

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ESCUELA DE ARTES**



**PROPUESTA DE MEJORA EN LA LÍNEA GRÁFICA PARA LOS  
MATERIALES DE DIFUSIÓN TURÍSTICA INTERNA Y EXTERNA  
DEL MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)**

PRESENTADO POR:

FLORES PERLA HAZEL ALEJANDRA. FP09010  
GÓMEZ FUENTES MÓNICA ROCÍO. GF08013  
LOPEZ DE LEÓN WENDY VANESSA. LD07016

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADAS EN ARTES PLÁSTICAS  
OPCIÓN: DISEÑO GRÁFICO**

LICENCIADO. EVER ODIR RAMOS PORTILLO  
DOCENTE ASESOR

ARQUITECTA SONIA MARGARITA ÁLVAREZ  
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO 2015 SAN SALVADOR, EL SALVADOR

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

RECTOR

Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo

VICE-RECTORA ACADEMICA

Maestra Ana María Glower de Alvarado

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Oscar Noé Navarrete Romero

SECRETARIA GENERAL

Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

DECANO

Licenciado José Raymundo Calderón Morán

VICE-DECANA

Maestra Norma Cecilia Blandón de Castro

SECRETARIO

Maestro Alfonso Mejía Rosales

## **AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES**

DIRECTORA ESCUELA DE ARