.....	48
2.3.5. Turismo Recreativo.....	48
2.3.6. Turismo Gastronómico.....	49
2.3.7. Turismo Social .....	49
2.3.8. Turismo Estudiantil .....	50
2.3.9. Turismo Nacional e Internacional.....	50
2.4 Plan de Desarrollo Turístico .....	51
<b>CAPITULO III: DIAGNÓSTICO DEL CANTÓN LOS NARANJOS .....</b>	<b>53</b>
3.1 Características Geográficas .....	53
3.2 Características Demográficas .....	55
3.3 Principales Actividades Económicas .....	55
3.4 Lugares Turísticos y Potencialidades.....	56
3.5 Infraestructura Turística .....	59
3.6 Demanda Turística en Los Naranjos.....	60
3.7 Instituciones y Grupos Sociales. ....	61
3.7 Resultados de la Encuesta.....	62
<b>CAPITULO IV: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO .....</b>	<b>67</b>
4.1 Objetivos .....	67
4.2 Alcances.....	68
4.3 Análisis FODA.....	68
4.3.1 Fortalezas .....	68
4.3.2 Oportunidades .....	69
4.3.3 Debilidades .....	69
4.3.4 Amenazas.....	72
4.4 Acciones Estratégicas .....	73
4.4.1 Orientación de Mercado.....	73
4.4.2. Formación de Comité de Turismo.....	73

4.4.3 Publicidad y Promoción .....	75
4.4.4. Innovación, Capacitación y Asistencia Técnica .....	76
4.4.5 Asistencia Financiera.....	76
4.4.6. Protección del Medio Ambiente .....	77
4.4.7. Competencias y Acciones Institucionales .....	77
4.5 Proyectos .....	79
4.5.1. Proyecto: Construcción de Hostales .....	80
4.5.2. Proyecto: Servicios de Guías y Alquiler de Bicicletas de Montaña. ....	81
4.5.3. Proyecto: Instalación de Torres y Cables de Tensión para la Práctica del Deporte Canopy. ....	82
4.5.4. Proyecto: Ampliación de Viveros y Oferta de Otros Servicios.....	83
4.5.5. Proyecto: Desarrollo de Festivales Gastronómicos .....	84
4.6 Metas .....	85
4.7 Inversión.....	86
4.8. Fuentes de Recursos .....	88
 CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	 97
5.1. CONCLUSIONES .....	97
5.2. RECOMENDACIONES .....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS .....	107

## INTRODUCCIÓN

La actividad turística en el ámbito internacional genera importantes ingresos para los diversos destinos receptores que se encuentran localizados en el amplio mapa mundial. Dichos destinos turísticos experimentan diferentes etapas de desarrollo determinadas por el crecimiento de su demanda, así como por la situación y articulación de su oferta, todo lo cual establece, junto a otros factores, la imagen percibida de los mismos. En este ámbito, empieza a sobresalir la región centroamericana, la cual presenta significativas expectativas de crecimiento, con tasas que superan la de muchos destinos considerados en este campo.

Los gobiernos de los países de Centroamérica, conscientes de las sinergias al unir esfuerzos, apuestan por una integración que, efectivamente, contemple el desarrollo turístico de la región. Sin embargo, los destinos turísticos muestran situaciones heterogéneas en cuanto a recursos, infraestructura, capital humano, así como otros factores clave de estos países que determinan su posición en el ranking de llegadas e ingresos turísticos.

El Salvador en los últimos años ha venido descansando su economía en el sector terciario y, más recientemente, le está apostando al turismo, en respuesta de la caída de los precios internacionales de los productos agrícolas, los desastres naturales y la falta de adecuado financiamiento e incentivos para los agricultores. Ello ha provocado que la agricultura no sea un sector de la economía generador de un porcentaje importante de divisas; por lo que se están creando organismos y marcos institucionales y normativos con el fin de impulsar el sub sector turismo en el país.

El turismo constituye uno de los mayores recursos para impulsar el crecimiento y desarrollo económico de El Salvador. A los atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, entre otros. Eso explica la cada vez mayor tasa de crecimiento de visitantes al país. Una cualidad del territorio es que la extensión es pequeña. A El Salvador se le conoce como "*el país de los 40 minutos*", debido a que desde la capital se llega en ese tiempo a distintos lugares turísticos.

Sin embargo, el país presenta debilidades que limitan el crecimiento de este subsector, tales como poco desarrollo de infraestructura turística y problemas de delincuencia, los cuales repercuten negativamente en el porcentaje de turistas que llega al país o que la estancia promedio de turistas así como al gasto efectuado sea bajo.

El eje central de la presente investigación está en línea con las actuales preocupaciones de los países y de los gobiernos por alcanzar tasas más altas de crecimiento de sus economías, esto es, políticas económicas efectivas para la ejecución de planes y proyectos que permitan generar ingresos y empleo a la población y de potenciar la competitividad de los diversos sectores y subsectores de la economía. El presente proyecto se orienta a uno de los sub sectores que actualmente está captando la atención en diferentes países como clave para la generación de ingresos y empleos: el subsector turismo.

En el país existen lugares que antes se destinaban a tierras de cultivo y que ahora se están volviendo lugares de descanso y esparcimiento para la familia. Por ejemplo, el Cantón Los Naranjos en años anteriores ha basado sus ingresos en la producción de café; sin embargo, con la caída de los precios internacionales del mismo y con la erupción del volcán Ilimatepec en el año 2005, dicha actividad ya no es tan rentable e incluso los cafetales han comenzado a descuidarse, por lo que algunos empresarios han optado por aprovechar los recursos de la zona invirtiendo en negocios como viveros, restaurantes y hostales.

Esos dos motivos fueron los que condujeron a los empresarios a potenciar el turismo (caída del precio internacional del café y la erupción del volcán Ilimatepec). Beneficios de café, viveros, cafetales, restaurantes, cafés y hasta pequeños hoteles y hostales son los que están haciendo del municipio de Juayúa uno de los principales atractivos turísticos y que forman parte de la "Ruta de Las Flores". Este desarrollo podría favorecer en un futuro al cantón Los Naranjos, si se hacen las inversiones necesarias y se promueve este lugar.

El cantón Los Naranjos es un lugar que cuenta con las condiciones necesarias para desarrollar una o más de las distintas modalidades de turismo, su gran atractivo es la combinación de bajas temperaturas, neblina, sol, vegetación y montañas, que al ser aprovechadas de manera adecuada por los inversionistas podrían convertir al cantón en un verdadero atractivo turístico.

Sin embargo, es evidente que hasta la fecha Los Naranjos no constituye un destino turístico en sí mismo, por ello en el planteamiento del problema se explica que el esfuerzo realizado por algunos de los habitantes de la zona no es suficiente, se necesita de inversión tanto en infraestructura como en promoción y publicidad.

La oferta turística del lugar, no es suficiente para atraer más visitantes, la mayoría se detiene ahí a observar un momento y luego se retiran por no encontrar una variedad de opciones para entretenerse.

La inversión en infraestructura turística en la zona es poca y se reduce a la construcción de restaurantes y negocios de viveros, no existe la visión en conjunto de transformar el cantón en un verdadero atractivo turístico. Por ejemplo, hace falta la promoción del mismo, se desaprovecha la oportunidad de anunciarse en los distintos medios de comunicación tales como la prensa, la radio, la televisión, revistas y el internet. Pero el hacer promoción, tiene que acompañarse con atractivos turísticos. Las personas como consumidores se caracterizan por la variedad de gustos y preferencias por los productos o servicios que demandan; mientras algunos disfrutan del sol y la playa, a otros les gusta los festivales gastronómicos o disfrutar de un ambiente fresco en armonía con la naturaleza.

Se necesitan, pues, más inversionistas que construyan en la zona restaurantes, cafés, hostales, miradores, etc., de forma tal que las bajas temperaturas, la vegetación exuberante y las bellas imágenes de los paisajes sean aprovechadas para brindar a los visitantes descanso, recreación y esparcimiento. Asimismo, hacer publicidad a través de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, revistas y el internet) para dar a conocer las opciones de destinos turísticos, entre ellos el cantón Los Naranjos.

El crecimiento de la demanda de turistas en nuestro país permite que zonas como la antes expuesta, se vean beneficiadas, siempre y cuando se aprovechen los recursos con lo que cuentan, y es ahí donde entra nuestra investigación y propuesta de plan de desarrollo, que abona a las acciones que ya están realizando los habitantes y empresarios, articulando la productividad de la región y su potencial para ser utilizada en forma positiva para el desarrollo turístico e incorporando a todos los actores directos e indirectos de la localidad, para que de esta manera sea un trabajo y beneficio en conjunto.

En los objetivos se deja plasmado el diseño de un plan de desarrollo que contribuya a mejorar la competitividad del turismo en el cantón Los Naranjos, y para ello se estudian las condiciones actuales del sub-sector turismo en la zona mediante la herramienta del análisis FODA, sin dejar de lado la investigación de campo, cuyo propósito es conocer la opinión de los dueños de negocios, agentes de desarrollo local y visitantes.

La hipótesis general que se planteó es que mejorar la competitividad del turismo en el Cantón los Naranjos contribuirá a dinamizar el sector turismo y la situación socioeconómica de la población de la zona.

Las hipótesis específicas que se formularon fueron:

La dinamización del sector turismo en Los Naranjos está condicionada por la selección e identificación óptima de los productos turísticos más competitivos.

La baja competitividad de los productos turísticos en Los Naranjos es explicada entre otros, por la falta de inversión en infraestructura turística, proyectos y planes de desarrollo local.

Para realizar la investigación de este trabajo se utilizaron dos fuentes: primarias y secundarias. La primera se recogió directamente de la realidad de la zona a través de entrevistas y encuestas a operadores, dueños de negocios y residentes de la zona. Las fuentes secundarias de información que se utilizaron fueron libros, tesis, revistas, boletines e internet.

El presente trabajo se estructura en cinco capítulos: el primero corresponde a los antecedentes y situación actual del turismo en El Salvador. En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico conceptual, teniendo como sustentación las teorías relacionadas con la competitividad, principalmente la competitividad sistémica, haciendo énfasis en la importancia de las políticas territoriales las cuales se diseñan bajo el perfil de producción de cada localidad y el involucramiento de sus respectivos actores públicos y privados, para el fomento de la innovación productiva y el desarrollo empresarial. También se desarrollan aspectos teóricos, relacionados con el turismo y desarrollo, el desarrollo local y las modalidades de turismo.

En el tercer capítulo se realiza el diagnóstico de la zona con base a la información primaria y secundaria, en el cuarto capítulo se presenta el diseño del plan turístico para la zona junto con las acciones estratégicas a tomar y, finalmente en el capítulo cinco se presentan los aspectos más importantes de la investigación y las recomendaciones respectivas. Se presenta la Bibliografía que se ha consultado para elaborar el proyecto, el diseño de las encuestas y los cuadros anexos correspondientes.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo, esta orientado a potenciar el turismo en el cantón Los Naranjos, municipio de Juayúa en Sonsonate, este es uno de los lugares con mayor atractivo turístico en la zona dado su agradable clima y abundante vegetación. Sin embargo, este potencial no esta siendo explotado en su totalidad.

Por años la mayor fuente de empleo e ingresos en el cantón Los Naranjos, lo constituyeron las fincas de café; Sin embargo, desde la década de los noventa se comenzó a experimentar un descenso en los precios internacionales del grano lo que hizo que la producción fuese disminuyendo. Sumado a esto en el 2001 el volcán Ilimatepec hizo erupción y sus cenizas cubrieron gran parte de las zonas cafetaleras, una razón más para que los dueños de los cafetales los descuidaran poco a poco y con ello la productividad disminuyera, ocasionando una disminución en el empleo e ingresos para los habitantes.

El cantón Los Naranjos forma parte de la Ruta de Las Flores, ruta reconocida por su variada vegetación, artesanías de mimbre, gastronomía y hostales; pero de este prestigio el cantón goza muy poco dada la escasa oferta turística con que cuenta: cinco restaurantes, doce viveros de pequeña escala, un hostel y cuatro miradores a orilla de carretera. Dada esta situación se decidió realizar un estudio orientado a conocer las causas del poco desarrollo y a su vez descubrir los recursos con que cuenta para poder potenciarlos. Mediante esto se busca aumentar la demanda de visitantes al cantón Los Naranjos, mediante el incremento de la oferta turística; convertir al cantón en un destino turístico como parte de la Ruta de Las Flores reconocido a nivel nacional y contribuir al desarrollo, mediante la generación de empleos e ingresos producto de nuevas inversiones y estrategias.

Para abordar esta investigación se utilizo como marco de referencia las teorías de competitividad expuestas por Francisco Alburquerque y Michael Porter, así como la relación existente entre turismo y desarrollo nacional. Para la metodología se utilizo el método histórico descriptivo y el método experimental inductivo. Asimismo, para la recolección y obtención de datos recurrimos a las fuentes bibliográficas e información virtual, también se realizaron entrevistas y cuestionarios a los principales actores de desarrollo local, dueños de negocios, turistas en el lugar y habitantes.

Al sintetizar y analizar la información colectada, conociendo sus fortalezas y debilidades mediante la técnica del FODA, se propone el desarrollo de cinco proyectos turísticos y siete acciones estratégicas a

implementar para posicionar al cantón como un destino turístico dentro de la reconocida Ruta de Las Flores.

Resultado interesante en este estudio concluir sobre la importancia del involucramiento de los actores locales en el diseño y ejecución de políticas para el desarrollo local. Las políticas macroeconómicas a nivel de gobierno son importantes para estabilizar la economía y beneficiar a la población, sin embargo para que el desarrollo sea una realidad para cada salvadoreño, es imprescindible el desarrollo de políticas a nivel local tomando en cuenta su perfil productivo y disponibilidad de recursos.

## CAPITULO I

### ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL

#### 1.1 El Turismo en el Mundo

A partir de la década de los cincuenta, el turismo mundial ha mostrado tasas de crecimiento relativamente altas aunque descendente al observar el periodo 1960-2005, el turismo se ha convertido en una industria de enorme importancia desde el punto de vista económico. El Cuadro 1.1 muestra el crecimiento, hasta el 2007.

**CUADRO 1.1**  
**CRECIMIENTO MUNDIAL DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO 1950-2007**  
**(EN PORCENTAJES)**

PERIODO	TURISTAS (CRECIMIENTO PROMEDIO)	INGRESOS POR TURISMO (CRECIMIENTO PROMEDIO)
1950-1960	10,6	12,6
1960-1970	9,1	10,1
1970-1980	5,7	19,2
1980-1990	4,8	9,6
1990-1995	4,4	7,5
1996-2000	4,0	6,8
2001-2005	3,4	5,8
2006-2007	5,8	9,9

Fuente: Elaboración propia, con datos del Organismo Mundial de Turismo (OMT)

En la actualidad, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), agencia especializada de las Naciones Unidas, la industria contribuye con el 12% del PIB mundial y genera ingresos brutos por más de US\$423,000 millones, registrándose en todo el mundo alrededor de 592 millones en llegadas de visitantes extranjeros. La OMT pronostica que durante las próximas dos décadas el turismo mundial alcanzará los 1,000 millones de turistas y los US\$1,55 billones de ingresos. No obstante, se estimaba antes de la crisis actual que la industria crecería a un ritmo inferior al registrado durante los últimos 45 años, pero que duplicaría las cifras actuales<sup>1</sup>. De acuerdo con las estadísticas de la OMT, en el 2007

---

<sup>1</sup> Organización Mundial de Turismo (1997), p. 2.

tuvieron lugar 903 millones de llegadas de turistas internacionales, que representa un aumento de 6,6% con respecto a 2006.

Con la crisis que están experimentando todos los países, uno de los subsectores que se verán afectados será el turismo, por lo que esas estimaciones optimistas experimentarán cambios, aunque no tan drásticos.

Las dos tendencias primordiales que han impulsado hasta ahora el crecimiento del turismo mundial son: el auge de los viajes de breve duración en los países industrializados y la creciente tendencia a viajar por parte de la población de los países en desarrollo. Los viajeros exigen cada vez más calidad y mejor relación calidad/precio, lo cual ha influido en la elección de destinos vacacionales y conformado las pautas turísticas mundiales a partir de mediados de la década de los noventa.

Los países más visitados por turistas internacionales en el 2006 y 2007 fueron Francia en el primer lugar y España en el segundo lugar, ambos países de Europa. En 2007 Ucrania entró en la lista de los 10 principales destinos, superando a México y desplazando a Rusia y Austria. Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional en 2007.

**CUADRO 1.2**  
**PRINCIPALES DESTINOS DE TURISMO INTERNACIONAL AÑO 2007**

<b>PERIODO</b>	<b>TURISTAS (CRECIMIENTO PROMEDIO)</b>	<b>INGRESOS POR TURISMO (CRECIMIENTO PROMEDIO)</b>
1950-1960	10,6	12,6
1960-1970	9,1	10,1
1970-1980	5,7	19,2
1980-1990	4,8	9,6
1990-1995	4,4	7,5
1996-2000	4.0	6.8
2001-2005	3.4	5.8
2006-2007	5.8	9.9

FUENTE: Estadísticas sobre turismo en el mundo. Organización Mundial del Turismo

Como podemos observar solamente México en América Latina ha ingresado al ranking de los 10 países mas visitados a nivel mundial, esto se debe al atractivo turístico que ofrecen los países de Europa y México, así como a la promoción de dichos destinos.

## 1.2 El Turismo en Centroamérica

A partir de la culminación de los procesos de paz de los años noventa, Centroamérica comienza una etapa de estabilidad política y económica y de fortalecimiento de la democracia que permite potenciar el papel del turismo como factor de desarrollo económico en los países de la región.

Como se puede observar, en el periodo 1995-2007 la cantidad de turistas que han arribado a Centroamérica ha aumentado; en efecto en el año 1995 la cantidad de turistas ascendió a 2.6 millones de personas y en el 2007 esta cantidad llegó a 6.9 millones, lo que significa un incremento de 4.3 millones de personas. Sobresale el incremento de turistas en los países de El Salvador, Honduras y Nicaragua, ya Costa Rica y Guatemala son países que han atraído turistas.

En el período 1995- 2000, el crecimiento medio en los países de la región en cuanto a llegadas, sin tener en cuenta El Salvador, giraba en torno al 9%. Dicho promedio aumenta al incorporar las cifras de El Salvador que ha experimentado un mayor crecimiento medio anual del 27,6% en el número de llegadas, a pesar que el turismo en el país disminuyó en el 2001 a causa de los desastres naturales sufridos durante ese año.

El incremento de turistas que visitan Centroamérica ha sido posible gracias a las compañías aéreas que unen la región con Europa y el resto de América, así como a la gran oferta turística que ofrecen los siete países de la región. El incremento que experimentado Panamá se debe en parte a "las fuertes inversiones que está realizando, especialmente con la ampliación del Canal de Panamá y la construcción de nuevos establecimientos hoteleros", según CATA.

A pesar de que la crisis afectó la llegada de turistas en todo el mundo, el turismo se ha mantenido en Costa Rica. Los destinos más destacados de este país preferido por los europeos son el Parque Nacional de Tortuguero, sus canales y la zona centro de Costa Rica, así como el Parque Nacional de Manuel Antonio, al sur del país, que combina playa y selva.

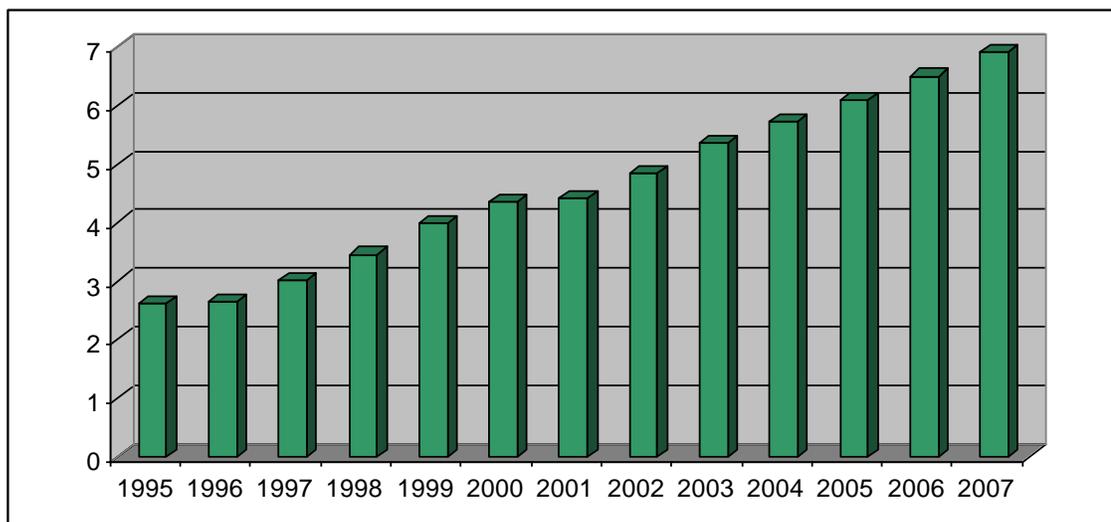
**CUADRO 1.3**  
**LLEGADAS INTERNACIONALES DE TURISTAS A CENTROAMERICA**  
**1995-2007 (En miles)**

PAÍSES / AÑOS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Belice	131	133	146	176	181	196	196	203	216	231	247	289	303
Costa Rica	785	781	811	943	1,032	1,088	1,132	1,205	1,348	1,437	1,501	1,578	1,633
El Salvador	235	283	387	542	658	795	735	825	913	966	1,052	1,093	1,199
Guatemala	563	520	576	636	823	826	835	945	1,075	1,182	1,213	1,287	1,345
Honduras	271	263	307	321	371	471	518	589	615	672	703	776	819
Nicaragua	281	303	358	406	468	486	483	536	597	615	699	763	809
Panamá	345	362	421	431	457	484	519	549	583	621	687	714	794
<b>Total</b>	<b>2,611</b>	<b>2,645</b>	<b>3,006</b>	<b>3,455</b>	<b>3,99</b>	<b>4,346</b>	<b>4,418</b>	<b>4,852</b>	<b>5,347</b>	<b>5,724</b>	<b>6,102</b>	<b>6,500</b>	<b>6,902</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

En el presente gráfico se puede observar el incremento de turistas que ha experimentado la región centroamericana en términos de 12 años y que en términos porcentuales representa un 13.7% de crecimiento en promedio.

**GRÁFICO 1.1**  
**LLEGADAS INTERNACIONALES DE TURISTAS A CENTROAMERICA**  
**1995-2007**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

El turismo ha ido aumentando su peso en las economías de los países del área poniendo de manifiesto su capacidad de generar empleo y divisas e incidiendo en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes<sup>2</sup>. Al analizar los datos disponibles para el periodo 2003-2007, se puede observar los ingresos generados por la llegada de turistas a la región centroamericana. En efecto, en el año 2003 los ingresos generados fueron de \$3,583.2 millones y en el año 2007 los ingreso casi se duplicaron (\$6,920.6 millones).

**CUADRO 1.4**  
**INGRESOS GENERADOS POR LLEGADA DE TURISTAS A CENTROAMÉRICA**  
**2003-2007 (millones US\$)**

PAISES	AÑOS				
	2003	2004	2005	2006	2007
BELIZE	255.7	172.7	174.7	252.8	295.2
COSTA RICA	1199.4	1342.6	1569.9	1629.3	1894.7
EL SALVADOR	313.2	417.9	628.8	843.2	940.6
GUATEMALA	599.7	770.1	868.8	1012.7	1199.3
HONDURAS	363.4	419.7	465.8	515.2	545.6
NICARAGUA	151.8	166.7	183.5	230.6	255.1
PANAMA	800	900	1104	1445	1790.1
CENTROAMERICA	3583.2	4124.8	4899.5	5865.9	6920.6

Fuente: ANT. [http://www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx?Archivo=bole\\_33494\\_1\\_10032009.pdf](http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=bole_33494_1_10032009.pdf)

El crecimiento experimentado por este subsector se debe a que los países que conforman la región Centroamérica, han unido sus esfuerzos desde el año 2002, para promocionarse turísticamente como una sola región en Europa y Asia, a través de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), con sede en Madrid, España. CATA busca posicionar a Centroamérica como una región con multi-destinos integrados, sostenible y de alta calidad turística, atrayendo más turistas y divisas en beneficio del crecimiento económico de la región a través de una promoción competitiva en los mercados de mayor potencial.

<sup>2</sup>Plan de Acción para la Promoción del Turismo Sostenible.  
[http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/programas/Centroamerica/descargas/plan\\_turismo\\_sostenible.pdf](http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/programas/Centroamerica/descargas/plan_turismo_sostenible.pdf)

El turismo sostenible basado en la conservación del medio ambiente y de las tradiciones de la región así como en el involucramiento de los lugareños en las actividades turísticas, es uno de los puntos más destacados en las políticas turísticas que manejan los Ministerios de Turismo de Centroamérica.

Todos los países cuentan con proyectos de turismo sostenible. En el caso de Costa Rica destaca el anuncio de que el país tiene como meta llegar al 2021 libre de emisiones de carbono. En el Salvador la Fundación Ecológica de El Salvador (SALVANATURA) está ejecutando una serie de proyectos, entre ellos, el fortalecimiento de microempresas turísticas rurales en la zona del Parque Nacional de El Imposible y el fortalecimiento del protocolo en la recepción de turistas para ofrecer un servicio de más calidad a los visitantes.

En Guatemala se ha creado “Las tres Rutas de Turismo Étnico”, en armonía con la naturaleza, las cuales son ricas en expresiones de la Cultura Maya y su Cosmovisión. El objetivo es conocer la historia, costumbres y leyendas mayas al mismo tiempo, que genera un beneficio económico a estas comunidades.

En Honduras uno de los proyectos sostenibles destacados es “El Proyecto de la Ruta Moskitia”, premiado por el World Travel & Tourism Council” como “mejor inversión para el pueblo”, el cual se encuentra en la costa noreste de Honduras, en plena selva amazónica, y está integrado por varias comunidades indígenas que ofrecen los servicios turísticos quienes son en un 100% propietarios y beneficiarios.

La Ruta del Agua en Nicaragua que recorre el Río San Juan y las islas de Solentiname, la Asociación Araucaria está enseñando a los lugareños diversas actividades relacionadas con el turismo (protocolo, mejoras en imagen de hostelería a nivel internacional, preparación de guías turísticas...) y el medio ambiente para obtener un beneficio directo de esta actividad preservando el ecosistema.

En Panamá se ha creado la “Asociación Panameña de Turismo Sostenible” (APTSO) que se concentra en la creación de proyectos de turismo sostenible, en la certificación de sostenibilidad de la oferta, en talleres de capacitación técnica en las comunidades. Actualmente hay más de 70 empresas turísticas que se han afiliado a la APTSO y el objetivo es que adopten estándares de turismo sostenible y apoyen prácticas que contribuyan a la conservación ambiental y sociocultural de Panamá.

Centroamérica parece haber sido diseñada para los amantes del aire libre y la naturaleza; resulta impactante que con tan sólo el 1% de la superficie terrestre del globo, el istmo Centroamericano cuenta con el 8% de las reservas naturales existentes en el planeta, en la que se han identificado 22 zonas de vida y 17 eco-regiones las cuales albergan más de 20,000 especies de plantas distintas. Para conservar esta herencia natural, Centroamérica cuenta actualmente con 144 áreas protegidas y 124 parques naturales.

Esta región enfrenta grandes retos en su definición de paradigmas que le permitan avanzar hacia una prosperidad económica, social y ambiental en este nuevo siglo. Tras años de guerras, reiteradas crisis económicas, pobreza y desigualdad, las agendas políticas de los siete países de la región apuntan hacia estrategias que permitan romper la barrera del subdesarrollo pero bajo esquemas alternativos que contemplen la sostenibilidad a mediano y largo plazo. Es decir, buscar alternativas dentro de la senda del desarrollo sostenible. Dentro de este esquema, se ha identificado el turismo, como la industria capaz de generar bienestar económico y social; al mismo tiempo, un medio que facilite la conservación de los recursos naturales, históricos y culturales, base y sustento de este subsector los cuales son abundantes en la región.

## **1.3 Turismo en El Salvador**

### **1.3.1 Antecedentes Normativos e Institucionales**

La historia alrededor del turismo en El Salvador, registra varios momentos:

- a) El interés del Estado salvadoreño por impulsar el turismo con la creación del Instituto Nacional de Turismo (ISTU), en 1961<sup>3</sup>, enfocada de forma especial en la promoción del turismo local ;
- b) En 1967, se crea la Ley de Fomento de la Industria Turística<sup>4</sup>;
- c) En 1982, se crea la Comisión Nacional de Turismo<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> En 1961 mediante el decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador, creó el Instituto Salvadoreño de Turismo

<sup>4</sup> En junio de 1967, a iniciativa del Presidente de la República por medio de los Ministros de Economía y de Hacienda, la Asamblea Legislativa emitió el decreto número 367.

<sup>5</sup> 1982, Decreto Ejecutivo número 18.

- d) En 1996 se funda la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)<sup>6</sup>. Hasta junio de 2004 fue la entidad rectora del turismo en El Salvador, cuya labor principal era la promoción del turismo de sol y playa y de negocios a nivel internacional.
- e) En 2004, se constituye el Ministerio de Turismo (MITUR)<sup>7</sup>, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue crear una Ley de Turismo. El anteproyecto de ley fue analizado y consensuado en el año 2004 con distintos sectores: Municipalidades, universidades, ONG'S, corporaciones, asociaciones, sectores políticos e institucionales relacionados con el desarrollo turístico del país.

En diciembre de 2005, se crea y aprueba la Ley de Turismo<sup>8</sup>. Para responder a una estrategia económica del sector. Como anteproyecto de ley, transitó por varias instancias oficiales hasta lograr su aprobación por la Asamblea Legislativa.

Esta Ley incluye definiciones básicas, referencias al registro nacional de turismo, similar al planteado en la Ley de Fomento Turístico (donde se estableció el llamado sistema de registro para los agentes involucrados en el turismo). Además, las obligaciones de las personas inscritas en el registro, como medio para obtener ingresos en la promoción turística; el impuesto del 5% del pago de alojamiento y la salida por vía aérea del país.

Contempla además, los beneficios e incentivos, entre los que se incluyen la exención parcial de los impuestos sobre la renta; las condiciones y regulaciones para el otorgamiento de los incentivos; infracciones y sanciones, y procedimientos sancionadores<sup>9</sup>. De esta forma, con esta Ley se derogarían la Ley de Fomento de la Industria Turística, la Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística, y la Ley de Creación de la Comisión Nacional de Turismo. En 2006 se crea el Plan Nacional de Turismo 2006-2014 y la Política Nacional de Turismo.

---

<sup>6</sup> En 1996, Asamblea Legislativa mediante el decreto número 779. D. O. 23 de agosto 1996.

<sup>7</sup> Decreto No. 1 de junio de 2004. D. O. tomo 363, No. 100.

<sup>8</sup> Decreto No. 899. D. O. Tomo 369, No. 237, 20 diciembre 2005.

<sup>9</sup> [www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm](http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm).

## **1.3.2 Estructura del Sector Turismo**

### **a. Instituciones Turísticas**

#### **a.1. Ministerio de Turismo (MITUR)**

El objetivo de crear el MITUR es para fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística, considerando que el turismo busca posicionarse como uno de los pilares fundamentales del desarrollo del país, contribuyendo a fortalecer la identidad nacional de manera sostenible en lo ambiental, cultural, social y económico.

De esta forma, el MITUR, adopta como 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 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”.

Una de las principales metas del MITUR era establecer un marco legislativo que propiciara el desarrollo ordenado de dicha actividad. Dicha Ley de Turismo aprobada por la Asamblea Legislativa, ha sido apoyada explícitamente por el Consejo Nacional de Gremios Turísticos, conformado por los presidentes de todas las asociaciones turísticas del país.

La nueva Ley supone la regularización de la actividad turística e incluye aspectos de gran importancia que fomentarán el crecimiento del sector. Los aspectos más relevantes que dicha ley contempla y que se convierten en factores claves para el desarrollo turístico del país, son:

- Creación de un Registro Nacional de Turismo, administrado y controlado por CORSATUR.
- Generación de un fondo extraordinario para la promoción del turismo, el cual se originará en el caso del alojamiento, mediante el pago por parte del usuario del 5% sobre la tarifa diaria del servicio, y en el caso de la salida del país vía aérea, mediante el pago de US\$ 7 por salida de cada persona.

- Fomento de la industria turística mediante el establecimiento de diversos incentivos fiscales que impulsen la inversión tanto nacional como extranjera.

La incorporación de incentivos supone también un elemento importante que complementa la creación de un marco legal que regule la actividad turística. Una vez aprobada la Ley de Turismo, el MITUR ha elaborado una campaña de comunicación, tanto en el ámbito nacional como internacional, a fin de crear un clima de inversiones favorable y generar confianza en el sector turístico. Asimismo, la Ley de Turismo resalta la necesidad de coordinación entre el MITUR y otras instituciones gubernamentales, tales como: el Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte.

Estas instituciones y otras que influyen directa e indirectamente en la actividad turística, se han comprometido con el desarrollo turístico, por lo que es necesario establecer y perfeccionar mecanismos eficaces para llevar a cabo las relaciones inter-administrativas, tanto en el seno del gobierno central como con las administraciones locales.

Finalmente, cabe señalar que MITUR forma parte del Consejo Centroamericano de Turismo, integrado por los Ministros de Turismo de los siete países de la región, el cual define las directrices y políticas de integración en materia de turismo.

#### a.2. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

CORSATUR, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita al MITUR. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible.

Siendo CORSATUR el organismo encargado de ejecutar las directrices emitidas por el MITUR, resulta de interés analizar sus competencias y valorar el desarrollo de aquellas actividades de mayor relevancia para la configuración de un sistema turístico competitivo.

Si bien esta institución ha demostrado en los últimos años ser una entidad dinámica, la ejecución del Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador y la aplicación de la Ley de Turismo evidencian la necesidad de fortalecer esta institución. Aunque el presupuesto asignado a CORSATUR, especialmente aquella proporción dedicada a la promoción, se ha incrementado con la implementación de la Ley de Turismo. Igualmente, las directrices resultantes del Plan Nacional de Turismo 2014 deberán ser atendidas por esta institución y requerirán de una metodología de trabajo adecuado para su cumplimiento. Por último, resulta fundamental resaltar que tanto para el desarrollo de las labores propias de CORSATUR como aquellas extraordinarias que se originen en base al Plan, se requiere la colaboración de otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

### a.3. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

El ISTU responde a la misión de promover el turismo nacional y la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad en los parques recreativos. En 1948 se comienza la construcción de una red de turicentros a lo largo y ancho del país, con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas.

El ISTU ofrece diversidad de atractivos turísticos y recursos naturales tales como bosques, paisajes, playa, mar, lagos y lagunas, nacimientos de agua, piscinas, juegos para niños y áreas deportivas. Es responsable de 11 Parques Acuáticos (Agua Fría, Amapulapa, Apastepeque, Apulo, Atecozol, Costa del Sol, Altos de la Cueva, Ichanmichen, Toma de Quezaltepeque y Sihuatehuacán) y 3 Parques Naturales (Balboa, Cerro Verde y Walter Thilo Deininger).

El objetivo principal del ISTU es mejorar las instalaciones turísticas correspondientes ya que algunos parques se encuentran en cierto estado de deterioro en lo que se refiere a seguridad, salubridad y servicios proporcionados. En los últimos años, las limitaciones presupuestarias que han dificultado esta tarea, han propiciado la búsqueda de vías alternativas para su gestión.

En la actualidad, las relaciones del ISTU con CORSATUR se reducen a intercambio de información, material promocional y participación en eventos y capacitaciones. Resulta relevante distinguir que según una encuesta de posicionamiento de la imagen del ISTU a nivel nacional realizada en el año 2004, el 70% de los encuestados aún considera dicha institución promotora del turismo a nivel

nacional. Se observa, por tanto, la necesidad de reforzar la imagen de CORSATUR y de comunicar efectivamente a los propios salvadoreños las competencias de esta institución.

## **b. Coordinación Interinstitucional**

En el desarrollo de la actividad turística intervienen multitud de factores que no son competencia directa de la máxima autoridad en el sector. Por tanto, resulta fundamental evaluar la coordinación entre el MITUR y otras entidades gubernamentales y no gubernamentales, así como las actuaciones que dichas entidades llevan a cabo y que influyen directa e indirectamente en el desarrollo de la actividad turística.

### **b.1. Municipalidades**

En El Salvador existen 262 municipios distribuidos en 14 departamentos. Algunas de las competencias más importantes atribuidas a las municipalidades son: Elaboración del presupuesto municipal, mantenimiento de las infraestructuras básicas, elaboración de planes de desarrollo urbano y rural e impulso de la actividad turística.

El financiamiento de los municipios se realiza a través de los fondos de desarrollo económico y social (FODES), específicamente se les asigna el 6% del Presupuesto General de la Nación, lo cual es un porcentaje bastante bajo con respecto al de otros países de América Latina como Argentina y Brasil quienes presentan asignaciones mayores al 35% según COMURES.

### **b.2. Comités de Desarrollo Turístico**

Si bien existen los denominados Comités de Desarrollo Turístico, cabe citar que no existe regulación alguna al respecto, por lo que dichos órganos de carácter local se han ido creando de forma casi espontánea y no responden a una estructura estandarizada y regulada. En algunos casos la presencia del sector privado mayoritariamente recibe poco apoyo de las alcaldías. Sin embargo, la participación de los órganos de gobierno municipales resulta fundamental debido al alcance de sus competencias en cuanto a infraestructuras básicas y otros elementos clave para el desarrollo turístico.

CORSATUR acompaña, promueve y apoya la creación de los mismos. En este sentido, ofrece un modelo de estatuto para su conformación y ha publicado un documento que resume sus funciones y la participación de los diversos actores involucrados en el turismo. Sin embargo, la estructura de CORSATUR está centralizada por lo que no disponen de representación formal en dichos comités.

### b.3. Consejo Nacional de Gremiales Turísticas

En el ámbito no gubernamental, resalta, por su poder de intervención en el campo turístico, el Consejo Nacional de Gremiales Turísticas. Éste se compone de las principales asociaciones del sector turístico, que se agruparon a instancias del MITUR, debido a la fragmentación de esfuerzos que venían realizando individualmente. El Consejo está conformado por los siguientes entes asociativos:

- Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), que integra a empresarios turísticos en general.
- Buró de Convenciones.
- Asociación Salvadoreña de Hoteles.
- Asociación de Pequeños Hoteles de El Salvador, en el que están representados 38 establecimientos.
- Asociación Salvadoreña de Operadores y Mayoristas de Turismo (ASOTUR), a la que están adscritas los operadores receptivos de mayor envergadura.
- Asociación Salvadoreña de Agencias de Viajes y Empresas de Turismo (ASAV), gremial de los operadores emisores.
- Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES)
- Asociación de Líneas Aéreas (ASLA)
- Asociación de Renta Autos de El Salvador.
- Asociación de Inversionistas y Promotores Turísticos.
- Comité de Artesanías de El Salvador.
- Fundación Mundo Maya.
- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

#### b.4. Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX)

El MIREX se encuentra representado en la Junta Directiva de CORSATUR. Su relevancia se centra principalmente en dos aspectos: salvadoreños en el exterior y cooperación internacional.

Cabe resaltar que en la página Web del MIREX existe en la actualidad una sección sobre turismo dirigida a los salvadoreños residentes en el extranjero. Esta institución ofrece únicamente datos acerca del ingreso en el país pero denota poca coordinación con otras instancias que debiera ser fortalecida.

#### b.5 Ministerio de Gobernación (MIGOB)

El MIGOB se encuentra representado en la Junta Directiva de CORSATUR. Siendo la seguridad uno de los factores más valorados por el turista, no cabe duda de la importancia de cuantas acciones se lleven a cabo al respecto.

En este sentido, es importante citar la existencia de una División de Policía Turística, aunque ésta, no ha sido dimensionada en relación al número de llegadas turísticas y en la actualidad, sus funciones se centran en el acompañamiento puntual a grupos que así lo requieren. Asimismo, el boletín estadístico de turismo es producido gracias a los datos aportados por la Dirección General de Migración por lo que su colaboración es fundamental, especialmente a la hora de introducir cambios en dicho sistema estadístico.

### **1.4 Oferta Turística en El Salvador**

La oferta turística se define como el conjunto de atractivos naturales y de otra índole, que motiva al turista a visitar un destino turístico. Se diferencian varios tipos de oferta, una ligada a los atractivos naturales, otra a los culturales y a los servicios como alimentación y hospedaje. Antes de describir los atractivos y recursos turísticos se hace referencia a aquellos aspectos que potencian al turismo como la accesibilidad y el transporte.

## 1.4.1 Accesibilidad y Transporte

### a. Carreteras

La mejora de la infraestructura de comunicación por carretera fue una medida adoptada por el gobierno en el año 2000 como resultado de una visión de largo plazo, creando para ello el Fondo de Conservación Vial (FOVIAL). Mediante este fondo se esperaba contribuir al desarrollo económico y la competitividad de El Salvador, a través de la conservación de una red vial de calidad, generando beneficios tangibles para la ciudadanía y con énfasis en el manejo eficaz y transparente de los recursos económicos.

Según el Plan Nacional de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, existían en el 2001 un total de 10,120 kms de red vial, de los cuales un 22.2% (2,250 kms) correspondían a red vial pavimentada.

En este campo, cabe destacar la carretera Panamericana, la cual recorre el país de este a oeste, extendiéndose desde la frontera con Guatemala hasta la frontera con Honduras.

La inversión efectuada en la construcción y mantenimiento de las calles rurales, carreteras, puentes, calles urbanas y pasos a desnivel ha sido significativa y son de los principales logros que han tenido los últimos gobiernos.

### b. Comunicación Aérea

Puede afirmarse que el Aeropuerto Internacional El Salvador es el más moderno de la región centroamericana y uno de los cuatro mejores de Latinoamérica.

En el año 1996 se concluyó la primera etapa de la ampliación de las instalaciones del aeropuerto, incrementándose la capacidad del mismo así como la oferta de servicios, tales como cafeterías y oficinas. Se encuentra a 30 minutos de la capital, brinda un servicio diario desde y hacia los Estados Unidos, México y otros países centroamericanos y sudamericanos. Cabe resaltar que existen vuelos directos a El Salvador desde las principales ciudades de los Estados Unidos y viceversa.

El Aeropuerto tiene una capacidad para recibir un total de 2.5 millones de pasajeros al año. Actualmente presenta un tráfico de 1.8 millones de pasajeros y 25,000 vuelos comerciales anuales.

Es importante citar la existencia de vuelos procedentes de Madrid España, que sin escalas llegan a Guatemala, Costa Rica y Panamá. Esta accesibilidad aérea con el continente europeo favorece indirectamente a El Salvador.

### c. Comunicación Marítima

El Salvador cuenta con dos puertos públicos marítimos principales: El puerto de Acajutla y el Puerto de Cutuco.

El Puerto de Acajutla, ubicado a 120 km. de la ciudad de San Salvador, es el puerto comercial más importante, puesto que aproximadamente el 95% de la carga del país, estimada en casi un 50% del valor del comercio exterior, pasa por este puerto. Es uno de los más modernos del Océano Pacífico. Tiene acceso inmediato por vía terrestre (45 km) o ferroviaria (103 km) desde San Salvador.

El Puerto de Cutuco recientemente finalizado, se encuentra ubicado en el Golfo de Fonseca, Bahía de la Unión, en la zona oriental del país, a una distancia de 185 kms, por carretera desde San Salvador. Es un puerto de carga menor, operando tan solo un 1% del comercio exterior. Actualmente se pretende que éste se convierta en el atracadero de aguas profundas más moderno y funcional de la región.

La Comisión Nacional de Desarrollo, en el marco del Programa Presidencial Plan de Nación, formuló un proyecto complementario al nuevo Puerto de la Unión denominado "Frente de Playa" que consiste en una serie de intervenciones urbanas en la zona costera de la ciudad de La Unión, a fin de crear un espacio público de alta calidad que armonice la ciudad con el nuevo puerto. En general, se puede afirmar que el transporte internacional marítimo está protagonizado básicamente por el de mercancías, pudiéndose catalogar actualmente como residual el transporte de pasajeros.

#### d. Transporte Ferroviario.

El Salvador cuenta con un sistema ferroviario que conecta la capital con los Puertos de Acajutla y Cutuco, el cual únicamente transporta mercancías. En general, la red ferroviaria presenta un trazado obsoleto, determinado por su antigüedad y las características topográficas del medio.

#### e. Alquiler de Autos y Transporte Público.

Según la Asociación Salvadoreña de Rentadores de Autos (ASRA), en el 2007 conformaban la oferta de “rent a car” en El Salvador 39 compañías. Éstas, se localizan de forma mayoritaria en la ciudad de San Salvador, estando presentes fundamentalmente en el Aeropuerto Internacional y los principales establecimientos hoteleros de la capital y, en menor medida, en el Departamento de San Miguel.

El transporte en autobús presenta actualmente deficiencias debido a la reducida calidad y confort que poseen las unidades de transporte, a las que es preciso añadir deficiencias en la planificación en horarios y rutas, así como bajo nivel de cumplimiento de las normas de operación y tránsito vigentes y mala atención al público.

A nivel regional el servicio es diferente. Este servicio permite conectar El Salvador con los países vecinos, la oferta hacia Guatemala es más amplia y ciertas compañías ofrecen servicio para ejecutivos, con comodidades y servicio a bordo que compiten directamente con la alternativa aérea. En el caso de Honduras, Nicaragua y Costa Rica las opciones de viaje son más reducidas.

### **1.4.2 Atractivos y Recursos Turísticos**

Para el análisis de la oferta que a continuación se expone y teniendo en cuenta las diversas metodologías de zonificación territorial emitidas por las instituciones y organismos con competencia en materia turística, se ha optado por la consideración y exposición de los recursos en función de la ordenación de tres áreas principales, tal y como lo establece el MITUR: Zona occidental (Ahuachapán, Sonsonate y Santa Ana), zona central (La Paz, Chalatenango, San Salvador, Cuscatlan, Cabañas, San Vicente y La Libertad), zona oriental (Usulután, La unión, Morazán y San Miguel).

#### a. Sitios Urbanos

San Salvador es, sin duda, una ciudad moderna que atrae a un gran número de turistas con diversas motivaciones. Si bien presenta una amplia oferta de alojamiento y restaurantes, se perciben carencias respecto a las actividades complementarias y de ocio, tales como campos de golf abierto al público y cercano a la capital, presentaciones de teatro, museos, galerías, etc. Pero cuenta con centros comerciales de gran calidad que junto a su ubicación estratégica en la región, posicionan la ciudad como un destino de compras muy atractivo.

Asimismo, la existencia de un recinto ferial además de ser una importante oferta para la celebración de reuniones, afianza la realidad turística de San Salvador, mayoritariamente enfocada al turismo de negocios, congresos y convenciones. Sin embargo, la oferta complementaria existente en la actualidad limita la recepción de grupos de gran envergadura al no existir capacidad receptiva suficiente. Además, no se ha identificado una oferta adecuada para la atracción de viajes de incentivo, lo cual está relacionado con la falta de oferta complementaria.

Santa Ana y San Miguel se perfilan, asimismo, como importantes núcleos receptivos en el segmento de los negocios y las reuniones, pero en menor escala que la capital y, sobre todo, de carácter nacional.

#### b. Patrimonio Histórico-Cultural

El Salvador posee restos arqueológicos, algunos de los cuales se sitúan en zonas próximas a la capital, siendo fácilmente accesibles. En el conjunto de atractivos arqueológicos destaca Joya de Cerén, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Este lugar constituye un potencial atractivo turístico en el país ya que representa un significativo testimonio acerca de la vida cotidiana de la cultura maya.

En general, los sitios arqueológicos ofrecen un interés turístico reducido ya que su articulación responde mayoritariamente a criterios de preservación, su potencial turístico no se explota dado que por su naturaleza se hace necesario respetar la capacidad de carga y sostenibilidad.

Sin embargo, las ventajas competitivas de países vecinos en este ámbito, refuerzan aun más la necesidad de potenciar sus aspectos distintivos y mejorar, tanto su presentación, como su accesibilidad, señalética, servicios complementarios, entre otros. Resulta, sin duda, interesante y beneficiosa la complementariedad de estos recursos con aquellos situados en la Ruta Maya y por tanto, parece de mayor interés posicionar El Salvador como destino representativo de la cultura maya en el ámbito regional, y como destino de interés histórico-cultural, en un sentido más amplio, en el ámbito nacional.

#### c. Ciudades Coloniales

Existen en El Salvador importantes reseñas de la época colonial, destacando en este sentido la ciudad de Suchitoto. Se perciben altas perspectivas de desarrollo ligadas a la adecuación turístico-cultural de las construcciones coloniales y de los servicios complementarios. Asimismo, resulta necesaria una mejora del ordenamiento urbano ya que un alto porcentaje de municipios se ven afectados por un entorno muchas veces desordenado y deteriorado.

#### d. Artesanías

La artesanía representa un recurso importante para el desarrollo turístico y, en sí misma, una oportunidad de riqueza económica para muchas poblaciones de El Salvador.

Existen diversos talleres de artesanía en algunos lugares del país como los que se desarrollan en La Palma, para este tipo de proyecto el apoyo a empresarios, grupos y cooperativas del sector productivo de artesanías es un elemento clave para lograr potenciar su interés turístico.

#### e. Recursos Culinarios y Gastronómicos

La gastronomía típica de El Salvador es muy valorada por los turistas, en algunos lugares se realizan festivales ya sea esporádicamente o por tradición como el caso de Juayúa.

Iniciativas turísticas ligadas a la gastronomía y a los productos típicos del país, como la Ruta del Café o la Ruta del Maíz, representan oportunidades atractivas para potenciar el desarrollo turístico.

#### f. Playas

El Salvador ofrece 321 kms. de playa de distintas características que posibilitan el desarrollo de actividades turísticas de diversa índole. En este sentido cabe resaltar la calidad de olas que ciertas playas como El Zunzal, El Cuco, Punta Mango y Playa Las Flores, presentan para la práctica del Surf. Es necesario destacar la escasa estacionalidad que este recurso turístico origina, ya que de marzo a noviembre las olas presentan un estado óptimo, y los otros tres meses, de diciembre a febrero, constituyen la temporada perfecta para el aprendizaje de este deporte.

Sin embargo, algunas playas no resultan atractivas por la falta de servicios turísticos y complementarios, así como por un estado deficiente de limpieza y bienestar. Estas debilidades debieran ser corregidas en aras de reconfigurar ciertos destinos que poseen excelentes condiciones naturales para su explotación turística. Esto incluiría la adecuación de las fachadas marítimas de aquellas playas excesivamente urbanizadas.

Asimismo, existen playas sin excesiva urbanización, en la Bahía de Jiquilisco y otras playas de la zona oriental del país, que presentan un carácter inexplorado de gran potencial en las que sería posible desarrollar un tipo de oferta de sol y playa de alta calidad y trato personalizado. Resulta fundamental, por tanto, desarrollar una planificación ordenada del territorio a fin de evitar la masificación de estos destinos y su degradación medioambiental.

Cabe destacar que si bien las playas constituyen un recurso natural fundamental, es en el mar donde se desarrollan diversas actividades de interés turístico. En este sentido, se debe resaltar la existencia de únicamente dos marinas, Bahía del Sol, ubicada en la zona de la Costa del Sol, y Puerto Barillas, ubicada en la Bahía de Jiquilisco, lo que parece insuficiente para potenciar el turismo náutico y la pesca deportiva. No obstante, un proyecto de esta naturaleza ha sido planificado en el Golfo de Fonseca.

Por último, las condiciones del Puerto de Acajutla, susceptible de ser mejorado, así como el nuevo puerto proyectado en la Unión, deberían incitar el desarrollo del turismo de cruceros, incrementándose las llegadas de estos progresivamente.

#### g. Volcanes, Lagos y Espacios Protegidos

Los recursos naturales en el interior del país son ricos y variados: bosques, montañas, lagos, volcanes, etc. Estos, se ofrecen en la actualidad, combinados con otras tipologías de recursos, ya que la oferta complementaria que debiera aportar valor a estos atractivos se encuentra poco desarrollado. Existen, por tanto, grandes limitaciones a la hora de planificar actividades que permitan un contacto directo y activo con la rica naturaleza que el país posee.

Sin embargo, las imágenes captadas de estos recursos naturales recrean la vista de cualquier visitante además de satisfacer el buen gusto por la naturaleza. Entre estos atractivos se puede mencionar, el volcán de Izalco, el lago de Coatepeque, Apulo, El Imposible, El Trifinio, Montecristo y el cerro El Águila en Sonsonate.

#### h. Parques Recreativos

El Salvador dispone de una oferta de 13 parques recreativos que gestiona el ISTU. Estos, según el tipo de parque se clasifican en Parques Acuáticos y Naturales, a continuación se detallan:

- Parque acuático Sihuatehucán
- Parque acuático Atecozotl
- Parque acuático Agua Fria
- Parque acuático Toma de Quezaltepeque
- Parque Balboa
- Parque Walter Thilo Deininger
- Parque acuático Ichanmichen
- Parque acuático Apulo
- Parque acuático Apastepeque
- Parque acuático Costa del sol
- Parque acuático Altos de la cueva
- Parque acuático Amapulapa
- Parque natural Cerro Verde

### i. Servicio de Alojamiento

La oferta de servicios de alojamiento turísticos en El Salvador ha experimentado una gran evolución en los últimos años, lo que demuestra el dinamismo del sector. Sin embargo, la mayor concentración de establecimientos de alta calidad y mayor capacidad se agrupa en la capital de país.

La distribución de la oferta turística de servicios no resulta homogénea existiendo zonas del país con importantes atractivos turísticos que cuentan con una capacidad receptiva muy reducida, lo que impide su desarrollo.

El tejido empresarial turístico se constituye principalmente por empresas pequeñas de carácter familiar que muestran una problemática común centrada en dificultades para obtener una financiación adecuada, beneficiarse de programas de capacitación para los recursos humanos empleados y posicionarse correctamente en el mercado turístico, así como carencias respecto al aseguramiento de la calidad de las instalaciones y servicios prestados. Igualmente, se denota cierta debilidad en cuanto a la cohesión entre los diferentes subsectores, que actúan mayoritariamente de manera independiente, lo que origina una pérdida importante de ventajas competitivas y un producto turístico poco articulado.

Específicamente, en el subsector de los restaurantes, se observan situaciones de insalubridad que debieran ser corregidos mediante el establecimiento de controles periódicos. En general se percibe una oferta complementaria pobre respecto al uso y disfrute de los variados recursos turísticos que ofrece El Salvador. Las actividades ofertadas son muy limitadas y presentan una ausencia de originalidad e innovación.

Si bien las instalaciones de congresos y convenciones parecen adecuadas en relación al flujo turístico actual, éstas se encuentran principalmente concentradas en San Salvador, impidiendo una distribución territorial más amplia. Además, no existe una oferta complementaria de calidad que propicie un incremento cualitativo de llegadas turísticas y un mejor cumplimiento de las expectativas de este segmento turístico.

#### j. Articulación del Producto Turístico

La zonificación turística de El Salvador presenta una multiplicidad de recursos y atractivos de diversa índole que el país posee. Sin embargo, se observan diferencias importantes en el grado de desarrollo de ciertas zonas con alto potencial turístico. Esta situación refleja la necesidad de priorizar las actuaciones que tanto la administración pública como el sector privado deberán llevar a cabo en el corto, medio y largo plazo. Se percibe, por tanto, necesaria la determinación de zonas de actuación preferente en el espacio territorial-turístico de El Salvador. Asimismo, el diseño y creación de rutas turísticas supone un elemento competitivo importante y necesario para lograr un desarrollo integral del país.

Las características y recursos que éste ofrece son el marco para lograr una distribución territorial turística más competitiva. Sin embargo, las rutas turísticas que son promocionadas en la actualidad no han sido el resultado de un proceso exhaustivo de definición y conceptualización de las mismas, ya que se percibe la ausencia de diferencias significativas en su recorrido así como una necesaria mejora de la articulación de los servicios ofrecidos. Este aspecto se refleja en el escaso grado de comercialización que dichas rutas tienen entre los operadores turísticos del país.

Además, se perciben ciertos elementos problemáticos que pueden afectar la eficacia de los esfuerzos promocionales y de comunicación. En este sentido, cabe citar la existencia de dos rutas con nombres muy parecidos, Ruta Artesanal y Ruta Paraíso Artesanal, lo que puede provocar cierta confusión en el consumidor. Asimismo, la Ruta de las Flores, aunque ya se establece como una marca reconocida, no presenta elementos suficientes en su recorrido que justifiquen su denominación.

Se observan, por tanto, problemas tanto de fondo como de forma por lo que estaría argumentada la idoneidad de reformular las rutas y circuitos turísticos de El Salvador a fin de desarrollar integralmente diversos productos que se complementen tanto en el ámbito territorial como en el temático.

## 1.5 Demanda Turística en El Salvador

La demanda turística es el conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en el lugar de estancia. Está formada por todas las personas que se desplazan y realizan actividades de consumo dentro del destino turístico, con el fin de aprender sobre el lugar.

La evolución naciente del turismo en Centroamérica y El Salvador en particular tiene su origen en el incesante flujo de turistas desde los países desarrollados debido a la promoción y divulgación; en segundo lugar, la mejora de la situación socio-política, con el consiguiente incremento de las condiciones de seguridad de los destinos turísticos centroamericanos y el desarrollo de infraestructura turística.

El flujo de la actividad turística en El Salvador ha crecido de manera constante y progresiva. Las estimaciones realizadas para El Salvador por el World Travel & Tourism Council, en su informe "The 2005 Travel & Tourism Economic Research", apuntan un crecimiento medio anual de la demanda de un 3.4% hasta el año 2015, situándolo como uno de los países con un mayor potencial de desarrollo. La crisis internacional que están atravesando muchos países hacen pensar que el crecimiento será menor.

Antes del año 2008, el clima de inversión había mejorado, según la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). Esta percepción positiva puede atribuirse a que en general se estaban realizando inversiones de empresas nacionales y extranjeras, muchas de ellas en el ámbito turístico. En términos de 10 años (1996-2005), a El Salvador habían llegado 7.3 millones de visitantes internacionales, siendo el crecimiento anual acumulado del 30.8%. Las llegadas internacionales de turistas a El Salvador en este período pueden apreciarse en el cuadro 1.5 y gráfico y gráfico 1.4.

Se puede observar en el cuadro como el número de visitantes internacionales a nuestro país ha sido creciente en la mayoría de los años, a excepción del año 2001, debido a los terremotos que sucedieron en ese año, y el año 2003, en el que la llegada de turistas fue alta pero menor que en el 2002, año extraordinario por la celebración de los Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe.

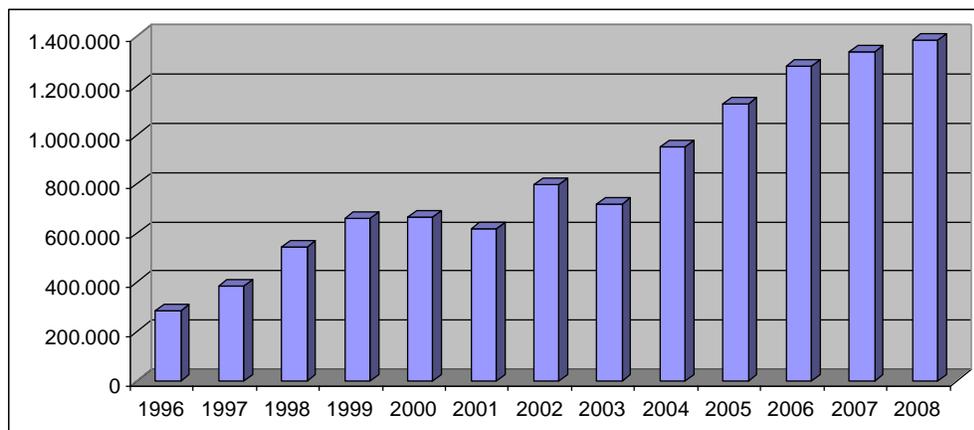
Según datos del MITUR del país, recibió un total de 1.38 millones de turistas en el 2008, un 3.5% más que el año anterior.

**CUADRO 1.5**  
**EVOLUCIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR 1996-2008**

<b>AÑOS</b>	<b>VISISTANTES</b>	<b>VARIACIÓN (%)</b>
1996	282,835	20,4
1997	387,052	36,8
1998	541,863	40,0
1999	658,191	21,5
2000	667,315	20,7
2001	616,888	-7,6
2002	798,243	29,4
2003	719,963	-9,8
2004	950,745	32,1
2005	1,127,141	18,6
2006	1,278,924	13,5
2007	1,338,543	4,7
2008	1,384,773	3,5

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Migración y CORSATUR.

**GRÁFICO 1.4**  
**EVOLUCIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS A EL SALVADOR 1996-2008**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Migración y CORSATUR

Según CORSATUR Guatemala y Estados Unidos se configuran como los principales países emisores de turistas a El Salvador. Sin embargo, mientras que Estados Unidos ha aumentado su participación en las llegadas internacionales al país, Guatemala ha experimentado un descenso.

La entrada de turistas al país se produce en su mayoría vía terrestre (67,8%), siendo los porcentajes de vía aérea y marítima del 32.1% y 0.13% respectivamente. De las entradas vía terrestre el 90% corresponde a turistas procedentes de Centro América. Los pasos fronterizos más utilizados son el de Las Chinamas y El Amatillo.

La vía aérea es utilizada principalmente por los turistas norteamericanos, siendo Estados Unidos el mercado emisor que más ingresa en el país utilizando este medio de transporte, acaparando el 63.3% de las llegadas en avión.

Los ingresos por turismo en El Salvador han aumentado de forma considerable en los últimos años, pasando de \$44.1 millones en 1996 a \$254.3 millones en el año 2000 y a \$733.9 millones en el 2008.

En 1996 el turismo representaba apenas el 0.4% del PIB del país, llegando a alcanzar el 4.5% del PIB en el 2006 superando la contribución del café y la maquila, para caer a un 3.3% en el 2008. Como se puede observar en el cuadro 1.6, la participación del turismo en la conformación del PIB, en el período 1996-2005, ha tenido un crecimiento constante, lo que ha permitido que este sector retome con el transcurso de los años mayor fuerza y sea un motor más, dentro de la economía salvadoreña y al mismo tiempo potencia otros rubros económicos.

En el mismo cuadro se puede comparar las actividades que generan más ingresos con respecto al PIB, las transferencias familiares pasaron del 10.3% al 17.1%, la maquila del 1.7% al 0.3% y el café del 3.3% al 1.2%, en el período 1996-2008, lo que refleja el mayor dinamismo del subsector turismo; en efecto los ingresos en concepto de turismo se multiplicaron por 14.6, en cambio las remesas que es lo que más creció se multiplicaron por 2.7.

**CUADRO 1.6**  
**PARTICIPACIÓN DEL TURISMO Y OTRAS ACTIVIDADES EN EL PIB**  
(En millones de \$ y %)

AÑO	PIB	CAFÉ	TURISMO	TRANSF. FAMS.	MAQUILA	CAFÉ/PIB	TU/PIB (%)	TRNS/PIB (%)	MAQ./PIB (%)
1996	10.315,0	339,0	44,1	1.066,5	180,2	3.3	0,4	10,3	1,7
1997	11.314,7	517,8	74,6	1.199,5	247,4	4.6	0,7	10,8	2,2
1998	11.974,0	324,0	125,0	1.338,3	282,8	2.7	1,0	11,2	2,4
1999	12.470,0	245,0	210,6	1.373,8	294,8	2.0	1,7	11,0	2,4
2000	13.216,0	298,1	254,3	1.750,7	456,3	2.3	1,9	13,2	3,5
2001	13.813,0	115,1	235,1	1.910,5	444,1	0.8	1,7	13,8	3,2
2002	14.312,0	106,9	342,2	1.935,2	443,9	0.7	2,4	13,5	3,1
2003	14.941,0	102,0	372,9	2.105,3	472,0	0.7	2,5	14,1	3,2
2004	15.798,0	123,0	417,9	2.547,6	37,2	0,8	2,6	16,1	0,2
2005	17.070,0	163,6	628,8	3.017,2	66,6	1,0	3,7	17,7	0,4
2006	18.564,0	188,7	843,2	3.470,9	71,7	1,0	4,5	18,7	0,4
2007	19.389,0	187,2	725,9	3.695,3	72,0	1,0	3,7	19,1	0,4
2008	22.191,0	158,8	733,9	3.787,7	75,5	1,2	3,3	17,1	0,3

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva y CORSATUR.

El Salvador cuenta con un total de 5,757 habitaciones, distribuidas en todo el país; siendo el departamento de San Salvador donde se concentra el mayor número de habitaciones, con un 36.7% del total existente. Actualmente en el país no existe una clasificación formal por estrellas para los servicios de alojamiento, sin embargo, un 25% de estas habitaciones pertenecen a hoteles de cadenas internacionales.

Con la entrada en vigencia de la Ley de Turismo en enero de 2006 se comenzaron a generar recursos en concepto de Contribución Especial para Turismo<sup>10</sup>, pero fue hasta en el mes de agosto de ese año, que el MITR comenzó a recibirlos. Con esta contribución se han ejecutado acciones de mercadeo y de desarrollo de productos turísticos, sin los cuales no hubiera sido posible realizarlos.

Los ingresos provenientes de la contribución especial tiene dos hechos generadores: el alojamiento y la compra de boletos aéreos. En el 2006 se obtuvieron \$6.2 millones y en el año 2007 se captaron \$7.3 millones<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Informe MITUR. Logros 2004-2009

<sup>11</sup> Informe MITUR. Logros 2004-2009

Un evento importante de resaltar es que por primera vez en la historia, El Salvador tuvo a su cargo una de las dos vicepresidencias de la Comisión de Las Américas de la OMT durante el período 2007-2009 y además ocupará un puesto en el Consejo Directivo de este organismo mundial durante el período 2009-2011; evento que contribuye a mejorar la imagen de El Salvador.

A lo anterior habría que agregar que en el país han resurgido muchas manifestaciones y organizaciones alrededor de las artes y la cultura, muchas de ellas habían quedado relegadas en el pasado conflicto social y a su vez se dan inicios a nuevas expresiones. Surgen iniciativas institucionales de la sociedad civil para la preservación y difusión del patrimonio cultural salvadoreño entre las que se pueden mencionar: La Fundación Salvadoreña de Arqueología, FUNDAR (1996), Iniciativa Pro Arte Popular, INAR (1997), Asociación Museo de Arte de El Salvador, MARTE (2000), entre otros, quienes impulsan actividades pro el patrimonio cultural salvadoreño. Posteriormente estas ONG's obtienen algunos apoyos gubernamentales que facilitan el impulso de algunos de los programas que llevan a cabo.

### **1.5.1 Mercados Emisores de Turismo**

#### **a. Turismo Interno**

La falta de datos oficiales acerca de los movimientos del turismo nacional en el interior del país dificulta la determinación del perfil del turista salvadoreño y sus motivaciones. Según diversos autores las principales motivaciones de este tipo de turista apuntan a demandar servicios recreativos y de ocio.

Según datos proporcionados por el ISTU, el segmento de mercado de los parques acuáticos, está constituido por personas de clase media-baja a baja, principalmente familias con miembros de todas las edades, que buscan recreo con costes muy bajos.

En el caso de los parques naturales, el perfil del visitante es de personas de clase media nacionales y extranjeras, con interés en la conservación de los recursos naturales, así como interesadas en los deportes de aventura o de riesgo.

El turismo interno se puede considerar como un mercado potencial, debido al desconocimiento del país que poseen muchos salvadoreños, producido en gran parte por haberse encontrado en un

conflicto armado durante doce años, lo cual ha dificultado la movilidad dentro del país y provocado la falta de recursos económicos para dicho fin.

#### b. Turismo Regional

La Región Centroamericana representa el principal mercado emisor de turistas a El Salvador, se estima que el 67% del total de turísticas que llegan al país provienen de esta Región.

El principal emisor lo constituye Guatemala (38 % de este mercado). Una gran proporción ingresaron en el país por vía terrestre (96.4%), en su mayoría por los pasos de Las Chinamas y La Hachadura, ambos del departamento de Ahuachapán. La entrada de turistas guatemaltecos en El Salvador se produce durante todos los meses del año, destacando un mayor flujo en abril y diciembre, meses que coinciden con los periodos vacacionales de Semana Santa y Navidad.

Según datos del Instituto Costarricense de Turismo, del total de salidas al exterior, un 6% tuvieron como destino a El Salvador. Cabe resaltar la escasez de datos acerca del perfil del turista centroamericano que viaja por la región, en relación a los lugares que visita, el tipo de alojamiento utilizado, la duración de sus viajes, etc. Estos datos, tanto cuantitativos como cualitativos, serían de gran valor a la hora de realizar una correcta planificación y promoción de los destinos centroamericanos.

#### c. Turismo Internacional

Entre los mercados internacionales, emisores de turistas a El Salvador se encuentra el mercado norteamericano que es y seguirá siendo el principal emisor de turistas hacia el resto del continente americano. El turismo europeo que viaja a El Salvador es bastante reducido, representa aproximadamente un 3% del total de llegadas internacionales al país. Entre los países europeos emisores de turistas a El Salvador destacan España, Alemania, Italia y Reino Unido.

#### d. Turismo Étnico

El mayor flujo de turistas que recibe el país se produce por el retorno vacacional de los salvadoreños en el exterior. Según datos del Ministerio de Relaciones Exteriores estos se contabilizan en aproximadamente 2.7 millones. Cabe resaltar que sorprendentemente no aparecen datos de aquellos

que residen en Guatemala. Según datos del Consulado General de El Salvador en Guatemala, hay únicamente 1,000 salvadoreños registrados en éste, aunque se estima que el número es bastante superior.

### 1.5.2 Principales Motivaciones Turísticas

Las principales motivaciones de los turistas que ingresan en El Salvador, según datos de la encuesta del perfil de visitantes internacionales en el año 2008. Visitar a familiares y amigos en un 34.3%, vacacionistas en un 25.2% y el turismo de negocios en un 29.0%.

**CUADRO 1.7**  
**LLEGADAS A EL SALVADOR SEGÚN MOTIVO DE VIAJE AÑO 2008 (En %)**

MOTIVO DE VIAJE	TURISTAS SALVADOREÑOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR	TURISTA EXTRANJERO	TOTAL
Ocio	14,0	25,2	22,9
Visitar a familiares y amigos	61,0	34,3	39,9
Negocios	16,5	29,0	26,4
Estudios	0,7	0,5	0,5
Asistencia a convenciones	0,9	4,4	3,7
Tratamiento de salud	1,6	1,6	1,6
Religioso	1,6	2,7	2,5
Otros	3,7	2,2	2,5

FUENTE: [www.corsatur.gob.sv](http://www.corsatur.gob.sv)

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### **2.1 Competitividad**

La competitividad en su definición mas simple es la capacidad de respuesta o de acción de un país, una empresa o un individuo, para afrontar la competencia abierta ya sea entre naciones, empresas o individuos. Pero también la competitividad puede definirse como el proceso mediante el cual una empresa o región genera valor agregado a través de aumentos en la productividad con los recursos que posee, y ese crecimiento en el valor agregado es sostenido, es decir se mantiene en el mediano y largo plazo.

Existen teorías que tratan sobre la competitividad y tratan de explicar el modo por el cual las empresas logran posicionarse frente a sus competidores y logran mantener esa ventaja a través del tiempo. Para el presente estudio tomaremos como referencia la teoría desarrollada por Francisco Alburquerque “competitividad sistémica” y la de Michael Porter “ventajas competitivas”.

##### **2.1.1 Competitividad Sistémica**

La competitividad sistémica es la capacidad que tienen las empresas de una determinada región de ganar una mayor cuota de mercado frente a sus competidores. Aunque la competitividad se desarrolló a nivel empresarial, ésta no solo depende de factores internos de la empresa, también se ven involucrados factores existentes a la actividad empresarial. En tal sentido, la competitividad es el logro de los mejores niveles de eficiencia productiva o de productividad dentro de la actividad transformadora.

La sola acción de insertarse en el mercado de forma productiva ofreciendo productos o servicios no garantiza la creación neta de empleo cualificado y la difusión del progreso técnico. Esto hace necesaria una política territorial para el fomento de la innovación productiva y el desarrollo empresarial, así como para la formación de recursos humanos según las necesidades existentes en cada sistema

productivo local, y para asegurar las condiciones de sostenibilidad ambiental en las diferentes actividades económicas.

Junto a las políticas de estabilidad macroeconómica y ajuste externo generadas por el gobierno, es necesario crear políticas de desarrollo económico local, a fin de dar adecuada respuesta a los cambios estructurales de la actual fase de transición tecnológica, en el contexto de la globalización y mayores exigencias en los mercados.<sup>12</sup>

El desarrollo y la competitividad son sistémicos, es decir, ambos resultan de un esfuerzo organizativo e institucional del conjunto de actores sociales. Por ello, Alburquerque sostiene que no basta únicamente con asegurar las condiciones generales de estabilidad macroeconómica, sino que es preciso introducir las innovaciones productivas y de comercialización apropiadas en el nivel micro de cada sistema productivo local, incorporando la necesaria capacidad de gestión empresarial y tecnológica y la integración en redes de cooperación para acceder a la información estratégica o compartir ventajas de la especialización productiva y comercial.<sup>13</sup>

Ningún esfuerzo del gobierno tendría resultado sin la participación de los actores locales; para ello, es preciso crear una cultura local emprendedora y dotarse de una estrategia de desarrollo territorial que incluye la participación de factores socioculturales y escala de valores favorables a las actitudes innovadoras o emprendedoras. Del mismo modo, para asegurar una actuación en cada ámbito territorial, es necesario crear entornos favorables para el fomento del desarrollo local, lo cual exige el fortalecimiento de los gobiernos locales incorporando en ellos la lógica del desarrollo económico local y, sobre todo, abrir espacios de intermediación y cooperación entre actores públicos y privados a nivel territorial, a fin de alcanzar los necesarios consensos para el desarrollo local.

La introducción de innovaciones productivas, no son solo innovaciones estrictamente tecnológicas, ya sean de producto o de proceso tecnológico, sino también innovaciones de gestión e innovaciones sociales e institucionales.

---

<sup>12</sup> Alburquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, “Desarrollo Económico Local y Cooperación Descentralizada para el Desarrollo”, pág. 4

<sup>13</sup> *Ibíd.*, pág. 6

Alburquerque resumió los factores de competitividad en cuatro niveles, los cuales se muestran en la figura 2.3.

Las innovaciones de gestión son las mejoras en la flexibilidad y eficiencia productiva, en la cualificación de recursos humanos o en los procesos de trabajo, el acceso a redes de información estratégica o el establecimiento de redes de colaboración con proveedores y clientes. Las innovaciones sociales e institucionales son también parte esencial de las innovaciones productivas e incluye promoción de actividades innovadoras, fomento de la cultura emprendedora, la descentralización de decisiones sobre innovación o la concertación de actores públicos y privados.<sup>14</sup>

Es necesario tomar en cuenta que las empresas no funcionan de manera aislada sino que actúan en cadenas productivas de empresas que integran los correspondientes eslabonamientos productivos “hacia atrás” (relaciones con proveedores de insumos y materias primas en general) o “hacia delante” (relaciones con distribuidores, comerciantes y clientes) que dan sentido a la actividad de las mismas. De este modo, la eficiencia productiva y la competitividad no dependen exclusivamente de las empresas contempladas de forma aislada, sino de los agrupamientos o redes de empresas, así como de la capacidad de impulsar innovaciones que posee el territorio donde se localizan esos agrupamientos de empresas.

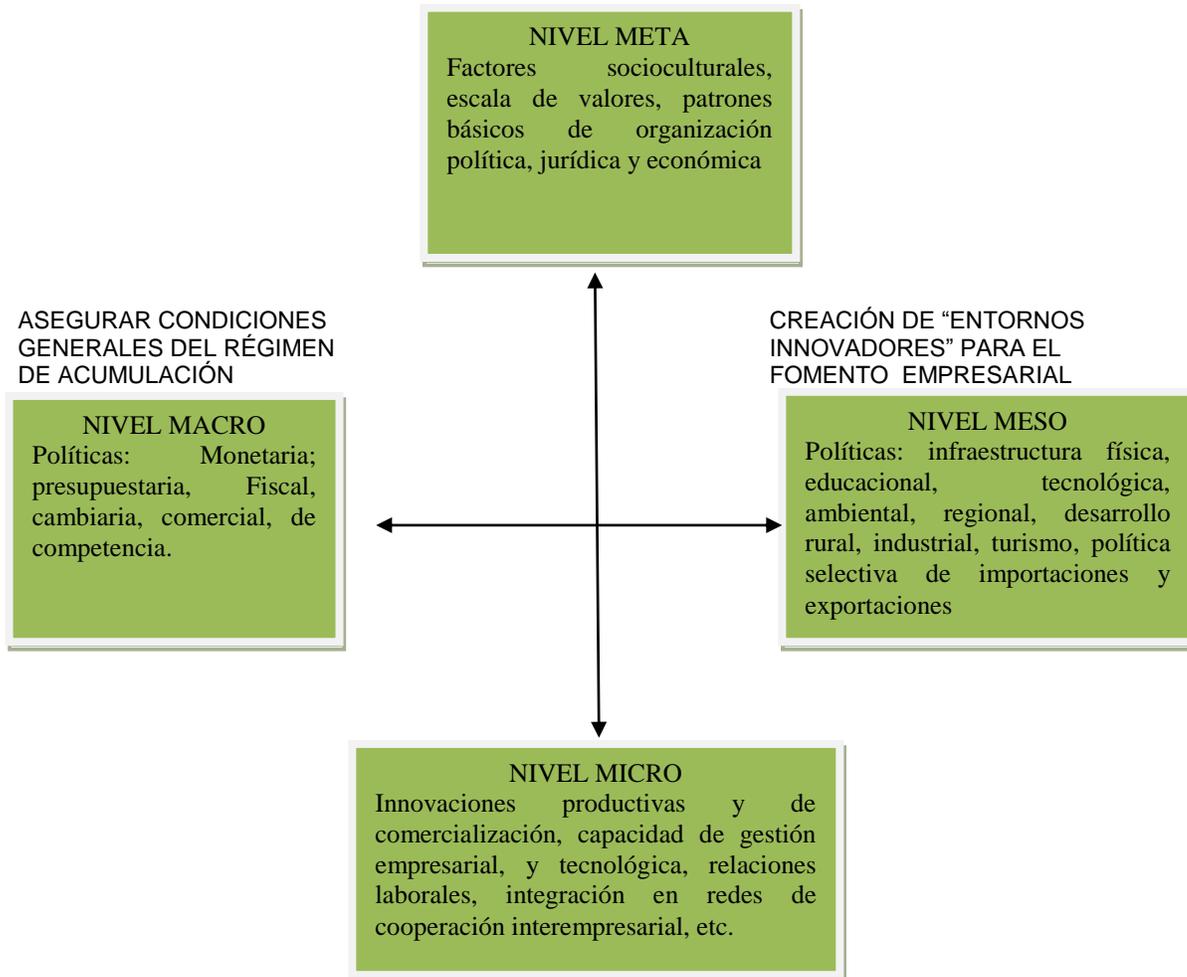
Por otra parte, para el fomento de las micro y pequeñas empresas locales, se requiere de una política activa y concertada entre los actores, que apoye la innovación y el desarrollo empresarial de las empresas; a su vez, debe ser flexible en el sentido de tomar en cuenta el perfil productivo de cada localidad, la necesidad de adecuar la oferta de formación de recurso humano a las necesidades existentes y la importancia cada vez mayor de atender a las características medioambientales de cada territorio.

---

<sup>14</sup> *Ibíd.*, pág. 7

**FIGURA 2.3**  
**COMPETITIVIDAD SISTÉMICA Y DESARROLLO**

CAPACIDAD DE ANIMACIÓN SOCIAL Y  
 CONCERTACIÓN ESTRATÉGICA DE ACTORES



LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO SON RESULTADO DEL ESFUERZO ORGANIZATIVO E INSTITUCIONAL DEL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD

Fuente: Albuquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "El Enfoque del Desarrollo Económico Local" pág. 31.

Finalmente, Albuquerque sostiene que la descentralización de políticas constituye una herramienta muy importante para impulsar las iniciativas locales de desarrollo en el sentido de alentar la iniciativa

de actores locales proveyéndoles de competencias, recursos y responsabilidades para que ellos decidan y lideren sus propios procesos de desarrollo.<sup>15</sup>

Las estrategias de desarrollo de carácter centralista se basan en un diseño sectorial de instrumentos de fomento, son despliegues de políticas compensatorias o asistenciales, mientras que las políticas descentralizadas son selectivas, tratando de adaptarse a los diferentes perfiles productivos locales, están orientadas a crear oportunidades y un entorno local favorable a los emprendimientos innovadores.

Las políticas centralistas están orientadas y definidas para la economía nacional vista como un conjunto de sectores, mientras que las descentralizadas lo hacen para un conjunto de economías locales, por lo que son el resultado de la concertación de dichas políticas con los distintos actores locales.

En conclusión, es posible resumir que la competitividad sistémica se caracteriza y distingue por reconocer que un desarrollo empresarial exitoso no se logra únicamente a través de acciones en el nivel macroeconómico, sino también por la existencia de medidas específicas del gobierno y organización privada, orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas.

### **2.1.2 Ventajas Competitivas**

De acuerdo con el modelo de Ventaja Competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente con éxito a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión. Según Michael Porter, la base del desempeño dentro de una industria es la *Ventaja Sostenible*.

Porter identificó tres estrategias genéricas que podían usarse individualmente o en conjunto para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria. Esas tres estrategias genéricas son:<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibíd.*, pág. 11

<sup>16</sup> [www.12manage.com/methods\\_porter\\_competitive\\_advantage\\_es.html](http://www.12manage.com/methods_porter_competitive_advantage_es.html)

- a) El liderazgo en costos totales bajos: Implica mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas.
- b) La diferenciación: Consiste en crearle al producto o servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único
- c) El enfoque: Consiste en concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico; se basaba en la premisa de que la empresa estaba en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura.

Para 1990, Porter en su obra "*The Competitive Advantage of Nations*", reconoce que para enfrentar las nuevas circunstancias del mercado, se necesitan modelos más dinámicos para concebir la ventaja competitiva.<sup>17</sup>

En esta teoría Porter sostiene que las compañías adoptan la fusión, las alianzas, las sociedades estratégicas, la colaboración y globalización supranacional como acciones estratégicas. Pero para Michael Porter estos métodos son imperfectos, ya que, en esencia, perciben mal las verdaderas fuentes de ventaja competitiva, porque "*la prosperidad de un país se crea, no se hereda*", no es producto de los recursos con que la naturaleza lo haya dotado, ni de la cantidad de trabajadores disponibles, sus tipos de interés o el valor de su moneda, como sostienen los economistas clásicos.<sup>18</sup> Alrededor del mundo existen muchas empresas que han logrado liderazgo internacional, cada una empleando sus propias estrategias. Sin embargo, el modo subyacente de operación y la trayectoria de todas las empresas exitosas es el mismo, la innovación.

Estas estrategias están basadas en "innovación". Las empresas logran ventajas competitivas mediante la innovación de tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas, esto siempre implica las inversiones de destreza y conocimiento, así como de activos físicos y reputación de marcas.

Sin embargo, esta estrategia tiene su desventaja. Una empresa logrará mantener una ventaja competitiva mediante la innovación hasta que la información de esa innovación no se extienda. Esto es así porque el conocimiento o la información no puede ser presa de una sola empresa por tiempo

---

<sup>17</sup> <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id20.html>

<sup>18</sup> INCAE vol. Iv No.2, 1990, Michael Porter "la ventaja competitiva de las naciones"

indefinido; entonces otras empresas comienzan a adoptar para sí ese tipo de mecanismo e innovación, incluso pueden hacerle mejoras, volviendo aquella innovación un proceso estándar para toda empresa que lo haya adoptado y quiera adoptar.

En este contexto, para Michael Porter el secreto o la razón para que las empresas o compañías puedan superar las sustanciales barreras al cambio y la innovación y poder mantener su ventaja competitiva, reside en cuatro amplios atributos; los cuales individualmente y como sistema, constituyen el “*Rombo de Ventaja Nacional*”<sup>19</sup>.

a) Condiciones Factoriales.

Una nación no hereda, sino más bien crea los más importantes factores de producción, tales como recursos humanos calificados o una base científica. Los factores de producción más importantes son los que implican una inversión fuerte y sostenida y que a la vez son especializados.

Para apoyar la ventaja competitiva, un factor debe ser altamente especializado para las necesidades particulares de una industria. Estos factores son más escasos, más difíciles de imitar por las compañías extranjeras, y su creación requiere una inversión sostenida.

b) Condiciones de Demanda

La composición y el carácter del mercado nacional usualmente tienen un desproporcionado efecto sobre el modo en que las compañías perciben, interpretan y responden a las necesidades de los compradores. Las naciones obtienen ventajas competitivas en las industrias en que la demanda nacional da a sus compañías una imagen más clara o más adelantada de las nuevas necesidades de los compradores, y cuando éstos presionan a las compañías para que innoven más rápido y logren ventajas competitivas más sofisticadas que sus rivales extranjeros.

El tamaño de la demanda nacional resulta mucho menos significativo que el carácter de la misma. La naturaleza de los compradores nacionales es, en sí, lo que fortalece a las empresas. Las empresas

---

<sup>19</sup> *Ibíd.*

de una nación obtienen ventaja competitiva si los compradores nacionales son los más sofisticados y exigentes del mundo para ese producto o servicio.

c) Industrias Relacionadas y de Apoyo

Los proveedores internacionalmente competitivos, basados en el país, crean ventajas en las industrias que dependen de ellos en varias formas. Por ejemplo, ellos proporcionan los insumos más efectivos en cuanto a costo en forma rápida, eficiente, oportuna y a veces preferencial.

Sin embargo, mucho más significativa que el mero acceso a los componentes y la maquinaria, es la ventaja que proporcionan las industrias relacionadas y de apoyo, con base en el país, en innovación y mejoramiento, una ventaja que se basa en estrechas relaciones de trabajo. Las compañías tienen la oportunidad de influenciar los esfuerzos técnicos de sus proveedores y pueden servir como sitios de prueba para el trabajo de investigación y desarrollo, acelerando el ritmo de la innovación.

d) Estrategia, Estructura y Rivalidad de la Empresa

La competitividad en una industria específica, es el resultado de la convergencia de las prácticas administrativas y las modalidades de la organización que son favorecidas en el país, así como de las fuentes de ventaja competitiva en la industria. Los países también difieren marcadamente en las metas que las compañías y las personas tratan de alcanzar. Las metas de las compañías son un reflejo de las características de los mercados nacionales y las prácticas de compensación para los gerentes.

La motivación individual para trabajar y ampliar las destrezas también es importante para la ventaja competitiva. El talento sobresaliente es un recurso escaso en cualquier nación. El éxito en un país depende en gran medida del tipo de educación que escojan los ciudadanos talentosos, el lugar en que decidan trabajar, y su compromiso y esfuerzo.

e) El Rombo como Sistema

Cada uno de los cuatro atributos define un punto del rombo de ventaja nacional. El efecto, de un punto a menudo depende el estado de los otros. Sin embargo, los puntos del rombo también se refuerzan a

sí mismos constituyendo un sistema. Los elementos relativos a la rivalidad nacional y la concentración geográfica tienen un poder especialmente grande para transformar el rombo en un sistema; la primera porque promueve las mejoras en todos los otros determinantes, y la segunda porque eleva y aumenta la interacción de las cuatro influencias separadas.

## 2.2 Turismo y Desarrollo

Es hasta en 1944 cuando se reconoce la importancia del estudio del turismo, debido a la profusión de estudios teóricos que intentaban explicar el comportamiento de la actividad.

Antes de estas fechas se identifican algunas corrientes que desde diferentes enfoques explican la importancia de este fenómeno, como es el caso de la corriente económica cuyo principal exponente es Schullern<sup>20</sup>, para quien la importancia del turismo estribaba en el peso económico que generaban los ingresos derivados del tráfico internacional de viajeros. La segunda corriente involucra por primera vez las relaciones sociales derivadas del movimiento de viajeros a un centro receptor así como las condiciones psicológicas que motivan este fenómeno. Esta última, conocida como corriente psicosocial, tuvo como teóricos más destacados a Joseph Stradner y Morgenroth<sup>21</sup>.

A partir de estas primeras aportaciones, surgen numerosos trabajos alrededor del turismo como fenómeno de desplazamiento, en donde las implicaciones económicas y sociales, así como la operación de una estructura formal para su desarrollo, rebasan la posibilidad de ser consideradas por alguna ciencia concreta particular como la sociología, economía, antropología, etc. El turismo se constituye en una necesidad para las naciones debido al peso que otorga en la captación de ingresos, generación de empleos, reactivación de otras economías de escala, y efectos multiplicadores de la economía, entre otros. Para Luis Fernández Fuster<sup>22</sup> la importancia del turismo radica exclusivamente en la capacidad de producir bienes económicos a través de un intercambio, en donde los bienes que se intercambian están a disposición plena del consumidor, desestimando cualquier consideración patrimonial, social, cultural, entre otros.

---

<sup>20</sup> Estado Actual del Conocimiento Técnico acerca del Desarrollo del Turismo. <http://www2.egi.ua.pt/cursos2005/files/TAM/Teoria%20de%20Turismo%20ULSA%20cancun.pdf>

<sup>21</sup> Ídem

<sup>22</sup> Ídem

El turismo se relaciona con la economía dado que en su desarrollo los distintos agentes económicos interactúan y realizan intercambios, generan empleo, se producen flujos monetarios, se intercambian medios de producción para generar los servicios directos e indirectos del turismo. En ese sentido, el turismo como sub-sector económico participa en los resultados económicos de un país, específicamente en el Producto Interno Bruto (PIB). Pero al turismo se le considera no únicamente como medio a través del cual un país puede aumentar su riqueza económica, sino también como un medio a través del cual un país o región turística pueda incrementar su nivel cultural y el bienestar de los ciudadanos por medio de la participación local.

Teniendo en cuenta lo anterior, el turismo, al contribuir de manera significativa al PIB, también facilita el desarrollo de un país, y esto es así porque a mediados del siglo pasado se consideraba que para que un país lograra su desarrollo era indispensable el crecimiento económico. Sin embargo, las teorías, que identifican al desarrollo con el crecimiento económico, consideran estos procesos como resultado más o menos automático de la dinámica económica de una “economía de mercado”.

El investigador dominicano Francisco Guerreño hace las siguientes precisiones:<sup>23</sup>

- El turismo es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas tales como: agricultura, construcción, fabricación industrial y de manufactura y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas.
- El desarrollo económico comprende intereses mayores de calidad de vida, consecución educacional, estado nutricional, acceso a libertades y bienestar espiritual de los ciudadanos de una determinada ciudad o país.
- En consecuencia, el turismo es un factor potencial de desarrollo económico para las naciones y sus localidades y regiones.

Por su parte, el Programa de Naciones Unidas (PNUD) estableció dos principios esenciales, con los que marcó un punto de inflexión: Pensar en lo global, y actuar localmente. Es decir, adaptar las políticas genéricas (macro) a los casos concretos (micro) de cada entorno local y fomentar la participación de las comunidades locales en sus planes de desarrollo.

---

<sup>23</sup> <http://www.monografias.com/trabajos/turismo-a-cuba/turismo-a-cuba.shtml>

Este nuevo modelo de desarrollo no se centraba solo en el progreso económico, sino también en el progreso humano y ecológico, siendo una de sus políticas principales el fomento de la cooperación entre los distintos agentes de una localidad (individuos, administración pública, organizaciones no gubernamentales, empresas, etc.).

En la década de los 70 había nacido también el concepto de Ecodesarrollo, antecedente inmediato del que será el enfoque predominante en nuestros días, el Desarrollo Sostenible. El Ecodesarrollo es el desarrollo socialmente deseable, económicamente viable y ecológicamente prudente. Se introduce así un elemento claramente innovador en este enfoque respecto a los anteriores: la preocupación por el medio ambiente. Por tanto, durante los años 80 y 90, el objetivo fundamental del Desarrollo Económico pasa a ser la Sostenibilidad.

En el año 1972, en la Conferencia de Naciones Unidas de Estocolmo sobre el Medio Ambiente Humano, se comenzó a definir el concepto de Ecodesarrollo: Un desarrollo justo sería aquel cuyo objetivo básico consistiera en utilizar los recursos naturales para la satisfacción de las necesidades del hombre, asegurando al mismo tiempo la mejora de la calidad de vida de las generaciones actuales y futuras<sup>24</sup>.

Resulta evidente que el desarrollo industrial y tecnológico ha acarreado negativas consecuencias para la humanidad relacionadas con el incremento del deterioro de las condiciones ambientales del planeta y los diferentes sistemas biofísicos y sociales que lo constituyen, lo cual ha desencadenado la llamada crisis ambiental.

En este contexto de preocupación mundial ante las graves y diversas problemáticas ambientales que enfrenta el planeta, surge como alternativa la Teoría del Desarrollo Sostenible o Sustentable. En el informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de 1987, conocido también como informe de la Comisión Brundtland, se definió el Desarrollo Sostenible como *"aquella que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias"*.

El Desarrollo Sostenible requiere la promoción de valores que estimulen patrones de consumo dentro de los límites de lo ecológicamente posible, y a los cuales todos puedan aspirar razonablemente,

---

<sup>24</sup> <http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>

implica además que las sociedades satisfagan las necesidades humanas incrementando el potencial productivo y asegurando oportunidades equitativas para todos, y no debe poner en peligro los sistemas naturales que constituyen la base de la vida en la Tierra: la atmósfera, los suelos, las aguas y los seres vivos.

Con el Desarrollo Sostenible lo que se pretende es un crecimiento con eficiencia económica, que no deteriore ni utilice de manera irracional los recursos naturales, que garantice el progreso y la justicia y equidad social, que respete y estimule la diversidad y riqueza de las identidades culturales, así como el precepto de la eficiencia ecológica de los sistemas biofísicos.

La educación desempeña una importante función en la progresiva implementación de este nuevo paradigma de desarrollo; la misma debe encargarse de estimular el establecimiento de nuevos y más positivos estilos de relación del hombre con el medio ambiente, abarcando las diversas dimensiones del mismo, tales como las sociales, naturales, tecnológicas, económicas o políticas; debe instituirse como instrumento por excelencia la adquisición de nuevas informaciones, conocimientos, sensibilidades, valores y estilos de conducta humanas, favorables al medio ambiente..

Para lograr el desarrollo se hace necesario encontrar la fórmula que permite combinar tres categorías importantes: a) Desarrollo Humano, es decir, mejora de la vida de las personas; b) Desarrollo Social, es decir, mejorar la vida de todas las personas y, c) Desarrollo Sostenible, un desarrollo que considere tanto a los individuos actuales como los que aún no viven. En el análisis de estas categorías existe la promoción del desarrollo, o sea, aumentar la producción y democratizar el acceso a la riqueza, al conocimiento y al poder, en armonía con el medio ambiente.<sup>25</sup>

Es necesario involucrar a las localidades, una estrategia para mejorar el nivel de vida, económico y social de grupos específicos de la población, a eso se le llama *Desarrollo Local*. El desarrollo económico local es un proceso participativo que fomenta la colaboración entre los principales actores; la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común, a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales, con el objetivo final de generar empleo y estimular la actividad económica.

---

<sup>25</sup> <http://vinculando.org/documentos/desarrollosostenible.html>

Actualmente, en cierta forma, todo el desarrollo es local, tanto sea en un cantón, en un municipio, en un departamento, en un país o en una región del mundo.<sup>26</sup>

### **2.2.1 Desarrollo Local<sup>27</sup>**

Al respecto y bajo el pensamiento de Albuquerque, para hacer efectivos los beneficios del crecimiento económico en todos los sectores de la economía es necesario pensar en cada sector como una localidad separada con su propio perfil de producción.

Generalmente, este tipo de desarrollo económico de carácter local, basado en una utilización de recursos endógenos y llevado adelante por empresas pequeñas, ha ido surgiendo sin demasiado o ningún respaldo político-administrativo desde las instancias centrales de la administración pública. El surgimiento de dichas iniciativas de desarrollo económico local ha dependido esencialmente de los agentes. Así pues, para el logro de los equilibrios macroeconómicos se necesita un desarrollo sistémico donde las estrategias de desarrollo actúen en niveles micro y meso económicos, tomando en cuenta las competencias, iniciativas y responsabilidades de cada actor local.<sup>28</sup>

En las estrategias de desarrollo económico local, se aprecia una preocupación y mayor interés por la satisfacción de necesidades básicas, mejora del empleo, ingreso y calidad de vida, así como el mantenimiento de la base de recursos naturales y del medioambiente local. Del mismo modo, frente a las estrategias basadas en el apoyo financiero y tecnológico externo se destaca la importancia del esfuerzo endógeno de articulación del tejido productivo y empresarial locales, la potenciación de los recursos propios, el involucramiento de las entidades financieras locales y, en suma, la adaptación de innovaciones tecnológicas y organizativas en la base territorial, con un control mayor del proceso de desarrollo por parte de los actores locales.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> En términos de sistemas una localidad es: "El espacio local, en tanto sistema, se compone de un conjunto de subsistemas en interacción dinámica entre sí y con su medio ambiente, cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades... no solo de las personas que viven y/o trabajan en esta localidad, sino de las necesidades e intereses de los diferentes subsistemas que forman parte del sistema local" Manual: Enfoque sistémico y Desarrollo Local", Escuela de Planificadores Locales del Sur.

<sup>27</sup> Albuquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "El Enfoque del Desarrollo Económico Local"

<sup>28</sup> Capítulo 2, apartado 2.3, pagina 51 de este trabajo.

<sup>29</sup> Albuquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "El Enfoque del Desarrollo Económico Local" Pág. 11

El desarrollo endógeno se refiere al desarrollo del potencial de recursos locales como lo son: humanos, institucionales, económicos y culturales. Para su identificación hay que disponer de la información suficiente sobre los aspectos más sustantivos del tejido empresarial entre los que se encuentran: localización territorial, eslabonamientos productivos, mercado de trabajo local, instituciones de capacitación empresarial y tecnológica, sistema territorial de desarrollo e investigación para la innovación, inventario de recursos naturales, estructura social y política local, organizaciones representativas como comités de actores locales, entre otros.

Vázquez Barquero plantea que se trata de un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local y en el cual se distingue varias dimensiones.<sup>30</sup>

- a) Económica: en la cual los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados.
- b) Formación de recursos humanos: en la que los actores educativos y de capacitación conciertan con los emprendedores locales la adecuación de la oferta de conocimientos a los requerimientos de innovación de los sistemas productivos locales.
- c) Socio-cultural e institucional: en la que los valores e instituciones locales permiten impulsar o respaldar el propio proceso de desarrollo.
- d) Político-administrativa: en la que la gestión local y regional facilitan la concertación público-privada a nivel territorial y la creación de "entornos innovadores" favorables al desarrollo productivo y empresarial.
- e) Ambiental: que incluye la atención a las características específicas del medio natural local, a fin de asegurar un desarrollo sustentable ambientalmente.

Las localidades deben verse como un actor fundamental de desarrollo, integrado no solo por el medio físico, sino por los actores sociales y sus organizaciones, las instituciones locales, la cultura y el

---

<sup>30</sup> *Ibíd.*, Pág. 13

patrimonio histórico local. Significa incorporar, además del capital económico y financiero, las diferentes dimensiones del capital humano, el capital social e institucional y el capital natural.

Albuquerque sostiene que debe haber una masa crítica mínima de proyectos e iniciativas emprendedoras, así como un liderazgo local con credibilidad y poder de decisión por parte de los actores locales ya sea públicos y privados o el resultado de una alianza entre ambos. Resulta importante en este ámbito el fortalecimiento de las administraciones locales como las municipalidades o comités locales, haciéndolos responsables y partícipes a cada uno de la lógica del desarrollo económico y la asunción de un protagonismo activo.<sup>31</sup>

El desarrollo económico local puede definirse, por tanto, como un proceso de acumulación de capacidades con el fin de mejorar de manera colectiva y continuada el bienestar económico de la comunidad. Esta noción de capacidad de desarrollo se refiere tanto a las circunstancias de la economía territorial como a las de sus actores socioeconómicos e instituciones. Las capacidades de una economía territorial se refieren a sus recursos actuales y potenciales, los cuales pueden ser materiales (físicos, medioambientales, de infraestructura), financieros, o intangibles (cualificación de los recursos humanos, cultura emprendedora local, etc.).

Estos recursos pueden también ser clasificados como endógenos, esto es, propios del territorio en cuestión; o exógenos, es decir, captados del exterior (a través de ingresos por exportaciones, inversiones externas, subvenciones, aportaciones de la cooperación internacional, etc.). También podemos diferenciar otras dos facetas importantes, como son la disponibilidad de los recursos básicos (recursos humanos cualificados, recursos financieros, infraestructura y equipamientos colectivos), la cual puede ser medida a través de indicadores; y el dinamismo de tales recursos para fortalecer la economía local, lo que depende de la movilización de los actores locales.

### **2.3. Modalidades de Turismo**

Existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo con el interés particular del turista en cuestión, dependiendo del propósito u objetivo que motiva el viaje, las modalidades son las siguientes:

Las modalidades más importantes son las siguientes:

---

<sup>31</sup> *Ibíd.* Pág. 57

- Turismo de sol y playa
- Turismo ecológico.
- Turismo comercial.
- Turismo cultural.
- Turismo recreativo.
- Turismo gastronómico.

A continuación se explican estos conceptos.<sup>32</sup>

### 2.3.1. Turismo de Sol y Playa

El turismo de sol y playa, se relaciona con el turismo de masas y son las actividades de ocio que un visitante realiza en las costas de un país para disfrutar del sol y la playa.

### 2.3.2. Turismo Ecológico

El turismo ecológico, frecuentemente confundido con los deportes de riesgo, consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios. El Instituto Interamericano de Turismo lo define como: "La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitat y sitios naturales"<sup>33</sup>.

Por su parte, David Nava es más concreto al decir que es:

*"Aquella modalidad turística ambiental responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del*

---

<sup>32</sup> <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/041111111057.html>

<sup>33</sup> <http://www.boletin-turistico.com7lexico/lexicoe.html>.

*pasado) que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio económicamente benéfico de las poblaciones locales".<sup>34</sup>*

Como ya decíamos, el turismo ecológico es también llamado "ecoturismo", "turismo verde" o "turismo de la naturaleza", y es definido de la manera más simple como viajar a lugares poco perturbados por el hombre con el propósito de disfrutar el entorno natural.

### 2.3.3. Turismo Comercial

La noción de turismo comercial actualmente se refiere más a los viajes que empresarios, agentes comerciales, exportadores, importadores, negociantes, etc., realizan a distintos destinos con el fin de contactar o ubicar productores de diversos bienes de consumo final para efectos de compra de los mismos o cotización de precios con el mismo objetivo.

Pero además, el turismo comercial también es realizado por aquellos que desean vender esos productos en ferias nacionales o internacionales, o como en el caso de quienes venden servicios, realizan viajes a ferias, congresos, seminarios, etc. ya sean nacionales o internacionales, para relacionarse con clientes potenciales.

Adicionalmente, del turismo se benefician:

- Agricultores, que pueden vender sus productos agrícolas.
- La industria de la alimentación.
- Pescadores.
- Artesanos.
- Transporte turístico.
- Artistas (cantantes, bailarines, pintores).

---

<sup>34</sup> Precisiones conceptuales acerca del ecoturismo y su campo de acción. Sitio web de la comunidad académica Monografias.Com

En pocas palabras, se benefician todas las partes y elementos que integran a la industria turística, tanto de manera directa como indirecta, o que intervienen en sus procesos, también directa o indirectamente.

#### 2.3.4. Turismo Cultural

Turismo cultural es la actividad que realizan las personas de visitar lugares con mucha riqueza cultural. Específicamente, cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, una tradición culinaria, una construcción o un conjunto arquitectónico de características muy peculiares, una ceremonia única en su género, una danza, allí tendremos turismo cultural.<sup>35</sup>

Por tanto, el turismo cultural es aquel que tiene como atractivo, un recurso producido por el hombre, es decir, que sea una obra de carácter artístico, tradicional o que existe a manera de legado ancestral.

La clasificación de turismo cultural se aplica a un abanico realmente grande de opciones. Es turismo cultural visitar museos, galerías de arte, barrios históricos, ruinas, sitios arqueológicos, teatros. Pero también es turismo cultural la convivencia con comunidades indígenas o de pescadores, por ejemplo.

#### 2.3.5. Turismo Recreativo

El turismo recreativo no es otra cosa que el turismo convencional, es decir, los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de orden médico, de recreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios, en fin, vacacionar.

Este tipo de turismo siempre conllevará la oportunidad de disfrutar de la gastronomía, los paisajes, las tradiciones, el arte, etc., de los sitios que se van a visitar. Igualmente, habrá negociantes que puedan detectar oportunidades de negocios durante sus viajes, pero ninguno de los casos anteriores es el principal motivo del viaje, sino simplemente, el deseo de vacacionar.

---

<sup>35</sup> Iriarte Céspedes, Fernando (22 de julio de 2004). Cultura y turismo cultural. Sitio web de la comunidad académica Monografias.Com

### 2.3.6. Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es parte del turismo recreativo si se considera que los lugares donde se realizan ferias gastronómicas poseen otros atractivos que captan el interés del turista para visitarlos y aprovechar la oportunidad para degustar las especialidades de la región donde se produzca este tipo de eventos.

A su vez, es parte del turismo cultural si se toma a las especialidades gastronómicas como parte del legado ancestral y tradicional de la región y que se preparan en períodos específicos que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional.

Pero también puede ser parte del turismo comercial, por ejemplo, cuando negociantes de diversas regiones o del extranjero visitan este tipo de exposiciones para realizar contratos con las compañías productoras. Esto es bastante conocido en México, donde compañías alimenticias o que producen bebidas lo visitan por el tequila.

### 2.3.7. Turismo Social

Esta modalidad de turismo no es muy conocida, está poco desarrollada y no se da en la mayoría de países tercermundistas. Sin embargo, en Argentina se ha adoptado la figura del turismo social, donde se han creado numerosos programas en la materia. La Secretaría de Turismo de ese país indica que “los programas de Turismo Social, tienen como destinatario principal a la población de escasos recursos de todo el país, siendo su objetivo brindarle la posibilidad de poder contar con un período de vacaciones”. Los planes vigentes en ese país son el Plan Escolar, el Plan para la Tercera Edad y el Plan Familiar.

Esta es una modalidad más de carácter corresponsable entre el gobierno y los ciudadanos que no pueden gozar de privilegios por su misma situación de limitación económica, marginación, pobreza, etc. Por ello, y por tratarse de una figura relativamente desconocida o nueva, no se puede ahondar mucho.

### 2.3.8. Turismo Estudiantil

También en Argentina se ha incorporado a la legislación nacional la figura del turismo estudiantil, y es aquella modalidad en la cual el objetivo de cualquier viaje puede ser recreativo, ecológico, cultural, etc., con la particularidad de que el turista en cuestión es una persona que, independientemente de la edad, realiza cursos de cualquier nivel académico básico y recibe promociones especiales de las agencias de viaje y demás prestadores de servicios en la materia, sólo por tener ese perfil de estudiante.

### 2.3.9. Turismo Nacional e Internacional

El turismo, dependiendo del origen del turista o viajante, sin importar su destino, sino de dónde provenga, puede ser: Turismo nacional, o turismo internacional. El turismo nacional se puede definir sencillamente como el que realizan al punto de destino los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad de éste, es decir, salvadoreños que viven en una ciudad y viajan a otra, independientemente de si ésta pertenece al mismo o a otro departamento.

Igual puede tratarse de habitantes de regiones urbanas o localidades rurales a playas o sitios arqueológicos, o que viven en grandes ciudades y que visitan sitios más remotos, o que viajan de lugares remotos a las grandes ciudades, etc.

El turismo internacional es el formado por ciudadanos de un país que visitan otro país independientemente de sus fines, ya sea por recordar momentos pasados, o con fines recreativos, de negocios, culturales, etc., y que se encuentran de paso pero de conformidad con los requisitos marcados por la ley de la nación que visitan.

Lo anterior quiere decir que poseen un permiso o una visa, ya sea para vacacionar por un período determinado o de manera indefinida o, algún otro permiso de carácter migratorio, etc.

Este tipo de turismo tiene una gran importancia en la actividad económica de los países ya que, a la vez que permite captar divisas a los empresarios por concepto de venta de bienes y servicios (alimentación, hospedaje, traslado, souvenir, etc.), genera empleos y permite el desarrollo económico

y social de las regiones turísticas en sí, además de incrementar los ingresos fiscales del gobierno y de las personas jurídicas y naturales involucradas.

## 2.4 Plan de Desarrollo Turístico

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, y bajo premisas o conocimiento de algún tema, se pretende establecer determinados objetivos. Un plan es un documento en que se plasman las cosas que se pretenden hacer y la forma en que se piensa llevarlas a cabo. Y también se señala como la organización y coordinación de las actividades económicas.

J. Arturo Ortega Blake define que el plan no es solamente un documento con un conjunto de perspectivas y previsiones, es el instrumento más eficaz para racionalizar la intervención, generalmente estatal en la economía.<sup>36</sup> En resumen, un plan es un conjunto de decisiones explícitas y coherentes para asignar recursos a propósitos determinados. A un plan, aparte de ser un documento rector de la intervención estatal y privada en la economía, se le adjudican facultades del proceso de planificación.

Otros autores lo definen como el documento rector, producto del proceso de planeación. Consiste en el conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias y programas, jerarquizan una serie de políticas e instrumentos en el tiempo y el espacio, para alcanzar una imagen objetiva propuesta.<sup>37</sup>

Es posible resumir, entonces, que un plan es un instrumento de carácter técnico-político en el que de manera general y en forma coordinada se encuentran: lineamientos, prioridades, metas, criterios, disposiciones, estrategias de acción, financiamiento, y una serie de instrumentos con el fin de alcanzar las metas, alcances, y objetivos propuestos.<sup>38</sup>

Un plan de turismo al igual que en otras áreas es importante en una economía, ya que como hemos visto, mediante el turismo se inciden en variables que afectan el PIB y el desarrollo local. Para diseñar

---

<sup>36</sup> <http://www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.html>

<sup>37</sup> *Ibíd.*

<sup>38</sup> *Ibíd.*

un plan de turismo, se requiere primeramente de conocimientos acerca de los actores, beneficiarios y las condiciones políticas y económicas del lugar para el cual se va a diseñar el plan. Asimismo, deben tomar en consideración para su diseño los recursos con que se cuenta, sean estos financieros, humanos, de capital, tecnológicos, tiempo, naturales, entre otros.

Mediante un plan de turismo se busca fortalecer dicho sub-sector en una determinada área o localidad, tomando en cuenta sus limitantes y recursos, este puede ser diseñado para corto, mediano o largo plazo dependiendo de la magnitud y alcance de los objetivos trazados. Sin embargo, el alcance de los beneficios o de aquellos objetivos orientados a la contribución del desarrollo de las condiciones de vida de los habitantes debe ser considerado desde el corto plazo hasta el largo plazo. Los planes de desarrollo turístico local son importantes en la medida que contribuyan el logro de los objetivos del plan nacional, dado que a nivel de localidad las estrategias son precisas y se diseñan tomando en cuenta la vulnerabilidad y la disponibilidad de recursos locales.

Diseñar un plan de turismo no sólo significa ampliar la oferta turística, incrementar la demanda de turistas o fortalecer la oferta existente; un plan de turismo debe tener mayor alcance y estar enfocado al logro del desarrollo de la localidad en cuestión, en cuanto a capacitación del recurso humano, mejora en los servicios básicos de las familias, capacitación técnica a empresarios, condiciones de financiamiento idóneas y el fortalecimiento de la economía local actuando como empresarios de un cluster con la existencia de apoyo y trabajo conjunto.

Las características básicas que debe tener un plan de desarrollo turístico a nivel local son las siguientes:<sup>39</sup>

- Contar con los elementos que debe contener un plan (objetivos, estrategias, metas, recursos, plan de implementación, entre las más importantes),
- Ser lo suficientemente flexible para responder a las condiciones coyunturales,
- Considerar instrumentos de dirección y control para orientar su implementación,
- Enmarcar estrategias viables para el desarrollo local , y
- Contener un grado relativamente alto de descentralización de decisiones.

---

<sup>39</sup> <http://www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.html>

## CAPITULO III

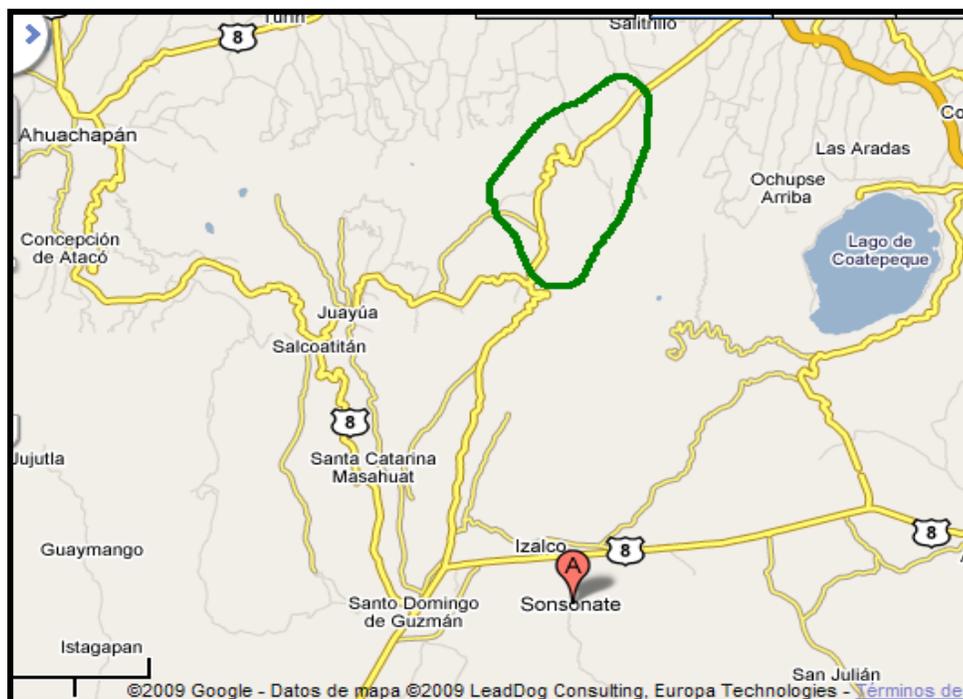
### DIAGNÓSTICO DEL CANTÓN LOS NARANJOS

#### 3.1 Características Geográficas

El cantón Los Naranjos pertenece al municipio de Juayúa, que se encuentra ubicado a 16 Km. al norte del departamento de Sonsonate, en el altiplano o meseta a 1,030mt de altura y al pie del cerro Cuyutepec.

El cantón Los Naranjos se localiza sobre la carretera que de Santa Ana conduce a Sonsonate. Se extiende desde el desvío a San José La Majada, conocido como “Desvío de Los Conejos”, hasta el límite con el departamento de Santa Ana. Nótese el círculo verde de la siguiente figura, con el cual se resalta el área que corresponde al territorio de Los Naranjos.

**FIGURA 3.1.**  
**UBICACIÓN DEL CANTON LOS NARANJOS**



Fuente: Tomado de Google Maps - Mapa de Sonsonate-El Salvador.

Según la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE,<sup>40</sup> en su proyecto denominado: “Apoyo Local en El Salvador Para Prevención de Desastres”, el cantón Los Naranjos es un cerro ubicado entre la cota 1,000 msnm y 2,050 msnm y está conformado por zonas de relieve irregular, identificando en la parte alta una topografía abrupta con pendientes bastantes inclinadas, escarpadas, quebradas tipo cañón y depósitos de sedimentos tipo conos aluviales y deslizamientos, en la parte intermedia. En la parte más baja se observa un relieve semiplano con pendientes menores, conformando una zona plana que es donde se encuentran asentada la mayoría de la población de la zona.

Según la cota,<sup>41</sup> se reconocen que las pendientes se comportan de la siguiente manera: la zona de mayores pendientes se encuentra a 1,500- 1,850 msnm en la que se ubican las laderas con los deslizamientos activos; la segunda zona está conformada por pendientes medias y se encuentra entre la cota 1,200 a 1500 msnm; y la tercera zona, conformada por pendientes bajas, se encuentra entre los 1,000 a 1200 msnm.

Por otro lado, el cantón presenta tres zonas con características diferentes de vegetación: la zona baja, que comprende desde la cota de 1,000 a 1,200 msnm, se caracteriza por la predominancia de arbustos de poco tamaño y cultivos de café. La zona intermedia, que comprende desde la cota de 1,200 a 1,700 msnm, se caracteriza por la abundancia de árboles, arbustos de tamaño regular y cultivos de café. La zona alta, que comprende desde la cota de 1,700 a 2,050 msnm, se caracteriza por lo que se conoce como bosque primario, con árboles de considerable tamaño y gran cobertura de suelos orgánicos.

La zona de estudio se clasifica, según COSUDE, como bosque muy húmedo, montano bajo tropical, transición a húmedo, en lo que respecta a las zonas baja e intermedia, y en cuanto a la zona alta, como bosque húmedo subtropical.

Dicho cantón se encuentra afectado por pequeñas fallas de tipo normal o gravitacional, localizadas de forma transversal sobre la zona del desprendimiento, contribuyendo así a la inestabilidad de las laderas.

---

<sup>40</sup> <http://www.snet.gob.sv/Documentos/juayua.pdf>

<sup>41</sup> Número que, en un mapa o plano topográfico, señala la altura de un punto sobre el nivel del mar. En un plano de nivel, las diversas cotas aparecen señaladas con distintos colores.

### **3.2 Características Demográficas**

El cantón Los Naranjos es uno de los diez cantones que conforman Juayúa, y representa sólo una pequeña parte de los 24,465 habitantes con que cuenta el municipio<sup>42</sup>, según el VI Censo de Población y V de vivienda 2007. De esta cifra, el 56.4% pertenece al área rural y el 43.6% al área urbana, la población femenina alcanza un 51.6% y la masculina el 48.4%, lo que significa un índice de masculinidad de 0.95. El municipio de Juayúa es un municipio con una población predominantemente joven, con un 51.1% de sus habitantes en edades entre los 18 y 59 años.

### **3.3 Principales Actividades Económicas**

Las visitas y encuestas realizadas en el cantón junto a otras fuentes de información, ha permitido tener una aproximación real de las condiciones económicas del lugar.

El cantón Los Naranjos se ha caracterizado históricamente por ser una zona cafetalera por excelencia, generadora de empleos e ingresos para muchas familias y al mismo tiempo poseedora de un atractivo natural. Es interesante ver cómo, año con año, desde finales del mes de octubre, los cafetos comienzan a florear y a llenar de color la carretera que une al departamento de Sonsonate con el de Santa Ana.

Sin embargo, actualmente la actividad agrícola no constituye la principal fuente de ingresos de este lugar; esto, como resultado de la caída de los precios internacionales del café, lo que desincentivó a los productores y provocó el descuido de sus cultivos; en consecuencia, los cafetales se volvieron menos productivos con relación a años anteriores y la demanda de jornaleros y retribución a los mismo ha sido cada vez menor.

Dicho fenómeno se vio agravado en el año 2005 por la erupción del Volcán Ilimatepec, cuyas cenizas calientes cubrieron gran parte de los cafetales de esa área, reduciendo aún más la productividad de los cultivos.

---

<sup>42</sup> <http://www.minec.gob.sv>

En vista de lo anterior, un porcentaje importante de la población económicamente activa del lugar se ha visto obligada a buscar otras fuentes de trabajo que les permita obtener ingresos, aunque todavía hay algunas fincas de café que continúan produciendo y generando empleo, tal es el caso de las fincas: Altamira, Las Nubes, Las Cruces, San José, y Jacarandas, entre otras.

Otra pequeña parte de la población económicamente activa, está empleada en los restaurantes, viveros y en los pocos negocios que operan en la zona. Esa parte de la población que trabaja en los restaurantes y viveros es la única que puede considerarse empleada en actividades de turismo.

La población que no se encuentra empleada en restaurantes, fincas y viveros, tiene que viajar hasta las ciudades de Santa Ana, Sonsonate y Juayúa principalmente en busca de trabajo. El presidente de la Asociación NASACAYUB<sup>43</sup>, manifiesta que la mayoría de la población que se encuentra empleada en las ciudades, está trabajando en un alto porcentaje en agencias de seguridad, en el caso de los hombres; y las mujeres, en maquilas de ropa o como empleadas domésticas en residencias.

Existen algunas familias que viven de su propio negocio, como pequeñas tiendas en sus casas y otros negocios de alimentos. Se trata de personas que a ciertas horas de la tarde y noche se dedican a la venta en pequeñas cantidades de bocadillos típicos principalmente a los residentes del lugar, tales como: pasteles, chilate, nuégados o tamales, entre otros.

### **3.4 Lugares Turísticos y Potencialidades**

Como se ha mencionado anteriormente, el cantón Los Naranjos posee, por su excelente clima y vegetación, un gran atractivo turístico. Sin embargo, este potencial no está siendo explotado en su totalidad ni se están aprovechando los recursos naturales con que cuenta.

Esta subutilización de recursos se refleja en la existencia de pocos lugares en donde los turistas nacionales o extranjeros puedan entretenerse, pasar un rato ameno en compañía de familiares o amigos. En total existen cinco restaurantes, doce viveros, cuatro miradores y un hostel, perteneciente este último a uno de los restaurantes que se llama Paso del Alaska.

---

<sup>43</sup> Ver NASACAYUB, apartado 3.6, Inciso V.

No obstante, ha habido un aumento de la oferta turística, ya que hace muchos años el único lugar turístico del cantón lo constituía el restaurante de Don Bony, nombrado así en honor a su primer dueño; era el lugar exclusivo donde las personas podían entretenerse un rato y degustar de buena comida. Por muchos años este restaurante fue un icono del arte culinario de la zona; sin embargo, debido a la mala administración de los familiares sucesores del dueño original, el restaurante desapareció quedando solamente las viejas instalaciones.

Actualmente, en el cantón se puede disfrutar desde una comida tradicional hasta exquisitas especialidades, preparadas, dependiendo del prestigio del restaurante, por cocineros de poca experiencia o por chef profesionales.

El Restaurante La Cabaña es un lugar especial, donde hay atención personalizada, variedad de alimentos y un ambiente agradable, en este lugar no hay chef especializado, sin embargo, los encargados de cocina tienen experiencia en la preparación de alimentos de buen sabor. Al igual que este restaurante, hay otros que ofrecen al turista un lugar donde comer y disfrutar de un momento agradable en un clima que oscila entre 8° y 23° C, según la época del año.

El negocio que más prestigio tiene en este lugar y el cual es visitado por muchos turistas es el Restaurante El Paso del Alaska, que debe su nombre al hecho de estar ubicado en el punto más alto del cerro, a 1,730 msnm. Dicho lugar se inició con la idea de ser una quinta de descanso, luego se tomó la decisión de convertirlo en un pequeño café, donde los visitantes pudiesen degustar de un entremés; y, finalmente, dada la afluencia de turistas y el espíritu empresarial de su propietario, se construyó lo que hoy se conoce como Restaurante El Paso del Alaska, en el que además de la preparación y servicio de alimentos y bebidas, se ofrecen paseos por senderos y jardines, cabañas, bungalow y un laboratorio gastronómico, por ello su propietario lo llama un “resort”.

Existen cuatro miradores a orillas de la carretera del cantón que no son más que pequeñas cimientos de madera y cemento, construidas estratégicamente en puntos donde existe una excelente vista panorámica. Estos miradores constan de una cerca de madera tanto al lado del pavimento como a la orilla del barranco para evitar accidentes. También tienen una base o plataforma de cemento que permite tener la altura necesaria para poder divisar todo el panorama. Además, en cada mirador se ha ubicado un marco informativo el cual indica al visitante, tanto en español como en inglés, el nombre del

lugar donde se encuentra ubicado, la altura, el clima, el nombre y significado en Náhuatl, entre otra información. Estas pequeñas obras han sido ejecutadas por la alcaldía del municipio de Juayúa, con fondos del gobierno.

En total existen doce viveros en todo el cantón donde se cultivan diversas plantas, todas propias de un clima frío, tal es el caso de las fresas. Aquí el turista se detiene un momento a observar la variedad y aprovecha para comprar. Sin embargo, el potencial que ofrece un vivero en una zona tan fresca como Los Naranjos no se está aprovechando de la mejor manera. Esto es así, porque el turista no puede entretenerse mucho tiempo en los viveros dada la falta de comodidad, ninguno tiene asientos y mesas donde las personas puedan descansar y mucho menos rutas internas de paseo o un local donde se ofrezca bebidas y alimentos o senderos donde el turista además de ver las variedades de plantas pueda disfrutar el clima y las vistas.

Los propietarios de estos viveros, quienes además de atender los trabajos de jardinería trabajan en las faenas diarias del hogar, expresan su deseo de invertir más en el negocio que su medio de sobrevivencia; es decir, adquirir nuevas parcelas para poder incrementar el cultivo de plantas y con ello aumentar sus ingresos. Sin embargo, la falta de capital propio y fuentes de financiamiento han limitado el crecimiento, los ingresos percibidos por la actividad que realizan no les ha permitido hacer más inversiones; además expresan que no cuentan con apoyo del gobierno, ni de instituciones para financiar una ampliación del negocio; así lo expresó el propietario de “El Vivero”, ubicado a orilla de carretera, frente a la casa de la salud.

Otro atractivo turístico que presenta el lugar es el cerro El Águila, para llegar al lugar su recorrido inicia frente al puesto policial de la zona, muchas personas que les gusta las caminatas visitan este lugar para poder hacer ejercicio o simplemente por aventura. El cerro es un lugar ideal para la modalidad de turismo ecológico. Las personas disfrutan de un agradable paseo con un clima agradable en todas las épocas del año, apreciando el paisaje del cerro y los cafetales que constituyen atractivos naturales de la zona.

En este lugar se encuentra también un pequeño parque recreativo, el cual se encuentra ubicado a un costado de la casa de la salud, en éste los habitantes del lugar van a divertirse y entretenerse un rato,

ya que cuenta con una cancha de basketball, columpios, sillas y mesas de cemento para compartir un rato.

Además existen unas cabañas ubicadas en un cerro al costado oriente de la carretera a la altura del puesto policial, donde anteriormente se hospedaban turistas, éstos, disfrutaban del hostel con excelente vista panorámica, desde la altura del cerro, pero que dada la mala administración del lugar éste se cerro y ahora se encuentra abandonado.

### **3.5 Infraestructura Turística**

La infraestructura turística en el cantón Los Naranjos es propiedad de personas que por su propio interés y recursos han invertido en la instalación de restaurantes y viveros.

El Gobierno ha contribuido a potenciar el turismo en el lugar mediante el desarrollo de ciertos proyectos importantes: pavimentación de algunos caminos rurales, construcción del parque y cancha comunal, introducción de servicios de energía eléctrica y agua potable en algunos caseríos con el apoyo del FISDL, y, la construcción de miradores a orillas de la carretera, los cuales constituyen un verdadero atractivo para el turista que se cruza por Los Naranjos.

Algunas personas con visión empresarial han hecho fuertes inversiones en la construcción de restaurantes con amplias instalaciones y finos acabados; sin embargo, tal como se pudo constatar en las entrevistas realizadas, ninguno de los dueños pertenece al cantón Los Naranjos, todos son empresarios de afuera, por ejemplo, el ingeniero Girón, dueño del restaurante El Paso del Alaska, reside en Santa Ana.

Al conversar con algunos habitantes de la zona, explicaban que la razón por la que ningún lugareño es propietario de un restaurante en la zona, es por falta de recursos financieros; no existen bancos ni cooperativas de ahorro y crédito que brinden créditos para desarrollar nuevos proyectos o ampliar los ya existentes. Algunas personas que cuentan con pequeños recursos han instalado comedores y pequeños negocios para atender a personas del mismo cantón, pero que no ofrecen una alternativa turística.

Los viveros pertenecen a personas del cantón, pero tal como se mencionó, son parcelas pequeñas que en algunos casos se encuentran en el mismo terreno donde tienen sus hogares. Estos viveros se han construido con capital propio, algunos con ayuda de parientes en el exterior. Así lo expresó el propietario del “Vivero”.

### **3.6 Demanda Turística en Los Naranjos**

Según las opiniones de los dueños de los negocios que operan en el cantón la mayoría de turistas se da en los fines de semana y en su mayoría, son visitantes nacionales.

En los restaurantes se recibe un promedio de visitas el fin de semana de 40 personas por tiempo de comida, cada restaurante, ocupa la totalidad de su espacio, no así en el Restaurante El Paso del Alaska donde tienen capacidad para 70 personas, aunque según comenta el dueño, en fechas de vacaciones la demanda aumenta de acuerdo a su capacidad.

En días de semana las visitas a los restaurantes oscilan entre 20 y 35 personas en promedio, según las opiniones de los dueños, esta afluencia de turistas aunque no tan baja es insuficiente para mejorar la rentabilidad.

Para los dueños de los viveros la venta de plantas es bastante precaria en días de semana, sin embargo los fines de semana las ventas aumentan y es lo que permite la subsistencia de los negocios. Por ejemplo, en días de semana las ventas en promedio es de 15 plantas y en el fin de semana las ventas se incrementan a 30 ó 45 plantas de distintas especies. Los turistas por lo general compran más de una planta aprovechando los precios relativamente bajos y calidad de la planta, dado el clima en que han sido cultivadas.

Como ya se ha mencionado en el lugar únicamente opera un hostel que pertenece al Restaurante Paso del Alaska, y sus cabañas son ocupadas principalmente los fines de semana y sobre todo en fechas de vacaciones.

La visita de turistas extranjeros generalmente se da en fechas de fiesta o vacaciones, los dueños de restaurantes opinan que cada vacación reciben un número importante de turistas extranjeros sobre

todo aquellos que los visitaron con anterioridad y cuando vuelven al país siempre desean visitar los restaurantes del cantón. Los dueños de viveros opinan que estos turistas llevan como destino la ciudad de Juayúa o Apaneca y que se detienen en el camino únicamente para comprar algunas plantas.

### **3.7 Instituciones y Grupos Sociales.**

En el cantón funcionan pocas instituciones gubernamentales y no gubernamentales y ninguna está relacionada directamente con la actividad turística. Estas instituciones son:

**Policía Nacional Civil:** Existe un puesto policial, ubicado en el lugar conocido como Las Cruces, es el único puesto de policías y ellos se encargan de velar por el orden público, aunque según expresaron ellos mismo, el cantón no presenta problemas de delincuencia ni presencia del fenómeno de las maras. Cabe mencionar que las condiciones en las que se encuentra este puesto de policías no es el adecuado ya que carecen de instalaciones idóneas y de equipo informático.

**Casa de la Salud:** Esta es la única institución pública donde las personas pueden asistir a consultas, también es la encargada de impartir charlas que ayuden al bienestar y desarrollo de las personas y la comunidad relacionadas con: orientación sexual, salud mental, prevención de epidemias; además de realizar campañas de vacunación, erradicación de criaderos de zancudos, entre otras.

**Iglesias:** Existe una iglesia católica y una evangélica llamada “Príncipe de Paz”, donde asisten muchos feligreses, sobre todo los días domingos.

**NASACAYUB:** Es una asociación, la cual se encarga de administrar y suministrar el agua potable en el cantón. Les corresponde la instalación de cañerías, obtención del agua en su nacimiento, control de cloro para su desinfección, colocación de mechas hasta que cada hogar que compre su derecho tenga el agua potable en su casa, y por lo tanto es la entidad encargada de cobrar el servicio. Dicha asociación no cuenta con apoyo de la Alcaldía.

### 3.7 Resultados de la Encuesta

Se realizó una encuesta (ver anexo 3.1) a los principales actores de desarrollo en la zona, específicamente al párroco, al presidente de la asociación NASACAYUB, a un agente de la Policía Nacional Civil, al pastor de una Iglesia Evangélica y a los dueños de los restaurantes.

El propósito de la encuesta era conocer la opinión de dichos actores y visitantes acerca de los atractivos turísticos de la zona, los obstáculos de los planes, los proyectos y las acciones requeridas para impulsarlo.

A continuación se resumen los principales comentarios que dichas personas expresaron:

Los agentes de desarrollo local opinan que el turismo resulta en beneficio para todos, no solamente a los propietarios de negocios, algunos argumentan que el incremento del turismo contribuye a enriquecer la cultura de los pueblos. Consideran que la afluencia de visitantes al lugar no es tan abundante, lo cual se debe a la falta de más y mejores atractivos turísticos que impide que más personas visiten el lugar.

La pregunta de qué tipo de proyectos turísticos consideran se pueden desarrollar está vinculada a los lugares del cantón que les parecen atractivos; en ese sentido, opinan que el clima es el mejor atractivo, lo es también, la vegetación, el cerro El Águila, los viveros y la comida de los restaurantes.

Las personas encuestadas coinciden que un plan de desarrollo turístico resulta de mucha importancia para el cantón, pues mediante la ejecución de un plan se impulsaría el turismo en la zona y se incrementaría la visita de turistas, lo que significaría mayores empleos e ingresos.

Otra de las ventajas que ofrece el cantón para potenciar el turismo, según estas personas, se encuentra en la ausencia de maras y poca delincuencia en comparación con ciudades vecinas.

Dentro de las desventajas, se encuentra el escaso apoyo por parte del gobierno, los encuestados opinan que se necesita de una asociación (cooperativa para el caso) que impulse el turismo mediante el otorgamiento de créditos; también resienten el escaso apoyo en cuanto a publicidad y promoción; el

MITUR lo está haciendo mediante la señalización y mupis, pero consideran las personas encuestadas que no es suficiente.

Asimismo, opinaron que la reciente erupción del volcán Ixmiquilpan resulta en una desventaja, debido a que las personas tienen temor de visitar el lugar por el riesgo; sin embargo, el SNET descarta que se pueda producir otra erupción en el corto plazo.

Se preguntó que si ellos como agentes de desarrollo local habían participado en el diseño de algún plan turístico, su respuesta fue no. Les gustaría que alguna institución u organizaron desarrollara un plan donde se les incluya.

En cuanto al desarrollo de proyectos turísticos, la asociación NASACAYUB, dijo estar interesada en implementar el proyecto de la feria gastronómica, pero que hasta el momento no se tenía nada concreto, dado que hace unos dos años atrás, un grupo de personas habían querido impulsar ese mismo proyecto pero que no habían concretizado nada debido a la falta de apoyo por parte de la alcaldía.

Los proyectos que deberían impulsarse según ellos además de la feria gastronómica, son el recorrido del cerro El Águila y la construcción de más hostales.

En cuanto a los resultados de las encuestas a los principales propietarios de negocios, en total se entrevistaron cuatro dueños de restaurantes y dos dueños de viveros, tomando en cuenta que el dueño del restaurante El Paso del Alaska también es el dueño del hostel.

En promedio, los restaurantes tienen diez años de operar en la zona y generan entre 10 empleos directos y 15 indirectos.

Opinan que la mayor afluencia de visitantes se da en días sábados y domingos y la mayoría son del interior del país; el dueño del restaurante La Cabaña nos dijo que la visita de extranjeros es bastante escasa que se da mas que todo solo en periodos de vacaciones como semana santa y fin de año.

Para algunos dueños de viveros la afluencia de visitantes a sus negocios es relativamente alta los fines de semana; por lo que, el dueño de “El Vivero” manifiesta su deseo de incrementar su parcela de tierra para ofrecer mayor variedad de plantas y atraer más clientela.

Para ellos, el cantón Los Naranjos es un hermoso lugar, perfecto para visitar y desestresarse. El clima, la vegetación, la neblina que suele cubrir al Cerro El Águila, los restaurantes, los viveros y las perfectas vistas panorámicas constituyen los principales atractivos de la zona y al igual que los agentes de desarrollo local, opinan que la tranquilidad del cantón al no haber delincuencia, constituye una ventaja, la facilidad de acceso también, puesto que las calles principales se encuentran en buen estado.

Para los dueños de restaurantes, la desventaja que tiene el cantón es la mala o deteriorada imagen de infraestructura con que cuentan; se quejan de las abundantes champas a orillas de carretera, casas despintadas y deterioradas, para ellos esa fachada debería mejorarse y crearse un proyecto de construcción de viviendas, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón y mejorar la imagen del lugar; esto incluye la instalación de cajeros automáticos, ya que en la zona no se cuenta con ninguno.

Cuando se les preguntó acerca del apoyo del gobierno, dijeron que ellos no han recibido ayuda alguna en los negocios, es más, se quejaron de la negligencia de la Alcaldía para facilitarles los trámites de servicios básicos y para el pavimentado de los accesos a algunos negocios, como por ejemplo, al restaurante El Paso del Alaska.

En cuanto a la pregunta de si habían recibido capacitación, dijeron que no la habían recibido de ningún tipo. Hasta el momento ninguna institución u organización ha impulsado un proyecto que incluya la capacitación de personas para contribuir al desarrollo del turismo en la zona.

Los dueños de restaurantes, planean diversificar sus servicios; por ejemplo, aparte de ofrecer alimentos, también ofrecer al visitante estadía en hostales y algunos poner su propia escuela de cocina. Por su parte los dueños de viveros planean adquirir terrenos más grandes para incrementar la oferta de plantas y algunos quieren hacer de sus viveros un lugar de descanso mediante la instalación de juegos infantiles en el interior del terreno.

Dentro de los proyectos turísticos que opinan deberían desarrollarse, están las ferias gastronómicas, donde cada persona con espíritu empresarial aproveche la oportunidad de dar a conocer al visitante, nuevos productos y servicios a ofrecer en la zona; para ello consideran necesario realizar un estudio de mercado para conocer las exigencias de las personas y lograr diversificar la oferta turística, aunque reconocen que para ello se necesita de apoyo financiero.

Finalmente, todas las personas encuestadas están de acuerdo en que se impulse el turismo en la zona, mediante planes y proyectos, porque al aumentar el número de visitante se incrementan sus ganancias, generan mayor empleo y contribuyen así al desarrollo del cantón.

En lo que a la alcaldía respecta, manifestaron que no habían realizado acciones para incrementar el turismo en Los Naranjos puesto que han orientado recursos y esfuerzos al desarrollo del turismo en la ciudad de Juayúa; aunque han invertido en esta zona a través del FISDL en proyectos de energía eléctrica y agua potable en muchos caseríos donde no contaban con estos servicios.

También manifiestan que el cantón no cuenta con una asociación o comité que los represente y que sostenga reuniones con los dirigentes de la alcaldía y otras instancias, pues con la asociación NASACAYUB no han logrado ponerse de acuerdo para trabajar, siempre han tenido discrepancias que nos les han permitido impulsar el turismo. Consideran que para impulsar el turismo en Los Naranjos, es necesario constituir una Asociación de Desarrollo Comunal o Comité de Turismo que se mantenga en constante comunicación con la Alcaldía y otros entes para poder diseñar proyectos a partir de los cuales se pueda obtener financiamiento.

A los propietarios de los negocios parece interesarles la idea de participar en una feria gastronómica junto con otros propietarios de otros lugares para ampliar la oferta.

En cuanto a los resultados de los que visitan al cantón Los Naranjos, el objetivo de la encuesta fue conocer su opinión respecto al cantón y específicamente al Cerro El Águila como lugar turístico. Esta encuesta se pasó un fin de semana a personas que oscilan entre los 15 y 35 años de edad, en una muestra de 35 personas.

Manifestaron que de este lugar les atrae el clima, la comida y el paisaje. El 33% de ellos ha visitado el cerro El Águila, y a pocos no satisfizo sus expectativas; la mayoría lo hizo en vehículo, y están de acuerdo en que debería de haber una empresa que brinde servicios de bicicletas, y se implemente el deporte canopy. Los que no han visitado el lugar es porque no cuentan con los medios de transporte adecuados, pero al igual que los que han visitado el lugar están de acuerdo en la creación de la empresa de servicios y el deporte canopy.

## **CAPITULO IV**

### **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO**

Como se expuso anteriormente, un plan de desarrollo local es importante en el logro de los objetivos del plan nacional, porque a nivel local las acciones son concretas y dependen de las iniciativas de los actores locales y la disponibilidad de recursos. A través del diseño de un plan y con su consecuente ejecución se busca alcanzar determinados objetivos y metas.

Para el diseño de este plan turístico y las recomendaciones, se utilizaron algunos elementos teóricos desarrollados en el capítulo II y los resultados de la investigación de campo, o sea la opinión de los actores (privados y públicos) y visitantes del cantón Los Naranjos, con quienes fue posible conversar o entrevistar en varias visitas realizadas; así mismo, los datos recogidos mediante la observación directa y de otras fuentes utilizadas para la presente investigación.

#### **4.1 Objetivos**

Mediante el diseño y ejecución del plan estratégico para mejorar la competitividad del turismo en el cantón Los Naranjos, se espera que:

- ❖ La demanda de visitantes al cantón Los Naranjos, se incremente con la oferta de los nuevos atractivos turísticos.
- ❖ El cantón Los Naranjos se convierta en un destino turístico como parte de la Ruta de Las Flores reconocido a nivel nacional.
- ❖ Se desarrolle progresivamente el cantón Los Naranjos, mediante la generación de empleos e ingresos producto de nuevas inversiones y estrategias.

## **4.2 Alcances**

Con el diseño y ejecución del presente plan y otras recomendaciones se espera mejorar la competitividad del turismo en el cantón Los Naranjos en un periodo de mediano y largo plazo; aumentando la oferta turística y contribuyendo de esa forma al desarrollo local del cantón en armonía con el medio ambiente.

## **4.3 Análisis FODA**

En este apartado resumiremos las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que presenta el cantón Los Naranjos, las cuales favorecen o limitan el desarrollo del turismo en la zona. Este tipo de valoraciones es de mucha ayuda en el diseño de políticas, estrategias y proyectos.

### **4.3.1 Fortalezas**

El clima agradable es una de las principales fortalezas del cantón, pocos lugares turísticos del país cuentan con esa ventaja. En este lugar se experimentan temperaturas que oscilan entre los 8° y 23° C. lo que lo convierte en un destino turístico ideal, considerando las temperaturas que presentan muchas ciudades en todo el país, las cuales llegan hasta los 40° C.

El clima fresco es propicio para el cultivo de una extensa variedad de plantas, por ello es fácil encontrar en los viveros plantas que no se encuentran en otros viveros del país. Los viveros representan una de las ofertas turísticas del cantón.

Asimismo, el clima propicia una abundante vegetación, como bien se sabe el cantón Los Naranjos es un cerro y resulta agradable ver sus laderas y relieves cubiertos de vegetación durante todo el año. El lugar cuenta vistas panorámicas. Una de las vistas de mayor atracción es el cerro llamado El Águila, el cual debido a su ubicación estratégica representa una alternativa de turismo ecológico, para las personas que gustan de esta modalidad turística.

Hay pocos restaurantes en la zona; sin embargo, los que existen ofrecen exquisita y variedad de comida a sus visitantes. Hasta el momento los restaurantes constituyen el principal atractivo turístico del cantón.

El cantón Los Naranjos forma parte de "Ruta de las Flores", esto se convierte en una fortaleza y a la vez en oportunidad; dado que es una ruta turística reconocida por el MITUR y por la población que gusta viajar, y por lo tanto, es promocionada constantemente.

Otra fortaleza del cantón la representa su cercanía con ciudades reconocidas como destinos turísticos, específicamente Juayúa y Nahuizalco, ciudades cercanas a las cabeceras departamentales de Santa Ana y Sonsonate. De ser explotadas esas fortalezas, el cantón Los Naranjos se puede convertir en el próximo destino turístico.

#### 4.3.2 Oportunidades

Como se mencionó en la sección anterior, el cantón Los Naranjos forma parte de la Ruta de las Flores, eso es una oportunidad que se debe aprovechar, en vista de la gran cantidad de personas que visita ese lugar los fines de semana, pero para ello es necesario mejorar la oferta turística para que las personas que transiten por esta ruta no tome al cantón solamente como una vía de acceso a otras ciudades, sino lo consideren como destino turístico.

El plan de turismo que está llevando a cabo actualmente el gobierno, a través del MITUR y de las municipalidades, se convierte en una oportunidad para el cantón, para incorporarlo dentro de la oferta turística nacional y dentro de los planes de promoción y publicidad.

#### 4.3.3 Debilidades

La caída del sector cafetalero en la zona, representa una debilidad, debido a la baja de los precios internacionales del café y la erupción del volcán Ixmiquilpan, las fincas cafetaleras han perdido dinamismo, de forma que, después de ser el sector que generaba empleo e ingresos, los dueños de fincas las han descuidado considerablemente tanto que la producción y productividad del café ha disminuido y con ello muchos pobladores de la zona han quedado sin trabajo.

La combinación de inflación, menos empleo y reducción en los salarios nominales ha significado una disminución de la capacidad adquisitiva de los pobladores de la zona y, por lo tanto, frena en gran medida las posibilidades de desarrollo del cantón. De no tomar medidas alternativas de producción o de opciones como el turismo, el cantón Los Naranjos se vería limitado en alcanzar mejores niveles de vida de sus habitantes.

Tampoco existen entidades financieras e instituciones de asistencia técnica que brinden créditos a los empresarios del lugar y asistencia técnica para el desarrollo de alternativas productivos. Es decir, no hay bancos o cooperativas que proporcionen créditos accesibles, para que las personas puedan abrir un negocio o ampliar los ya existentes y de esa manera generar empleos e ingresos y contribuir al desarrollo del cantón.

Según manifiestan los habitantes, los bancos han perdido credibilidad en el cultivo del café, en ese sentido, no están brindando financiamiento a los empresarios cafetaleros que han querido rescatar las fincas. De la misma forma, los dueños de viveros expresan el deseo de querer expandir sus cultivos a través de la compra de otros terrenos, pero al igual que el caso anterior, no existe institución que les brinde financiamiento y asistencia técnica. Lo anterior se explica por que los dueños de los pocos restaurantes que existen no son habitantes del cantón, sino personas de fuera quienes están aprovechando los recursos turísticos del lugar.

El financiamiento es un recurso necesario para la reactivación de la economía y cuando se trata de créditos para inversión productiva lo es más por el efecto multiplicador que ello conlleva. En ese sentido, los empresarios podrían utilizar el crédito para realizar inversiones en una perspectiva de corto, mediano y largo plazo en sus negocios, generando así empleo e ingreso y en consecuencia contribuyendo al desarrollo local.

De la ausencia de financiamiento, se deriva también la escasa existencia de destinos turísticos en la zona, ya se mencionaba que únicamente existen cinco restaurantes, doce viveros, cuatro miradores y un hostel, que constituyen toda la diversidad turística de la zona. En el capítulo III, en el apartado 3.4 se ha descrito las carencias de cada uno de estos lugares, resumiendo se puede decir, que no existen variedad de restaurantes de calidad que ofrezcan diversos platillos de especialidades culinarias pero

diferenciadas; es decir, que se vuelvan una exclusividad del lugar; los viveros existentes carecen de lugares de descanso por lo tanto no son “Jardines Botánicos” lo que podría lograrse si existiesen senderos y pequeños restaurantes en su interior, con lo que se prolongaría la estancia del visitante.

Aparte de lo anterior, no cuenta el lugar con hoteles u hostales, a pesar de que el cantón brinda las condiciones adecuada para la construcción de este tipo de infraestructura.

Tampoco se promueve el turismo ecológico, si bien es cierto existe la caminata al cerro El Águila; sin embargo, presenta limitaciones al no contar con personas guías, ni pequeñas cabañas de descanso.

Tampoco se realizan festivales gastronómicos como en Juayúa y otros lugares, todo esto hace que aun se considere al cantón Los Naranjos como parte de la Ruta de las Flores y no como un verdadero destino turístico.

A pesar de que el gobierno a través del MITUR y las alcaldías está impulsando al turismo como alternativa de desarrollo, las acciones que se desarrollan en el lugar son pocas, los pobladores del cantón se quejan de no recibir apoyo por parte del gobierno. Los empresarios se quejan también de que el MITUR invierte muy poco en publicitar el lugar, no se promocionan las bondades turísticas del cantón como tampoco sus negocios; de igual modo, manifiestan que no se invierte en mejorar la presentación del cantón.

Para los empresarios, debería haber en los lugares turísticos alumbrado público, publicidad a través de mupis y vallas publicitarias, trasladar a otros lugares las champas que hay a orillas de carretera y que no dan una buena presentación al lugar, entre otros.

Los pobladores y pequeños empresarios resienten la no existencia de organizaciones de apoyo a las comunidades, ausencia de ADESCOS, de comités, de cooperativas de ahorro y crédito que capten recursos y brinden financiamiento para el desarrollo de actividades productivas incluyendo proyectos turísticos.

Las pocas acciones realizadas por el MITUR se han reducido al desarrollo de un plan de señalización indicando con ello, desde diversos puntos del país, como llegar a lugares turísticos, tales como el caso

de Los Naranjos; la alcaldía, por su parte, 'con fondos del gobierno ha construido miradores, ha pavimentado caminos y con la ayuda del FISDL ha introducido energía eléctrica a algunos caseríos que antes no contaban con ese servicio, pero no expresamente con el objetivo de desarrollar el turismo en la zona.

#### 4.3.4 Amenazas

Si el cantón Los Naranjos no desarrolla su potencial turístico eso puede convertirse en su propia amenaza. Como bien se sabe, el cantón forma parte de la Ruta de Las Flores, y las otras ciudades que forman parte de ésta se están volviendo más competitivas, al mejorar su oferta turística y atraer más visitantes. Juayúa es reconocido internamente por su festival gastronómico; Apaneca se caracteriza por su variedad de hostales; Nahuizalco se conoce por la fabricación de muebles de mimbre y así cada una de las ciudades ofrece algo exclusivo y busca cada vez mejorar su oferta.

En ese sentido, se justifica que el cantón Los Naranjos cuente con un plan de desarrollo turístico y no se estanque ofreciendo lo mismo y poco innovador como hasta hoy lo ha hecho, eso lo vuelve una amenaza para el desarrollo turístico de la zona.

También representa una amenaza el volcán Ilimatepec, debido a que en el año 2005 hizo una erupción que no solo perjudicó los sembrados de café, sino que también obligó a muchos pobladores a abandonar la zona y se volvió un peligro para el visitante. Aunque según el SNET no existe una posibilidad de erupción cercana, lo cierto es que es una amenaza natural, en vista de que los fenómenos naturales pueden acaso predecirse pero no evitarse.

Habiendo desarrollado el análisis FODA y la opinión de actores locales, empresarios y visitantes del lugar para el desarrollo del turismo, se han identificado una serie de acciones estratégicas y proyectos que se pueden comenzar a desarrollar en el corto plazo, con los cuales se busca mejorar la oferta turística y la competitividad.

## 4.4 Acciones Estratégicas

Junto a los proyectos que se han diseñado, es necesario realizar otras acciones estratégicas colaterales para potenciar el turismo en la zona tales como orientación de la oferta de mercado; creación de comité de turismo; publicidad y promoción; innovación, capacitación y asistencia técnica; asistencia financiera, protección del medio ambiente; presencia institucional y la participación de actores locales.

### 4.4.1 Orientación de Mercado

La estrategia que se recomienda para mejorar la competitividad de los negocios que operan es concentrarse en un segmento de productos y en un mercado geográfico determinado; basado en la premisa de que las empresas del lugar están en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura. Como resultado, las empresas se diferenciarán al atender mejor las necesidades de un mercado-meta específico, con lo cual reducirán costos y se volverán más eficientes. La competitividad dependerá además, de la capacidad de las empresas de la zona de ganar una mayor cuota de mercado frente a sus competidores localizados en la Ruta de las Flores.

### 4.4.2. Formación de Comité de Turismo

Convertir al cantón en un destino de preferencia turística es un trabajo conjunto que requiere del esfuerzo de muchos actores con visión de desarrollo local. Actores comprometidos con el desarrollo local del cantón Los Naranjos, deben ver al turismo como una actividad económica que beneficiará a las familias de la zona. Por ello, conforme los beneficios del turismo se vayan incrementando, en igual sentido se deben ir aumentando los esfuerzos y recursos. En ese sentido, es conveniente la formación de un comité de turismo para que con base a este plan propuesto y un plan de acción que se diseñe puedan promover el desarrollo de los proyectos aquí identificados y otros que surgan de la dinámica que experimente la organización comunitaria.

El comité debe estar formado principalmente por los dueños de negocios, líderes comunitarios y representantes del gobierno local, ya que son ellos quienes les debe interesar que la zona se desarrolle. En ese sentido, el comité estaría compuesto por dueños de restaurantes y viveros, por

dueños de los negocios que se abrirán (hostales, servicio de guías y bicicletas y el servicio de deporte canopy), líderes de la comunidad y representante del gobierno local (Juayúa), que es el municipio al cual pertenece el cantón Los Naranjos y, por lo tanto, es el ente municipal al que le compete trabajar por el desarrollo del cantón. Los líderes comunitarios son personas que por sus antecedentes de servicio y apoyo a la comunidad representen los intereses de los pobladores. Para la conformación del comité, el alcalde deberá convocar a un cabildo abierto a la población para conformar el comité.

La existencia de un comité de turismo es importante y básica para impulsar del turismo, dado que hasta el momento no existe una organización de apoyo al desarrollo local del cantón. Albuquerque sostiene que es importante la creación o fortalecimiento de los comités locales haciéndolos responsables y participes a cada uno de la lógica del desarrollo y la asunción de un protagonismo activo.

El objetivo principal del comité es convertirse en el referente principal para el desarrollo del cantón. Las personas que conformen el comité deberán establecer reuniones periódicas y dentro de sus principales competencias estarían:

- La identificación de proyectos encaminados a incrementar la oferta y cultura turística del cantón.
- La creación de instrumentos de control, evaluación y difusión de los resultado de las reuniones sostenidas y de las acciones emprendidas.
- Contribuir dentro de sus competencias a la ejecución y seguimiento de los proyectos que se ejecuten.
- Buscar, crear y sostener alianzas de cooperación con las distintas instancias públicas y privadas, nacionales y extranjeras dedicadas a la promoción del turismo. Esto incluye la gestión de financiamiento, publicidad y promoción para los distintos proyectos.
- Llevar un registro de control sobre los resultados de las acciones realizadas, e informar periódicamente a las instituciones con las cuales se tenga relación.
- Estimular la difusión a todos los actores locales, de las acciones a llevar cabo a fin de promover la igualdad de oportunidades de participación.
- Establecer estándares de participación a proveedores, con el propósito de identificar y priorizar aquellos que no sólo ofrezcan calidad si no que de alguna manera contribuyan al desarrollo de los

pobladores del cantón (empleo, participación en ferias y capacitaciones, mejoramiento del entorno físico del cantón, entre otros).

- Promover la colaboración mutua entre los propietarios de negocios que operen en la zona a fin de unificar esfuerzos para el desarrollo del cantón.
- Promover y gestionar capacitaciones y talleres para los habitantes de la zona, a fin de especializar al recurso humano.
- Reportar sobre resultados o cualquier otra información requerida por cualquier entidad gubernamental autorizada, cuando ésta así lo requiera.
- Rescatar las costumbres y tradiciones culturales de la zona. Esta iniciativa se realiza con el fin de incentivar y promover la participación e integración de los habitantes de los distintos municipios del país, quienes con sus actividades, obras o proyectos, contribuyan a embellecer sus localidades haciendo renacer su identidad hasta convertirlo en un destino turístico, limpio y ordenado, tópicos que permitirá atraer mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales, fomentando así las costumbres y valores autóctonos.

#### 4.4.3 Publicidad y Promoción

La publicidad es una acción estratégica importante a llevar a cabo para impulsar el turismo y es también importante la manera en que los medios de comunicación sean utilizados.

Los medios a utilizar serían la prensa escrita, la radio, la televisión y el Internet. Debido a que la publicidad en cualquiera de estos medios es relativamente costosa; se podrían dar a conocer los nuevos atractivos del cantón Los Naranjos aprovechando los espacios dedicados a la promoción del turismo en el país.

Así por ejemplo, en televisión existen varios programas destinados a la promoción del turismo en muchos destinos del país. Algunos de estos programas son: Hola El Salvador, Aventura Explorer, Dos en La Ciudad, El Salvador de Cerca, entre otros.

#### 4.4.4. Innovación, Capacitación y Asistencia Técnica

Las empresas de este lugar lograrán ventajas competitivas mediante la innovación constante y nuevas formas de hacer las cosas, esto implica que deberán invertir en destrezas y conocimientos de los que trabajan en esta actividad. La introducción de innovaciones, no son solo innovaciones estrictamente tecnológicas, ya sean de producto o de servicios, sino también innovaciones de gestión e innovaciones institucionales.

La competitividad de las empresas que operan en este lugar, será el resultado de la convergencia de las prácticas administrativas y las modalidades de la organización que adopten.

Los turistas son, por naturaleza, personas exigentes, y su elección acerca de los destinos turísticos está influenciada no solo por la diversión que el lugar ofrece sino también por la atención y riqueza cultural de las personas del lugar. Las personas empleadas por el sub sector turismo deben sentirse comprometidos con la satisfacción del turista, eso quiere decir que harán propia la misión de brindar un servicio de calidad al cliente. Asimismo, deben ser personas idóneas, con educación en este campo, con conocimiento de otros idiomas extranjeros, hostelería y turismo, normas de comunicación, entre otros.

Por ello, los actores involucrados deben dedicar esfuerzos a la capacitación del recurso humano, a través de institutos técnicos y universidades que imparten enseñanza relacionada al turismo y al desarrollo y administración empresarial. De igual forma, se deben crear programas de capacitación para adultos. Para aquellas personas que no cuentan con educación básica pero que todavía pueden involucrarse al área productiva, la producción artesanal es una buena opción que contribuiría a aumentar la oferta en la zona. Asimismo, las empresas necesitan de asistencia técnica en áreas de gestión, logística, rentabilidad y atención al cliente.

#### 4.4.5 Asistencia Financiera

El financiamiento oportuno es imprescindible en la realización de los proyectos; en las encuestas realizadas a los propietarios de negocios, expresaron la necesidad de contar con una institución que les provea de recursos para ampliar los negocios y la necesidad de que se instalen cajeros

automáticos en la zona. En ese sentido la creación de una cooperativa de ahorro y crédito es importante.

El comité, tendría la responsabilidad de gestionar y obtener los recursos financieros para la ejecución de los proyectos de otras fuentes, los cuales podrían ser administrados por la alcaldía o por el mismo comité. El MITUR tiene identificado líneas de financiamiento que se podrían aprovechar si se cuenta con la organización comunitaria.

#### 4.4.6. Protección del Medio Ambiente

El desarrollo sustentable de la zona requiere la promoción de valores que estimulen patrones de consumo dentro de los límites de lo ecológicamente posible, lo que se pretende es un crecimiento del turismo con eficiencia económica, que no deteriore ni utilice de manera irracional los recursos naturales de este lugar.

Debido al deterioro ambiental que experimenta el país y en menor grado la zona de los Naranjos es necesario que las acciones que se realicen estén en armonía con la protección del medio ambiente y de fomentar una cultura ecológica, reciclando la basura y disfrutar la naturaleza con responsabilidad.

Dado que la fortaleza económica del cantón reside en la abundancia y belleza de los recursos naturales es necesario que la explotación de los recursos sea sostenible, en el sentido que haya la posibilidad que estos proyectos perduren en el tiempo en armonía con los recursos naturales tanto en el corto plazo como en el mediano y largo plazo.

Para lograr esa sostenibilidad en el tiempo es necesario que cada proyecto a realizar cuente con cláusulas destinadas a la protección de áreas verdes, arboledas, nacimientos de agua y atractivos naturales.

#### 4.4.7. Competencias y Acciones Institucionales

Las acciones institucionales deben estar dirigidas para lograr el desarrollo económico local mediante procesos participativos que fomenten la colaboración entre los principales actores para aprovechar los

recursos y ventajas competitivas locales, con el objetivo final de generar empleo y estimular la actividad económica turística.

Además de haber proyectos e iniciativas emprendedoras, liderazgo local con credibilidad y poder de decisión por parte de los actores locales ya sea públicos y privados o el resultado de una alianza entre ambos. Resulta importante en este ámbito el fortalecimiento de las administraciones locales como las municipalidades o el comité local, haciéndolos responsables y partícipes a cada uno de la lógica del desarrollo y la asunción de un protagonismo activo.

La Alcaldía Municipal, tiene un papel muy importante en el desarrollo de la estrategia para impulsar el turismo en el lugar. Como ente gubernamental tiene su responsabilidad en el desarrollo local y dado que el gobierno le está apostando fuertemente al turismo, el cantón Los Naranjos ofrece una buena oportunidad para destinar recursos y potenciar el turismo.

El MITUR juega también un papel importante en apoyo al desarrollo de proyectos, es el ente gubernamental coordinador e impulsador del turismo a nivel nacional; esta institución ha abierto oportunidades en los distintos medios de comunicación para impulsar el turismo en el país y a través de él se pueden conseguir espacios para promocionar al cantón de forma gratuita y reducir costos.

Deben establecerse relaciones de cooperación con las instituciones de gobierno, a fin de lograr responsabilidad por parte de ellos en cuanto al desarrollo de proyectos, financiamiento, publicidad y promoción. También se debe informar e impulsar a las empresas locales a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, administrado por CORSATUR, a fin de obtener los beneficios fiscales que otorga la ley de Turismo.

Es necesario identificar y trabajar conjuntamente con instituciones financieras y operadores de turismo. Los operadores de turismo juegan un papel importante en la divulgación y promoción de la oferta turística; así por ejemplo, se encargan de ofrecer paquetes económicos a los turistas, que incluye transporte, paseos, alojamiento y cover en los diferentes establecimientos. Las alianzas con operadores de turismo resultan también importantes con el propósito de vender al cantón Los Naranjos como un destino turístico.

Las instituciones encargadas de promover la educación y la cultura juegan también un papel importante como las escuelas e iglesias. La promoción del turismo requiere de la participación eficiente de todas las personas involucradas; motivar a las personas a dar un buen recibimiento a los visitantes, esto implica: calles limpias, erradicación del ladronismo y delincuencia, normas de etiqueta, niveles de educación, tecnicismo en temas relacionados a hostelería y turismo, aprendizaje de idiomas extranjeros, incentivación al enriquecimiento de la oferta turística, entre otras. Lograr que las personas se sientan parte del turismo únicamente es posible cuando se obtienen los beneficios.

El esfuerzo conjunto de los empresarios es también importante. Tienen a su responsabilidad el mejoramiento de su oferta, así como también la contratación de personal que pertenezca al cantón y otros lugares aledaños, el destinar recursos a la capacitación de personas con el objetivo de contribuir a su desarrollo local ya que, como plantea Alburquerque, el desarrollo local se caracteriza por tener una mayor preocupación por la satisfacción de necesidades básicas, mejora del empleo, ingreso y la calidad de vida, así como el mantenimiento de la base de los recursos naturales y del medioambiente local.<sup>44</sup>

Es necesario establecer relaciones de apoyo y cooperación entre los propietarios de negocios para fortalecer su posición frente a los proveedores y a los clientes y que además ayude a desarrollar las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo en el lugar.

Si cada empresario adopta como suya la responsabilidad de impulsar el turismo en el cantón mediante la utilización de sus recursos, les será más fácil lograr sus objetivos si se fomenta la cooperación entre sí.

## **4.5 Proyectos**

Uno de los principales atractivos del cantón Los Naranjos, es su clima y vegetación, así como la oferta de alimentos en los restaurantes y de plantas en los viveros. Por ello las modalidades de turismo a potenciar en el cantón son el turismo ecológico, cultural, recreativo y gastronómico. El turismo

---

<sup>44</sup> Alburquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "El Enfoque del Desarrollo Económico Local" Pág. 11

ecológico, se refiere a la actividad de visitar áreas relativamente poco perturbadas por el hombre con el propósito de disfrutar del ambiente puro de la naturaleza. Y el turismo recreativo, que consiste en los viajes que realiza la gente con fines de descanso, de recreación y esparcimiento, etc., sin otros fines que despejarse del estrés cotidiano, descansar, conocer otros sitios.

Para el fortalecimiento del subsector turismo en el cantón Los Naranjos, en la modalidad de turismo ecológico se han identificado varios proyectos. En ese sentido, el cantón Los Naranjos posee un gran potencial natural dada la riqueza de su vegetación, clima y el atractivo del cerro El Águila; por ello, para potenciar esta modalidad se plantean cinco proyectos: Construcción de hostales; servicios de guías y alquiler de bicicletas de montaña; recorrido turístico mediante cables de tensión, ampliación de los viveros y festivales gastronómicos, los cuales a su vez atraerán visitantes que realicen turismo recreativo.

Las teorías de Porter referentes a las ventajas competitivas, quedaron desfasadas luego de haberse descubierto que la competitividad depende de la innovación; no obstante, en un mercado local de reciente inclusión a la industria turística, donde los proyectos de fortalecimiento de la oferta turística comienzan a llegar, la teoría de las ventajas competitivas formula elementos para ser considerados, así como también, elementos del rombo de la ventaja nacional son aplicables para los fines de este plan.

El desarrollo de los siguientes proyectos está basado en dos estrategias genéricas, la diferenciación y el enfoque. La estrategia consiste en centrarse en un mercado geográfico, las empresas se diferencian al atender mejor a las necesidades de un mercado meta específico, reduciendo costos sirviendo a este mercado.

#### **4.5.1. Proyecto: Construcción de Hostales**

Como se mencionó anteriormente, en el cantón Los Naranjos solo existe un hostel y es el que se encuentra en las instalaciones del restaurante El Paso de Alaska.

Con el objetivo de aprovechar el clima fresco de la zona, los hostales resultan un verdadero atractivo turístico. Hoy en día, son muchas las personas que gustan de tomar vacaciones y eligen hostales de bajo costo ubicados en lugares de clima fresco.

La construcción de más hostales en el cantón Los Naranjos, brindarían las siguientes ventajas:

- i) Proporcionar al turista un lugar de descanso con clima fresco y bajo costo.
- ii) Brindar al turista un lugar de descanso, en ambiente libre de la actividad y ruido de la ciudad.
- iii) La oportunidad de hospedarse en un lugar que posee otros atractivos turísticos.
- iv) Descansar en un lugar sin delincuencia.
- v) Conocer los lugares y tradiciones.

Los hostales deben contar con vistas panorámicas agradables, por lo que su construcción debería hacerse en lugares más altos del lugar; también, deben tener espacios para caminar y para recreación, como juegos para niños, jóvenes y adultos, mesas de campo y arboledas. Resulta de vital importancia también, que en los hostales se le brinde al cliente el servicio de conexión a Internet; ya que muchas personas buscan este medio de comunicación, información y entretenimiento.

Para la ubicación de los hostales, lo ideal son las fincas de café, dada la reservación y tranquilidad de los espacios como también el tamaño de las mismas. En tal sentido se propone la construcción de tres hostales en tres fincas las cuales tienen el tamaño suficiente y además están retiradas entre si: Finca Los Guevara, Finca San José, Finca Jacarandas.

#### **4.5.2. Proyecto: Servicios de Guías y Alquiler de Bicicletas de Montaña.**

Crear una empresa en la que se brinde el servicio de guías y de alquiler de bicicletas de montaña, con el propósito de brindar al visitante un medio para recorrer el cerro El Águila. Con el alquiler de una bicicleta se ofrecería al visitante:

- i) Comodidad para realizar el recorrido al cerro.
- ii) Facilidad de transportarse, puesto que con la bicicleta de montaña, no habría necesidad de contar con un vehículo adecuado para escalar el cerro, que muchas familias no cuentan.

- iii) Reducción de la contaminación al sustituir vehículo por bicicleta
- iv) Oportunidad de realizar ejercicio, en un agradable clima.
- v) Oportunidad de disfrutar en compañía de familiares o amigos, el recorrido al cerro.
- vi) En general, una nueva alternativa de distracción en este lugar.

Esta es una iniciativa que no requiere mayor inversión, y atraería mayor cantidad de visitantes al lugar, dado que muchas personas que gustan de hacer ejercicio, se sentirían interesadas en alquilar una bicicleta y subir al cerro.

La empresa de alquiler de bicicletas, complementará el servicio con la proporción de guías turísticas; es decir, contará con personal conocedor de la zona, el cual guiará al turista por los lugares más seguros. Asimismo, la empresa proporcionará los implementos básicos, tales como cascos y cantimploras.

#### **4.5.3. Proyecto: Instalación de Torres y Cables de Tensión para la Práctica del Deporte Canopy.**

Este pequeño proyecto constituiría un verdadero atractivo turístico, en vista de que son pocos los lugares del país donde se encuentran operando. De acuerdo a los programas televisivos de promoción turística, en los lugares donde este proyecto se está ejecutando se ha producido una afluencia importante de personas a estos lugares.

Este es un proyecto en el cual, luego de evaluar la zona y de haber identificado el terreno con menos riesgo, se pueden construir dos torres con una tarina en su cúspide, las cuales constituyen dos terminales. Entre estas dos torres se coloca un cable de tensión el cual debe ser lo suficientemente resistente como para soportar un peso mínimo de 180 kg.

La distancia entre las dos torres no debe ser menor a 300 metros y mayor a 500 metros, esta distancia es recomendable considerando la resistencia de las personas; la altura del cable dependerá de la altura de la vegetación que rodea el área, en todo caso debe instalarse en una zona segura y que además ofrezca una excelente vista panorámica.

El terreno por donde pase el cable de recorrido aéreo, debe estar totalmente limpio de árboles, ramas y de piedras gigantes, con el objetivo de evitar accidentes al momento que la persona se desplaza por el cable.

A las personas que deciden hacer este recorrido se les provee de arnés, mosquetones, casco de seguridad, guantes de fricción y sobre todo deben liberarse de carga innecesaria. Este recorrido debe realizarse previa instrucción y revisión de un técnico, el cual da la orden de salida desde la torre o terminal; mientras en la otra torre de llegada, está otro técnico esperando, para sujetarle y ayudarlo a desatarse del cable.

Este atractivo turístico ofrece al visitante.

- i) Experimentar emociones, que no se experimentan en otra actividad de entretenimiento.
- ii) Disfrutar de la naturaleza y del aire puro.
- iii) Conocer nuevas maneras de diversión, lejos de la rutina citadina.
- iv) Disfrutar en compañía de familiares y amigos, nuevas formas de diversión.

Este proyecto se realizaría en las alturas del cerro El Águila, lugar que presenta las condiciones ideales, para lo cual se requiere el trabajo de ingenieros para su diseño y ubicación.

La implementación de este proyecto corresponde a la modalidad ecológica de turismo, genera efectos positivos para toda la oferta turística de la zona; es decir, al incrementarse la presencia de turistas interesados en conocer y experimentar los nuevos atractivos, significará incremento en la demanda de otros servicios tales como: restaurantes, viveros y hostales.

#### **4.5.4. Proyecto: Ampliación de Viveros y Oferta de Otros Servicios**

El funcionamiento de viveros de muy pequeña escala es lo que funciona en los negocios del cantón Los Naranjos. En total funcionan 12 viveros pequeños.

La idea es ampliar la escala de funcionamiento del negocio de los viveros mediante la asociatividad de los pequeños productores, con el objetivo de reducir costos, aumentar las ventas y aumentar los

beneficios. Con este proyecto se espera que funcionen únicamente tres viveros, lo que permitiría producir en áreas más grandes, ampliar la variedad de plantas y productos ofrecidos y con ello reducir costos y mejorar la competitividad.

Además de ello, deberán ofrecerse servicios adicionales que funcionen como atractivo a los visitantes. En concreto, se piensa que una cafetería con productos étnicos de calidad dentro del vivero y otros servicios puede prolongar la estancia del visitante y atraer su atención desde diversos ángulos.

Para ello, los productores necesitarían adquirir terrenos lo suficientemente grande como para repartirlo en cuatro áreas: un área estaría destinada al cultivo de las plantas para la venta, en otra se construiría la cafetería en la que se ofrecerían bocadillos y bebidas típicas y ligeras; una tercera área estaría destinada a la construcción de senderos con bancas (asientos) y exhibición de plantas, ideal para pasar un rato en compañía de familiares y amigos y una última área destinada a oficinas administrativas y bodega.

En este caso, el esfuerzo iría mucho más allá, dado que implica lograr que los productores se convenzan del beneficio de la asociatividad, para ello debe realizarse los estudios de factibilidad y el apoyo de instituciones del Estado que trabajan en este campo (cooperativismo).

Para la implementación de estos viveros con la inclusión de otros servicios se requiere de un terreno más grande del que actualmente disponen, por ello las fincas resultarían ideales. También, al lado del comedor Don José, a orillas de carretera, justo al norte de la Casa de la Salud, existe otro terreno, donde según el propietario de el "Vivero" estaría interesado en trasladar su negocio si tuviese el financiamiento para comprarlo.

#### **4.5.5. Proyecto: Desarrollo de Festivales Gastronómicos**

Es posible impulsar el turismo con la ejecución del proyecto festivales gastronómicos. Esta modalidad de turismo es parte del turismo recreativo y cultural si se considera a las especialidades gastronómicas como parte del legado ancestral y tradicional de la región. En ese sentido, se puede implementar la realización de festivales gastronómicas en fechas especiales (día de la madre, día del padre,

vacaciones de semana santa, vacaciones de agosto, vacaciones de fin de año, fiestas patronales, etc.), acompañado de actividades artísticas para diferenciarlo de otros lugares.

Como se mencionó anteriormente, el cantón Los Naranjos cuenta con cinco restaurantes con clase en los que se ofrecen diversos platillos. La realización de una feria gastronómica beneficiaría a los negocios del lugar, puesto que los empresarios de restaurantes participarían con sus especialidades y se esforzarían por mejorar la calidad de sus comidas. Para la realización de este proyecto se podría ampliar la oferta y permitir que participen restaurantes de otros lugares. Por el lado de la demanda, esta modalidad incrementaría las visitas y muchas personas llegarían al lugar para conocer las variedades culinarias que se ofrecen en el cantón, aparte de conocer los atractivos del lugar. El desarrollo de platillos exclusivos de la zona, también es necesario, algo que le de identidad al cantón.

Para la realización de la feria, se cuenta con el espacio ocupado anteriormente por el Restaurante Don Bony, del cual ya no existe nada, al lado de este funcionaba una gasolinera, pero que ahora también ese espacio se encuentra desocupado, uniendo las dos áreas, se consigue un espacio suficiente para montar una feria gastronómica de pequeña escala.

#### **4.6 Metas**

- i) Incrementar en un 50% la demanda de visitantes en el cantón Los Naranjos, luego de 5 años de haber iniciado la ejecución de los proyectos propuestos y acciones estratégicas. Pasado el primer año de haber comenzado con las acciones, el cantón Los Naranjos deberá experimentar un incremento en la visita de personas por lo menos en un 10%.
- ii) Lograr un promedio de 30 personas los fines de semana, haciendo uso del deporte Canopy, luego del tercer año de inaugurado el proyecto y acciones estratégicas propuestas.
- iii) Lograr un promedio de 30 personas los fines de semana, en el alquiler de bicicletas de montaña y guías turísticos; luego del tercer año de estar en funcionamiento la empresa de servicios.
- iv) Obtener un promedio inicial de 300 visitantes a las ferias gastronómicas e incrementar la presencia de más visitantes en la medida que se conozca y se ofrezca el servicio de calidad.

v) Incrementar en un 50% las visitas a los viveros, luego de 5 años de terminado el proyecto de ampliación y diversificación de la oferta de los mismos y acciones estratégicas propuestas.

vi.) Incrementar al 100% la demanda de estadía en los hostales, luego de 5 años de terminado el proyecto de ampliación y construcción de hostales y acciones estratégicas propuestas.

## **4.7 Inversión**

Para la construcción de tres nuevos hostales, se hace necesaria una inversión de \$29,282, que incluye la construcción de seis habitaciones repartidas en tres hostales de dos habitaciones cada una y el equipamiento respectivo. El desglose de la inversión se muestra en el cuadro 4.1.1

En el proyecto de bicicletas y servicio de guías, se necesitaría una inversión de \$5,711, que incluye la construcción de una pequeña oficina administrativa con una bodega donde se resguardaran las bicicletas, la compra de 10 bicicletas montañesas y el equipo respectivo.

Las empresas dedicadas a la venta de bicicletas de montaña, arman paquetes que incluyen la bicicleta, el casco y una cantimplora, a un solo precio. El desglose de la inversión se detalla en el cuadro 4.1.2.

Para la implementación del deporte Canopy, la inversión asciende a \$4,000 aproximadamente. Esto solamente incluye la construcción de las torres, la colocación de cables y la compra del equipo necesario. Para reducir costes, la misma oficina administrativa del alquiler de bicicletas, podría utilizarse para administrar la modalidad del deporte. El desglose de la inversión se muestra en el cuadro 4.1.3.

En el proyecto de ampliación de servicios de los viveros se estima una inversión de \$11,516, por vivero, lo que significa una inversión total de \$34,548. Esto incluye construcción y habilitación de una cafetería y la construcción de los senderos. El cuadro 4.1.4 muestra el desglose de la inversión.

Sumado la inversión de cada proyecto resulta una inversión total de \$63,541, aproximadamente, a lo que habría que sumar los costos de \$10,000 de publicidad aproximadamente.

Bajo el supuesto de que para la publicidad se ocupen los espacios patrocinados por el Gobierno y exclusivos para la promoción del turismo, el cantón Los Naranjos daría a conocer su nueva oferta turística tanto a nivel nacional como internacional ya que algunos de los programas televisivos de este tipo también salen al aire en canales estadounidenses.

Asimismo, en radio El Salvador, el MITUR tiene abiertos espacios gratuitos para la promoción del turismo. La estrategia, consiste en ocupar esos espacios y reducir costos de publicidad, de manera que la inversión no sobrepase los \$10,000.00 dado que el costo de anunciarse en cualquier medio es bastante elevado. Así por ejemplo, un comercial de radio de 20 segundos cuesta \$12.00 mas IVA en las radios de mayor audiencia, por cada vez que se transmite. En la publicidad de una página Web, el diseño costaría unos \$ 150 dólares, el mantenimiento del dominio y hosting costaría unos \$175 anuales; sin embargo, si se consigue adherido al MITUR, no se tendría costo alguno. En resumen, se considera para fines del presente trabajo únicamente el costo del diseño (\$150). Un comercial de televisión de un minuto, cuesta \$250.00 más IVA por cada vez que se transmite en programas de gran audiencia.

Para la publicidad en periódicos, es también necesario buscar el financiamiento directamente a través del Gobierno, porque el costo es bastante elevado. Por ejemplo, el costo de un anuncio en la contraportada de cualquier periódico es de \$2,776, y en la sección economía, que es donde algunas empresas (Resort El Decamerón, por ejemplo) se anuncian en día de semana, cuesta \$1,200.

A continuación se muestran, cuadros conteniendo información condensada sobre la inversión a realizar para los distintos proyectos propuestos.

El cuadro 4.1, muestra la información sobre inversión de los cuatro proyectos más la inversión en publicidad; en los siguientes cuadros, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3 y 4.1.4, se muestra la inversión en detalle para la construcción e implementación de cada uno de los proyectos.

En los anexos 4.1 y 4.2 se muestra el cálculo por material utilizado, en una habitación de 4x5 mt. y el cálculo, para la cafetería, con su cocina y corredor para las mesas. Estos valores se tomaron de referencia para la estimación de la inversión de los proyectos.

#### **4.8. Fuentes de Recursos**

El financiamiento puede ser obtenido mediante gestiones que realice el comité de turismo o por iniciativa de los empresarios, asimismo mediante gestiones del comité ante el MITUR se puede conseguir las líneas de financiamiento identificadas por esta institución y reducir costos de publicidad mediante el patrocinio de comerciales de radio, televisión, periódicos y la página Web que estaría adherida al sitio del MITUR.

**CUADRO 4.1**  
**RESUMEN DE INVERSIÓN DE PROYECTOS Y PUBLICIDAD**

PROYECTO	INVERSION EN US \$
Construcción de tres Hostales	29,282
Servicios de Guías y Alquiler de Bicicletas de Montaña.	5,711
Instalación de Torres y Cables de Tensión.	4,000
Proyecto de Ampliación de Viveros hacia otros servicios mediante cooperativas	34,548
Publicidad y Promoción	10,000
<b>TOTAL</b>	<b>63,541</b>

**CUADRO 4.1.1**

<b>PRESUPUESTO DE INVERSION PARA TRES HOSTALES DE DOS DORMITORIOS CADA UNO</b>						
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	MATERIALES	COSTO PARCIAL	COSTO PARTIDA
						<b>\$19,282.02</b>
<b>1.00</b>	<b>FUNDACIONES</b>					<b>\$1,538.39</b>
1.1	SOLERA DE FUNDACION O TENSOR	135.9	ML	\$11.32	\$1,538.39	
<b>2.00</b>	<b>PAREDES</b>					<b>\$4,487.95</b>
2.1	PARED DE BLOQUE DE 15x20x40	328.44	M2	\$10.69	\$3,511.02	
2.2	SOLERA INTERMEDIA O CORONAMIENTO	234.84	ML	\$4.16	\$976.93	
<b>3.00</b>	<b>ESTRUCTURA DE TECHO</b>					<b>\$4,464.88</b>
3.1	VIGA MACOMBER	22.2	ML	\$130.31	\$2,892.88	
3.2	POLIN "C"	48	C/U	\$32.75	\$1,572.00	
<b>4.00</b>	<b>CUBIERTA DE TECHO</b>					<b>\$1,093.90</b>
4.1	LAMINAS 10'	60	C/U	\$9.30	\$558.00	
4.2	BAJADA DE AGUAS LLUVIAS	64.8	ML	\$8.27	\$535.90	
<b>5.00</b>	<b>ACABADOS</b>					<b>\$3,741.57</b>
5.1	REPELLO DE PAREDES	277.68	M2	\$7.77	\$2,157.57	
5.2	PUERTAS	12	C/U	\$60.00	\$1,320.00	
5.3	VENTANAS	12	C/U	\$22.00	\$264.00	
<b>6.00</b>	<b>PISOS</b>					<b>\$2,104.32</b>
6.1	PISO DE LADRILLO DE CEMENTO	421.7076	M2	\$4.99	\$2,104.32	
<b>7.00</b>	<b>BAÑOS Y SISTEMA</b>					<b>\$720.00</b>
7.1	INODORO	3	C/U	\$80.00	\$240.00	
7.2	LAVAMANOS	3	C/U	\$60.00	\$180.00	
7.3	DUCHA	3	C/U	\$100.00	\$300.00	
<b>8.00</b>	<b>SISTEMA ELÉCTRICO</b>					<b>\$207.00</b>
8.1	CABLEADO	30	ML	\$6.00	\$180.00	
8.2	TOMAS CORRIENTE Y SWITCH	6	C/U	\$1.50	\$9.00	
8.3	FOCO	6	C/U	\$3.00	\$18.00	
<b>9.00</b>	<b>MUEBLES</b>					<b>\$924.00</b>
9.1	CAMAS	6	C/U	\$90.00	\$540.00	
9.2	MESA DE NOCHE	6	C/U	\$12.00	\$72.00	
9.3	GUARDARROPA	6	C/U	\$45.00	\$270.00	
9.4	LAMPARA DE MESA	6	C/U	\$7.00	\$42.00	
<b>COSTO DE MATERIALES</b>		DIECINUEVE MIL DOSCIENTOS OCHENTA Y DOS CON 02/1 00 DÓLARES				<b>\$19,282.02</b>
<b>COSTO DE MANO DE OBRA</b>		DIEZ MIL CON 00/100 DOLARES				<b>\$10,000.00</b>
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>VEINTINUEVE MIL DOSCIENTOS OCHENTA Y DOS CON 02/1000 DÓLARES</b>				<b>\$29,282.02</b>

CUADRO 4.1.2

PRESUPUESTO DE INVERSION PARA ALQUILER DE BICICLETAS DE MONTAÑA						
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	MATERIALES	COSTO PARCIAL	COSTO PARTIDA
						<b>\$4,111.17</b>
<b>1.00</b>	<b>FUNDACIONES</b>					\$256.40
1.1	SOLERA DE FUNDACION O TENSOR	22.65	ML	\$11.32	\$256.40	
<b>2.00</b>	<b>PAREDES</b>					\$747.99
2.1	PARED DE BLOQUE DE 15x20x40	54.74	M2	\$10.69	\$585.17	
2.2	SOLERA INTERMEDIA O CORONAMIENTO	39.14	ML	\$4.16	\$162.82	
<b>3.00</b>	<b>ESTRUCTURA DE TECHO</b>					\$744.15
3.1	VIGA MACOMBER	3.7	ML	\$130.31	\$482.15	
3.2	POLIN "C"	8	C/U	\$32.75	\$262.00	
<b>4.00</b>	<b>CUBIERTA DE TECHO</b>					\$182.32
4.1	LAMINAS 10'	10	C/U	\$9.30	\$93.00	
4.2	BAJADA DE AGUAS LLUVIAS	10.8	ML	\$8.27	\$89.32	
<b>5.00</b>	<b>ACABADOS</b>					\$523.60
5.1	REPELLO DE PAREDES	46.28	M2	\$7.77	\$359.60	
5.2	PUERTAS	2	C/U	\$60.00	\$120.00	
5.3	VENTANAS	2	C/U	\$22.00	\$44.00	
<b>6.00</b>	<b>PISOS</b>					\$350.72
6.1	PISO DE LADRILLO DE CEMENTO	70.2846	M2	\$4.99	\$350.72	
<b>7.00</b>	<b>BAÑOS Y SISTEMA</b>					\$140.00
7.1	INODORO	1	C/U	\$80.00	\$80.00	
7.2	LAVAMANOS	1	C/U	\$60.00	\$60.00	
<b>8.00</b>	<b>SISTEMA ELÉCTRICO</b>					\$39.00
8.1	CABLEADO	5	ML	\$6.00	\$30.00	
8.2	TOMAS CORRIENTE Y SWITCH	2	C/U	\$1.50	\$3.00	
8.3	FOCO	2	C/U	\$3.00	\$6.00	
<b>9.00</b>	<b>BICICLETAS Y EQUIPAMIENTO</b>					\$650.00
9.1	BICICLETAS Y EQUIPO	10	C/U	\$65.00	\$650.00	
<b>10.00</b>	<b>EQUIPO DE OFICINA</b>					\$477.00
10.1	ESCRITORIO	1	C/U	\$45.00	\$45.00	
10.2	ARCHIVADOR	1	C/U	\$85.00	\$85.00	
10.3	TELÉFONO	1	C/U	\$12.00	\$12.00	
10.4	SILLAS	5	C/U	\$7.00	\$35.00	
10.5	EQUIPO DE COMPUTO	1	C/U	\$300.00	\$300.00	
COSTO DE MATERIALES		CUATRO MIL CIENTO ONCE CON 17/100 DÓLARES				\$4,111.17
COSTO DE MANO DE OBRA		UN MIL SEISCIENTOS CON 00/100 DÓLARES				\$1,600.00
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>CINCO MIL SETECIENTOS ONCE CON 17/100 DÓLARES</b>				<b>\$5,711.17</b>

**CUADRO 4.1.3**

PRESUPUESTO DE INVERSION PARA IMPLEMENTAR EL DEPORTE CANOPY							
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	MATERIALES	COSTO PARCIAL	COSTO PARTIDA	
<b>CONSTRUCCION DE TORRES Y CABLEADO</b>						<b>\$2,396.89</b>	
<b>1.00</b>	<b>FUNDACIONES</b>					\$51.28	
1.1	SOLERA DE FUNDACION 1X1	4.53	ML	\$11.32	\$51.28		
<b>2.00</b>	<b>COLUMNA Y ESCALERA</b>					\$490.47	
2.1	COLUMNAS DE HIERRO	3.7	ML	\$130.31	\$482.15		
2.2	ESCALERA DE METAL	2	C/U	\$4.16	\$8.32		
<b>3.00</b>	<b>PLATAFORMA</b>					\$80.00	
3.1	PLATAFORMA O PISO DE MADERA 1.5X1.5 mt	2	C/U	\$40.00	\$80.00		
<b>4.00</b>	<b>CABLEADO</b>					\$912.76	
4.1	CUERDA TIROLESA	1	C/U	\$412.76	\$412.76		
4.2	POLEAS	2	C/U	\$170.00	\$340.00		
4.3	ANCLAS	2	C/U	\$80.00	\$160.00		
<b>5.00</b>	<b>EQUIPO DEL TURISTA</b>					\$862.38	
5.1	MOSQUETONES	3	C/U	\$74.46	\$223.38		
5.2	CASCOS	3	C/U	\$32.00	\$96.00		
5.3	GUANTES DE CUERO	3	PARES	\$6.00	\$18.00		
5.4	ARNES DE ESCALAR	3	C/U	\$175.00	\$525.00		
	<b>COSTO DE MATERIALES</b>	<b>DOS MIL TRESCIENTOS NOVENTA Y SEIS CON 89/100 DÓLARES</b>					<b>\$2,396.89</b>
	<b>COSTO DE MANO DE OBRA Y LIMPIEZA DE TERRENO</b>	<b>UN MIL SEISCIENTOS CON 00/100 DÓLARES</b>					<b>\$1,600.00</b>
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>TRES MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS CON 89/100 DÓLARES</b>					<b>\$3,996.89</b>

**CUADRO 4.1.4**

PRESUPUESTO DE INVERSION PARA PUBLICIDAD							
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	COSTO PARCIAL	COSTO PARTIDA	
						<b>\$10,004.00</b>	
<b>1.00</b>	<b>COMERCIAL DE RADIO</b>					\$504.00	
1.1	COMERCIAL DE RADIO DE 20 SEG.	17	C/U	\$12.00	\$204.00		
1.2	ELABORACIÓN DEL SPOT	1	C/U	\$300.00	\$300.00		
<b>2.00</b>	<b>COMERCIAL DE TELEVISION</b>					\$4,550.00	
2.1	COMERCIAL DE TELEVISION DE 1 MIN.	17	C/U	\$250.00	\$4,250.00		
2.2	ELABORACIÓN DEL COMERCIAL	1	C/U	\$300.00	\$300.00		
<b>3.00</b>	<b>PUBLICIDAD EN PRENSA ESCRITA</b>					\$4,800.00	
3.1	PUBLICIDAD EN LA SECCION ECONOMÍA	4	C/U	\$1,200.00	\$4,800.00		
<b>4.00</b>	<b>PUBLICIDAD EN INTERNET</b>					\$150.00	
4.1	MANTEN. DE UNA PÁGINA DE PUBLICIDAD	1	C/U	\$0.00*	\$0.00		
4.2	CREACION DE LA PÁGINA	1	C/U	\$150.00	\$150.00		
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>DIEZ MIL CUATRO CON 00/100 DÓLARES</b>					<b>\$10,004.00</b>
<p>*SE ESTA SUPONIENDO QUE LA PAGINA ESTA ADHERIDA A LA PÁGINA DEL MITUR, POR LO TANTO NO SE ESTIMA COSTO ALGUNO. PARA LA ESTIMACION DE LOS COSTOS DE LA TABLA, SE SUPONE EL PATROCINIO DIRECTO DEL GOBIERNO, POR LO QUE TAN SOLO SE HAN REPARTIDO \$10,000 ENTRE TODOS LOS RUBROS. SUPONIENDO QUE SU TRASMISION Y PUBLICIDAD NO SEGUIRA UN COMPARTIDO LINEAL, SINO MAS DE ACUERDO A LA EXISTENCIA DE FINANCIAMIENTO.</p>							

**CUADRO 4.1.5**

<b>PRESUPUESTO DE INVERSION PARA AMPLIACION DE VIVEROS</b>						
ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	MATERIALES	COSTO PARCIAL	COSTO PARTIDA
<b>CONSTRUCCION DE CAFETERIA</b>						<b>\$7,915.70</b>
<b>1.00</b>	<b>FUNDACIONES</b>					\$528.65
1.1	ZAPATA Z-1 (0.50x0.50m)	5	C/U	\$8.56	\$42.80	
1.2	SOLERA DE FUNDACION O TENSOR	42.92	ML	\$11.32	\$485.85	
<b>2.00</b>	<b>CONCRETO ESTRUCTURAL</b>					\$96.40
2.1	COLUMNNA C-1(0.14x0.14m)	5	C/U	\$19.28	\$96.40	
<b>3.00</b>	<b>PAREDES</b>					\$549.14
3.1	PARED DE BLOQUE DE 15x20x40	39.5	M2	\$10.69	\$422.26	
3.2	SOLERA INTERMEDIA O CORONAMIENTO	30.5	ML	\$4.16	\$126.88	
<b>4.00</b>	<b>ESTRUCTURA DE TECHO</b>					\$3,134.80
4.1	VIGA MACOMBER	19.03	ML	\$130.31	\$2,479.80	
4.2	POLIN "C"	20	C/U	\$32.75	\$655.00	
<b>5.00</b>	<b>CUBIERTA DE TECHO</b>					\$668.32
5.1	LAMINAS DE 6', 7' Y 9'	38	C/U	\$15.15	\$575.70	
5.2	BAJADA DE AGUAS LLUVIAS	11.2	ML	\$8.27	\$92.62	
<b>6.00</b>	<b>ACABADOS</b>					\$408.67
6.1	REPELLO DE PAREDES	46.28	M2	\$7.75	\$358.67	
6.2	LAVATRASTOS	1	C/U	\$50.00	\$50.00	
<b>7.00</b>	<b>PISOS</b>					\$350.72
7.1	PISO DE LADRILLO DE CEMENTO	70.2846	M2	\$4.99	\$350.72	
<b>8.00</b>	<b>EQUIPAMIENTO</b>					\$2,000.00
8.1	COCINA	1	C/U	\$40.00	\$40.00	
8.2	REFRIGERADORA	1	C/U	\$1,200.00	\$1,200.00	
8.3	GUARDATRASTOS	1	C/U	\$60.00	\$60.00	
8.4	VAJILLAS DE COCINA Y MESA	4	C/U	\$60.00	\$240.00	
8.5	LICUADORA	1	C/U	\$60.00	\$60.00	
8.6	MESAS DE MADERA CON CUATRO SILLAS CADA UNA	5	C/U	\$80.00	\$400.00	
<b>9.00</b>	<b>SISTEMA ELÉCTRICO</b>					\$39.00
9.1	CABLEADO	5	ML	\$6.00	\$30.00	
9.2	TOMAS CORREINTE Y SWITCH	2	C/U	\$1.50	\$3.00	
9.3	FOCOS	2	C/U	\$3.00	\$6.00	
<b>10.00</b>	<b>BAÑOS Y SISTEMA</b>					\$140.00
10.1	LAVAMANOS	1	C/U	\$60.00	\$60.00	
10.2	INODORO	1	C/U	\$80.00	\$80.00	
<b>COSTO DE CAFETERIA</b>						<b>\$7,915.70</b>
<b>CONSTRUCCION DE SENDEROS</b>						
<b>11.00</b>	<b>SENDEROS</b>					\$1,100.47
11.1	FUNDACIONES Y ENCEMENTADO	85.84	ML	\$11.32	\$971.71	
11.2	CERCA DE MADERA	85.84	ML	\$1.50	\$128.76	
	<b>COSTO DE MATERIALES</b>	<b>NUEVE MIL DIECISEIS CON 17/100 DOLARES</b>				<b>\$9,016.17</b>
	<b>COSTO DE MANO DE OBRA</b>	<b>DOS MIL QUINIENTOS CON 00/100 DÓLARES</b>				<b>\$2,500.00</b>
	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>ONCE MIL QUINIENTOS DIECISEIS CON 17/100 DOLARES</b>				<b>\$11,516.17</b>

- Ver en anexos, los planos calculados para la estimación de cantidades.

#### 4.9 Cronograma de Actividades

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Presentación del Plan y Actividades Previas a los Proyectos</b>												
Convocar a reunión para presentación del plan de desarrollo turístico.												
Presentación del plan de desarrollo turístico en el cantón Los Naranjos												
Organización de un comité de desarrollo turístico en la zona												
<b>Proyecto: Instalación de Torres y Cables de Tensión para Deporte Canopy</b>												
Evaluación de la zona e identificación del terreno												
Trámite de los permisos de seguridad, instalación y funcionamiento requeridos												
Gestión y obtención del financiamiento												
Contratación de personal												
Limpieza de terreno												
Construcción de torres e instalación de cables												
Etapa de pruebas y corrección de desperfectos												
Publicidad												
<b>Proyecto: Construcción de Hostales</b>												
Evaluación de la zona e identificación del terreno												
Diseño arquitectónico de las instalaciones												
Trámite de permisos de operación y registro												



<b>Proyecto festival gastronómico</b>											
Convocatoria a los empresarios a participar											
Definición de fecha y periodicidad de realización											
Gestionar los permisos respectivos											
Montaje del proyecto											

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

A partir de la década de los cincuenta, el turismo mundial ha mostrado altas tasas de crecimiento, se ha convertido en una industria de enorme importancia desde el punto de vista económico. Con la crisis que están experimentando todos los países, este será uno de los subsectores que se verán afectados. Las dos tendencias primordiales que han impulsado hasta ahora el crecimiento del turismo mundial son el auge de los viajes de breve duración en los países industrializados y la creciente tendencia a viajar por parte de la población de los países en desarrollo.

El turismo en Centroamérica ha ido aumentando, poniendo de manifiesto su capacidad de generar empleo y divisas, e incidiendo de esta manera en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. Esta región se ha convertido en uno de los lugares con mayor potencial de crecimiento del continente americano. Ha unido esfuerzos desde el año 2002, para promocionarse turísticamente en Europa y Asia, para posicionarse como una región con multi-destinos integrados, sostenible y de alta calidad turística.

El turismo sostenible basado en la conservación del medio ambiente y de las tradiciones de la región, así como en el involucramiento de los lugareños en las actividades turísticas, es uno de los objetivos de las políticas turísticas. No obstante, Centroamérica enfrenta grandes retos en su definición de paradigmas que le permitan avanzar hacia una prosperidad económica, social y ambiental, pero bajo esquemas alternativos que contemplen el desarrollo sostenible a mediano y largo plazo.

Los resultados obtenidos en la actividad turística en El Salvador muestran que sigue creciendo de manera constante y progresiva. Entre 1996 y 2005, han ingresado al país 7,3 millones de turistas.

El marco institucional y legal alrededor del turismo en El Salvador, registra varios momentos: La creación del ISTU, en 1961, enfocado a la promoción del turismo local; creación de la Ley de Fomento de la Industria Turística en 1967; creación de la Comisión Nacional de Turismo en 1982; fundación de

CORSATUR en 1996 hasta junio de 2004 como entidad rectora del turismo en El Salvador; creación del MITUR en el 2004, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas; aprobación de la Ley de Turismo en el 2006, para responder a una estrategia económica del sector y finalmente en el 2006 se diseñó El Plan Nacional de Turismo 2006-2014 y la Política Nacional de Turismo.

El Salvador ha mejorado la infraestructura y otros servicios que contribuyen a potenciar el turismo tales como: más de 11,000km de red vial, de los cuales un 30% aproximadamente corresponde a red vial pavimentada; un aeropuerto, considerado el más moderno de centroamericana y uno de los cuatro mejores de Latinoamérica, con capacidad para recibir un total de 2.5 millones de pasajeros al año; dos puertos públicos marítimos (Acajutla y Cutuco), 39 compañías dedicadas al alquiler de autos; servicios de transporte que permite conectar El Salvador con los países vecinos de Centroamérica. Además, El Salvador cuenta con un total de 5,757 habitaciones, distribuidas en todo el país; siendo en el departamento de San Salvador donde se concentra el mayor número de habitaciones, con un 36.7% del total existente. Actualmente en el país no existe una clasificación formal por estrellas para los servicios de alojamiento, sin embargo, un 25% de estas habitaciones pertenecen a hoteles de cadenas internacionales.

San Salvador atrae a un gran número de turistas con diversas motivaciones. Si bien presenta una amplia oferta de alojamiento y restaurantes, se perciben ciertas carencias respecto a actividades culturales, artísticas y deportivas, etc. Pero cuenta con centros comerciales de gran calidad que junto a su ubicación estratégica en la región, posicionan la ciudad como un destino de compras muy atractivo. Cuenta con un recinto ferial para la celebración de actividades varias.

El Salvador posee una variedad de productos turísticos interesantes: restos arqueológicos, reseñas de la época colonial, fabricación de artesanías, 321km de playa con distintas características, recursos naturales en el interior del país (bosques, montañas, lagos, volcanes, etc.); y 13 parques recreativos clasificados en parques acuáticos y naturales.

El tejido empresarial turístico se constituye principalmente por empresas pequeñas de carácter familiar que muestran una problemática común centrada en dificultades para obtener una financiación adecuada, limitados programas de capacitación, debilidad en cuanto a la cohesión entre los diferentes

subsectores, que actúan mayoritariamente de manera independiente, lo que origina una pérdida importante de ventajas competitivas y un producto turístico poco articulado.

El cantón Los Naranjos se ha caracterizado históricamente por ser una zona cafetalera por excelencia, generadora de empleos e ingresos para muchas familias y al mismo tiempo poseedora de un atractivo natural. Sin embargo, la actividad agrícola ya no constituye la principal fuente de ingresos de este lugar, esto se debe a la caída de los precios internacionales del café y la erupción del volcán Ilimatepec en el año 2005, que afectó varias fincas por la irradiación de cenizas calientes que cubrieron gran parte de los cafetales ubicados en derredor. En razón de ello, un porcentaje importante de la PEA del lugar han optado por buscar otras fuentes de trabajo que les permita obtener ingresos. Otra pequeña parte de la PEA, está empleada en los restaurantes instalados en el cantón y otros pequeños negocios que operan en la zona.

El cantón Los Naranjos posee un gran atractivo turístico por su clima y vegetación, sin embargo, este potencial no está siendo explotado en su totalidad, no se están aprovechando los recursos naturales con que cuenta. Existen pocos lugares donde los turistas puedan disfrutar la estadía. En total existen cinco restaurantes, doce viveros, cuatro miradores y un hostal.

La infraestructura turística en el cantón Los Naranjos es casi en su totalidad de capital privado. Las personas por su propio interés y recursos han invertido en la instalación de restaurantes y viveros. Aunque el gobierno a través de las alcaldías y el FISDL ha contribuido a potenciar el turismo en el lugar mediante la pavimentación de algunos caminos rurales, la construcción del parque y cancha comunal, introducción de energía eléctrica y agua y construido a orillas de carretera miradores los cuales constituyen un verdadero atractivo para el turista que se cruza por los naranjos.

En el cantón funcionan pocas instituciones gubernamentales y no gubernamentales y ninguna relacionada directamente con la actividad turística.

La aplicación del instrumento FODA permitió identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, siendo de mucha ayuda al momento de diseñar políticas, estrategias y proyectos. El clima agradable es una de las principales fortalezas del cantón, pocos lugares turísticos del país cuentan con esa ventaja, el clima propicia una abundante vegetación con vistas panorámicas, siendo la de mayor

atracción el Cerro El Águila, el cual debido a su ubicación representa una alternativa de turismo ecológico, para las personas que gustan de este tipo de turismo. El cantón Los Naranjos forma parte de “Ruta de las Flores”, esto se convierte en una fortaleza y a la vez en oportunidad; dado que es una ruta turística reconocida por el MITUR, y por lo tanto, es promocionada constantemente. El incremento a nivel nacional e internacional del turismo es una oportunidad.

Si el cantón Los Naranjos no desarrolla su potencial turístico eso puede convertirse en su propia amenaza. Como bien se sabe, el cantón forma parte de la Ruta de Las Flores, y las otras ciudades que forman parte de ésta se están volviendo más competitivas al mejorar su oferta turística y atraer más visitantes, tal es el caso de Juayúa, Apaneca y Nahuizalco.

En ese marco, tiene sentido que el cantón Los Naranjos cuente con un plan de desarrollo turístico, en éste se han identificado cinco proyectos y acciones estratégicas complementarias que contribuyan a mejorar la oferta turística.

Para diseñar un plan de turismo, se requiere primeramente de conocimientos acerca de los actores, beneficiarios y las condiciones económicas del lugar para el cual se va a diseñar el plan. Asimismo, deben tomar en consideración para su diseño los recursos con que se cuenta, sean estos financieros, humanos, de capital, tecnológicos, tiempo, naturales, entre otros.

Los planes de desarrollo turístico local son importantes en la medida que contribuyan el logro de los objetivos del plan nacional, dado que a nivel de localidad las estrategias son precisas y se diseñan tomando en cuenta la vulnerabilidad y la disponibilidad de recursos locales.

Diseñar un plan de turismo no sólo significa ampliar la oferta turística, incrementar la demanda de turistas o fortalecer la oferta existente; un plan de turismo debe tener mayor alcance y estar enfocado al logro del desarrollo de la localidad en cuestión: capacitación del recurso humano, mejora en los servicios básicos de las familias, capacitación técnica a empresarios, condiciones de financiamiento idóneas y el fortalecimiento de la economía local actuando como empresarios de un cluster con la existencia de apoyo y trabajo conjunto.

Los proyectos identificados están relacionados con la construcción de hostales de bajo precio, ampliación de viveros incorporando más servicios, creación de una empresa para alquiler de bicicletas para visitar el cerro El Águila, construcción de torres y cables de tensión para practicar el deporte canopy y la realización de ferias gastronómicas.

Las acciones estratégicas complementarias tienen que ver con la publicidad y promoción del lugar, acceso al financiamiento y capacitación, creación de un comité de turismo, involucramiento institucional, mejoramiento del entorno y otras acciones más.

Se espera con la ejecución de estos proyectos y acciones incrementar en un 50% la demanda de visitantes en el cantón Los Naranjos, luego cinco años de haber iniciado el plan; la visita de 30 personas los fines de semana, haciendo uso del deporte canopy, y un promedio de 30 personas los fines de semana, haciendo uso del servicio de alquiler de bicicletas de montaña y guías turísticos, luego del tercer año de haber iniciado el plan, y un promedio inicial de 300 visitantes a la feria gastronómica e incrementar la presencia de más visitantes en la medida que se conozca y se ofrezca un servicio de calidad. Asimismo, incrementar en un 50% las visitas a los viveros, luego de cinco años de haber iniciado el proyecto de ampliación y diversificación de la oferta de los mismos e incrementar al 100% la demanda de estadia en los hostales, luego de cinco años de terminado este proyecto de ampliación y construcción de hostales.

Para la ejecución de los cuatro proyectos se requiere de una inversión aproximada de \$63, 540, incluyendo los costos de publicidad. Dicho financiamiento puede obtenerse mediante gestión del comité de turismo o por gestiones de los empresarios

## **5.2. RECOMENDACIONES**

El Salvador tras años de guerras, reiteradas crisis económicas, pobreza y desigualdad, las agendas políticas debe apuntar hacia estrategias que permitan romper la barrera del subdesarrollo pero bajo esquemas alternativos que contemplen la sostenibilidad a mediano y largo plazo. Es decir, buscar alternativas dentro de la senda del desarrollo sostenible. Dentro de este esquema, el turismo, es la industria capaz de generar bienestar económico y social; al mismo tiempo, un medio que facilite la

conservación de los recursos naturales, históricos y culturales, base y sustento de este subsector los cuales son abundantes.

El diseño y puesta en marcha de un plan requiere de la intervención eficiente de los actores locales y del gobierno. Por ello, el proyecto de un plan se nutre y parte de las opiniones de los principales actores locales sean estos públicos o privados, dado que son ellos quienes conocen de cerca las necesidades, los recursos y lo que buscan, en beneficio del desarrollo local.

Junto a las políticas de estabilidad macroeconómica y anticrisis que adopte el gobierno, es necesario crear políticas de desarrollo económico local. No basta con asegurar las condiciones generales de estabilidad macroeconómica, sino que es preciso introducir las innovaciones productivas y de comercialización apropiadas en el nivel micro de cada sistema productivo local, incorporando la necesaria capacidad de gestión empresarial y tecnológica y la integración en redes de cooperación para acceder a la información o compartir ventajas de la especialización.

Ningún esfuerzo del gobierno tendría resultado sin la participación de los actores locales; para ello, es preciso crear una cultura local emprendedora y el diseño de una estrategia de desarrollo territorial que incluye la participación de factores socioculturales y de actitudes innovadoras o emprendedoras. Del mismo modo, para asegurar una actuación en cada ámbito territorial, es necesario crear entornos favorables para el desarrollo local, lo cual exige el fortalecimiento de los gobiernos locales incorporando en ellos la lógica del desarrollo económico local y, sobre todo, abrir espacios de intermediación y cooperación por parte de actores públicos y privados a nivel territorial, a fin de alcanzar los necesarios consensos para el desarrollo local.

Un plan de turismo requiere del esfuerzo conjunto de las entidades gubernamentales para crear un entorno adecuado mediante el diseño de un marco normativo que optimice la competitividad del turístico local, favorezca la iniciativa empresarial y la innovación, y simplifique los procesos que tienen que ver con la toma de decisiones empresariales. A su vez, implica incluir planes de acción interministerial a favor del turismo en colaboración con los Ministerios de Trabajo, Educación y Medio Ambiente, así como la creación de una red de cooperación por el turismo y la sostenibilidad que impulse la incorporación del turismo local a proyectos nacionales.

Se requiere en este lugar turístico, la ejecución de proyectos de alumbrado público, agua potable, campañas de vacunación y limpieza, publicidad a través de mupis y vallas publicitarias, trasladar a otros lugares las champas que hay a orillas de carretera y que no dan una buena presentación al lugar o aún mejor desarrollar un programa de construcción de vivienda, con el objetivo de darle una mejor imagen al cantón, siempre conservando el estilo colonial y mejorar la calidad de vida de sus habitantes..

Aprovechar la asistencia que algunas ONGs están teniendo en el país para el caso “Salvanatura” quienes están realizando una serie de proyectos como el fortalecimiento de microempresas turísticas rurales o el fortalecimiento del protocolo en la recepción de turistas para ofrecer un servicio de más calidad a los visitantes.

La descentralización de políticas constituye una herramienta muy importante para impulsar las iniciativas locales de desarrollo turístico en el sentido de alentar la iniciativa de actores locales proveyéndoles de competencias, recursos y responsabilidades para que ellos decidan y lideren sus propios procesos de desarrollo.

El desarrollo empresarial exitoso no se logra únicamente a través de acciones en el nivel macroeconómico, sino también por la existencia de medidas específicas del gobierno y empresas u organización privada, orientadas a fortalecer la competitividad de las empresas a nivel local.

Tomando en cuenta lo anterior, la responsabilidad del gobierno es amplia en el marco de brindar apoyo y asistencia a los emprendedores. El financiamiento es lo primordial pero también son necesarias las capacitaciones, la organización de foros y ferias, coordinación institucional, alianzas con organizaciones de otros países, asistencia técnica, entre otras cosas.

Asimismo es importante la creación del Comité y para ello es de considerar el modelo de estatuto para su conformación y las funciones y la participación de los diversos actores involucrados en el turismo. La participación del gobierno municipal resulta fundamental debido al alcance de sus competencias en cuanto a infraestructuras básicas y otros elementos clave para el desarrollo turístico.

La formación de un comité de turismo es necesaria, ya que mediante éste se crea las condiciones para poder impulsar la creación de una cooperativa de ahorro y crédito en la zona, para gestionar recursos financieros para el desarrollo de proyectos en la zona incluyendo proyectos de desarrollo turísticos y velar por el buen desarrollo de los proyectos.

La inversión en realización de estudios periódicos de demanda turística es necesaria con el fin de conocer y satisfacer los gustos y preferencias de los turistas. Todo lo anterior debe contribuir al fortaleciendo de la oferta turística en el cantón y con ello contribuir al desarrollo local que se refleje en capital humano, social, económico y natural.

Para potenciar las modalidades de turismo expuestas es necesario que tanto la empresa privada como el gobierno destinen recursos financieros, humanos, tecnológicos y temporales para potenciarlo. Se requiere, pues, de un esfuerzo conjunto o sistémico de parte de los actores sociales para crear entornos favorables para la competitividad y para el desarrollo local.

Por último, los beneficios del turismo deberían impulsar el desarrollo local; es decir, a medida que la oferta y la demanda turística crece, deberían crecer las oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que viven en el lugar donde se potencia la actividad de este subsector.

## BIBLIOGRAFÍA

### • LIBROS, DECRETOS Y OTROS

1. Organización Mundial de Turismo. Año 1997. Pág. 2.
2. Datos tomados del PNUD. Año 2003
3. Decreto Ejecutivo, 1982, número 18.
4. Decreto No. 1 de junio de 2004. D. O. tomo 363, No. 100.
5. Decreto No. 899. D. O. Tomo 369, No. 237, 20 diciembre 2005.
6. PORTER, Michael. Las ventajas competitivas de las naciones. INCAE vol. I v No.2, 1990,
7. Alburquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "Desarrollo Económico Local y Cooperación Descentralizada para el Desarrollo"
8. Alburquerque, Francisco. Cuadernos DEL, numero 1, OIT Argentina, Buenos Aires, julio de 2004, "El Enfoque del Desarrollo Económico Local"
9. Ley De Turismo.
10. Precisiones conceptuales acerca del ecoturismo y su campo de acción. Sitio web de la comunidad académica Monografías.Com
11. Informe MITUR Logros 2004-2009
12. Informe Estadístico 1996-2006. MITUR.

## • REFERENCIAS ELECTRONICAS

1. [www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm](http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm)
2. [www.12manage.com/methods\\_porter\\_competitive\\_advantage\\_es.html](http://www.12manage.com/methods_porter_competitive_advantage_es.html)
3. <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id20.html>
4. <http://www2.egi.ua.pt/cursos2005/files/TAM/Teoria%20del%20Turismo%20ULSA%20cancun.pdf>
5. <http://vinculando.org/documentos/desarrollosostenible.html>.
6. <http://www.monografias.com/trabajos/turismo-a-cuba/turismo-a-cuba.shtml>
7. <http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>
8. <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/041111111057.html>
9. <http://www.boletin-turistico.com7lexico/lexicoe.html>
10. Sitio web de la comunidad académica Monografías.Com
11. <http://www.eumed.net/libros/2006b/voz/1a.html>
12. <http://www.elsalvador.com/noticias/2006/02/01/negocio/neg3.asp>
13. <http://www.granpyme.com/informacion/-comentario-semana/plan-turismo-esp%C3%B1ol-horizonte-2020>
14. <http://www.snet.gob.sv/Documentos/juayua.pdf>
15. <http://www.minec.gob.sv>
16. <http://www.gestiopolis.com/Canales4/mkt/rapido.htm>
17. [http://www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx? Archivo=bole\\_33494\\_1\\_10032009.pdf](http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx? Archivo=bole_33494_1_10032009.pdf)

# **ANEXOS**

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo la metodología de la investigación se centró en tres aspectos fundamentales: Marco teórico conceptual, los métodos utilizados y las técnicas y herramientas de investigación.

Con respecto al método, se utilizaron una combinación de éstos, dado el tipo de investigación: Método histórico descriptivo, para hacer un análisis histórico tanto del turismo como del Cantón los Naranjos,; de la observación, por la percepción directa del objeto de investigación, permitió conocer la realidad; asimismo, describir la situación en la que se encuentra dicha región en el ámbito económico y turístico; método descriptivo, al describir e interpretar sistemáticamente el conjunto de hechos relacionados con el turismo a nivel internacional, nacional y local; el método experimental inductivo, ya que se partió de una caso particular para generalizar en ciertos aspectos; el deductivo ya que algunos resultados del subsector obtenidos a partir de premisas globales, se aplicaron a la particularidad del caso en estudio.

El tercer aspecto de la metodología son las técnicas y herramientas de investigación utilizada. La recolección de datos se realizó en dos etapas: la bibliográfica que incluyó: libros, revistas, informes técnicos, tesis, enciclopedias, anuarios, mapas, información virtual a través de internet. La segunda etapa se realizó mediante entrevista teniendo como instrumento técnico el cuestionario a los actores locales involucrados, dueños de negocios y visitantes al lugar objeto de estudio.

A continuación se presenta los instrumentos (cuestionarios) que se utilizaron para la entrevista a los actores locales, dueños de negocios y los visitantes al lugar.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA DE ECONOMIA**



---

La presente entrevista lleva como objetivo, recopilar información valiosa a través de la opinión directa de los principales agentes de desarrollo local, del Cantón Los Naranjos, municipio de Juayúa. Dicha información servirá de insumo para la elaboración de una propuesta para impulsar la competitividad del turismo en dicha zona.

1- ¿Está de acuerdo usted, en que se desarrolle el turismo en este lugar? Si\_\_\_ No\_\_\_  
Si su respuesta es no, ¿porque razón?:\_\_\_\_\_

2- ¿Cuales son las razones por la que cree usted, que no hay mucha afluencia de turistas en este lugar?

3- ¿Qué ventajas presenta este cantón para los turistas?

4- ¿Qué desventajas presenta este cantón para los turistas?

5- ¿Qué tipo de proyectos turísticos cree usted, se pueden desarrollar en este cantón?

6- ¿Qué lugares de este cantón, considera usted un verdadero atractivo turístico?

7-¿Estaría usted de acuerdo en que se implementara un plan de desarrollo turístico en este cantón? Si\_\_\_ No\_\_\_

8- Usted como agente de desarrollo local, ¿ha participado en el diseño de algún plan de desarrollo turístico? Si\_\_\_ No\_\_\_ (si la respuesta es negativa pase a la pregunta nueve, si es positiva pase a la 10)

9- ¿Por qué motivo no han diseñado un plan de desarrollo turístico?

Por falta de interés\_\_\_ Por falta de técnica\_\_\_ Por falta de información\_\_\_

Por falta de conocimiento\_\_\_\_\_

10- Si han diseñado un plan de desarrollo turístico, ¿este se llevó a cabo o se está ejecutando? Si\_\_\_ Como?

---

---

---

---

---

No\_\_\_ Porque?

---

---

---

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ECONOMIA**



La presente entrevista lleva como objetivo, recopilar información valiosa a través de la opinión directa de los propietarios de los principales negocios turísticos del Cantón Los Naranjos, municipio de Juayúa. Dicha información servirá de insumo para la elaboración de una propuesta para impulsar la competitividad del turismo en dicha zona.

**A. DATOS GENERALES**

Nombre del negocio: \_\_\_\_\_

Año comenzó a funcionar: \_\_\_\_\_ Inversión aproximada: \_\_\_\_\_

Empleos directos que genera: \_\_\_\_\_ Empleos indirectos: \_\_\_\_\_

Servicios que ofrece: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**B. DATOS DE DEMANDA**

1- Que días se da la mayor afluencia de turistas a la zona: Lunes a Viernes: \_\_\_\_  
Sábado: \_\_\_\_ Domingo: \_\_\_\_ ¿De donde vienen?: nacionales \_\_\_\_\_%  
extranjeros \_\_\_\_\_%

2- ¿Cómo percibe usted la afluencia de turistas a la zona?

Mucho \_\_\_\_

Regular \_\_\_\_

Poco \_\_\_\_

Si la respuesta es regular o poco ¿Porqué razón? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**C. DATOS DE OFERTA**

3- ¿Qué ventajas presenta este cantón para los turistas?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4- ¿Qué desventajas considera usted, presenta este cantón para los turistas?

---

---

---

5- ¿Qué lugares de este cantón considera usted, un verdadero atractivo turístico?

---

---

---

#### D. APOYO INSTITUCIONAL

6- ¿Tiene proyectos para el futuro? De que tipo? \_\_\_\_\_

---

---

7- ¿Cuáles son los proyectos turísticos que podrían desarrollarse en este cantón?

---

---

---

---

8- ¿Reciben apoyo por parte del gobierno? \_\_\_\_\_  
¿Qué tipo de apoyo? \_\_\_\_\_

---

---

9- ¿Han recibido capacitación? Si\_\_\_ No\_\_\_ ¿Qué tipo de capacitación han recibido?:

---

---

10- ¿Que debería hacer el gobierno para impulsar el turismo en este lugar?

---

---

---

11- ¿Estaría de acuerdo en que se implementara un plan de desarrollo turístico?

Si\_\_\_ No\_\_\_

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ECONOMIA**



---

La presente entrevista tiene objetivo de conocer su opinión respecto del atractivo turístico del cerro El Águila. Realizado a personas que oscilan entre los 15 y 35 años de edad, en una muestra de 30 personas.

- 1) ¿Qué es lo que más le atrae del cantón Los Naranjos?  
Clima \_\_\_\_\_  
Comida \_\_\_\_\_  
Paisajes (vistas panorámicas) \_\_\_\_\_
- 2) ¿Ha visitado alguna vez el cerro El Águila?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_. (Si la respuesta es afirmativa)
- 3) En que medida su visita al cerro satisfizo sus expectativas?  
Mucho \_\_\_\_\_  
Poco \_\_\_\_\_  
Nada \_\_\_\_\_
- 4) ¿De qué forma subió el cerro?  
En vehículo \_\_\_\_\_  
En bicicleta \_\_\_\_\_  
A pie \_\_\_\_\_  
Otra forma \_\_\_\_\_
- 5) ¿Estaría de acuerdo en que existiera una empresa que alquilara bicicletas de montaña para subir el cerro?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 6) ¿Le gustaría se creara en el cerro, un recorrido turístico aéreo mediante cables; como atractivo turístico?.  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
  
Si la respuesta de la pregunta 2 fue negativa:
- 7) ¿Porque razón no ha visitado el cerro el Águila?  
No le atrae \_\_\_\_\_  
No cuenta con transporte adecuado para subir \_\_\_\_\_  
No sabía que existía \_\_\_\_\_
- 8) ¿Estaría usted de acuerdo en que existiera una empresa que alquilara bicicletas de montaña para subir el cerro?  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

- 9) Le gustaría se creara en el cerro, un recorrido aéreo mediante cables; como atractivo turístico  
Si\_\_\_\_\_No\_\_\_\_\_
- 10) Una vez creada la oferta de los puntos 8 y 9, usted visitara el cerro El Águila?  
Si\_\_\_\_No\_\_\_\_\_

## **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

A continuación se presenta la tabulación y resumen de los resultados de las entrevistas a 4 agentes de desarrollo local, 6 dueños de los negocios y 30 visitantes.

### **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS AGENTES DE DESARROLLO LOCAL**

- 1) ¿Está de acuerdo usted, en que se desarrolle el turismo en este lugar?  
Las cuatro personas entrevistadas estuvieron de acuerdo.
- 2) ¿Cuáles son las razones por las que cree usted, que no hay mucha afluencia de turistas en este lugar?  
Todos coincidieron que por la poca oferta turística y la deficiente publicidad.
- 3) ¿Qué ventajas presenta este cantón para los turistas?  
La respuesta es por el agradable clima, inexistencia de maras y delincuencia y limpieza de las calles del cantón.
- 4) ¿Qué desventajas presenta este cantón para los turistas?  
La respuesta fue que la poca oferta turística es producto del escaso apoyo por parte del gobierno y la falta de instituciones financieras o cooperativas que brinden financiamiento para proyectos y la incertidumbre ante una posible erupción del volcán Ixmiquilpan.
- 5) ¿Qué tipo de proyectos turísticos cree usted, se pueden desarrollar en este cantón?  
Consideran que caminatas al cerro El Águila, la implementación de ferias gastronómicas, la construcción de más restaurantes, construcción de hostales y la ampliación de los viveros con nuevos servicios.
- 6) ¿Qué lugares de este cantón, considera usted un verdadero atractivo turístico?  
Coincidieron que el cerro El Águila, los restaurantes y los viveros.
- 7) ¿Estaría usted de acuerdo en que se implementara un plan de desarrollo turístico en este cantón?  
Las cuatro personas entrevistadas estuvieron de acuerdo.
- 8) Usted como agente de desarrollo local, ¿ha participado en el diseño de algún plan de desarrollo turístico?  
Ninguno de los entrevistados ha participado en la elaboración de un plan.
- 9) ¿Por qué motivo no han desarrollado un plan de desarrollo turístico?  
Porque no han contado con asistencia técnica y menos con financiamiento para el diseño de proyectos y tampoco tiene conocimiento que haya alguna institución diseñado un plan.
- 10) Derogado, ya que dependía de la respuesta de la pregunta 8

### **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS NEGOCIOS**

- 1) ¿Qué días se da la mayor afluencia de visitantes a la zona?

Los 6 dueños de los negocios coinciden que los fines de semana es cuando más es la afluencia de visitantes.

- 2) ¿Cómo percibe usted la afluencia de turistas a la zona?  
2 dueños respondieron que mucha y 4 que regular. Mencionaron que las personas que visitan los negocios reconocen la calidad de los productos que se les ofrecen en los restaurantes y viveros; pero también reconocen que si hubiese una mayor oferta el número de visitantes incrementaría.
- 3) ¿Qué ventajas presenta este cantón para los turistas?  
Hubo consenso que las ventajas del lugar reside en el clima, la vegetación, el cerro El Águila, la comida, los viveros, las vistas panorámicas, la inexistencia de delincuencia y facilidad de acceso.
- 4) ¿Qué desventajas presenta este cantón para los turistas?  
Consideran que la infraestructura del cantón está deteriorada y no cuentan con cajeros automáticos.
- 5) ¿Qué lugares de este cantón considera usted, un verdadero atractivo turístico?  
Hay consenso que los restaurantes, el cerro El Águila, los viveros y los miradores.
- 6) ¿Tienen proyectos para el futuro? ¿De que tipo?  
Los dueños de restaurantes planean diversificar su oferta, mediante la construcción de hostales y viveros; a excepción del Restaurante El Paso del Alaska, que ya cuenta con un hostel y senderos con jardines, por lo que el proyecto es instalar una escuela de cocina. Los dueños de viveros desean comprar terrenos con más extensión para ofrecer más plantas y una mayor variedad de las mismas; además de incorporar zonas de descanso, juegos infantiles y servicio de cafetería.
- 7) ¿Cuáles son los proyectos turísticos que podrían desarrollarse en este cantón?  
Identificaron las ferias gastronómicas y recorrido al cerro El Águila.
- 8) ¿Reciben apoyo por parte del gobierno?  
La respuesta fue que no han recibido apoyo alguno del gobierno en forma directa.
- 9) ¿Han recibido capacitaciones?  
Contestaron que hasta el momento ninguna institución de gobierno o no gubernamental ha desarrollado proyectos de capacitación para empresarios y personal.
- 10) ¿Qué debería hacer el gobierno para impulsar el turismo en esta zona?  
Impulsar el turismo en la zona mediante la publicidad y promoción, crear una cooperativa que brinde créditos blandos y sostener reuniones con los empresarios para elaborar planes para desarrollar el turismo y por ende en desarrollo local.
- 11) ¿Estaría de acuerdo en que se implementara un plan de desarrollo turístico?  
El 100% de los empresarios está de acuerdo que se implemente un plan de desarrollo turístico

## **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS VISITANTES AL LUGAR**

- 1) ¿Que es lo que más le atrae del cantón Los Naranjos?

15 personas (50%) contestaron que el clima, 9 (30%) que la comida de los restaurantes y 6 (20%) que los paisajes.

- 2) ¿Ha visitado alguna vez el cerro El Águila?  
13 contestaron que si han ido (43.3%) y 17 (56.7%) que no lo conocen.
- 3) ¿En qué medida su visita al cerro satisfizo sus expectativas?  
De los que visitaron el cerro, 2 (15.4%) contestaron que mucho, 9 (69.2%) que poco y 2 (15.4%) que nada.
- 4) ¿De qué forma subió hasta el cerro?  
De los que visitaron el cerro, 7 (53.8%) lo hicieron en vehículo, 4 (30.8%) en bicicleta y 2 (15.4%) a pié.
- 5) ¿Estaría usted de acuerdo en que existiera una empresa que alquilara bicicletas de montaña para subir el cerro?  
De los que han visitado el cerro el 100% estuvo de acuerdo que exista una empresa con estos servicios.
- 6) ¿Le gustaría se creara en el cerro, un recorrido aéreo mediante cables; como atractivo turístico?.  
De los que han visitado el cerro el 100% estuvo de acuerdo que se realice este proyecto.
- 7) ¿Porque razón no ha visitado el cerro El Águila?  
De las 17 personas entrevistadas que no han visitado el cerro El Águila, 2 (15.4%) contestaron que no les interesa conocerlo, 10 (76.9%) que si les interesa pero no cuentan con transporte adecuado y 5 (38.5%) no sabían de su existencia
- 8) ¿Estaría usted de acuerdo en que existiera una empresa que alquilara bicicletas de montaña para subir el cerro?  
De los que no han visitado el cerro el 100% estuvo de acuerdo que exista una empresa con estos servicios.
- 9) ¿Le gustaría se creara en el cerro, un recorrido aéreo mediante cables; como atractivo turístico?  
De los que no han visitado el cerro el 100% estuvo de acuerdo que se realice este proyecto.
- 10) ¿Una vez creada la oferta de los puntos 4 y 5, usted visitara el cerro El Águila?  
De los que no han visitado el cerro el 100% estuvo de acuerdo que visitaría este lugar.

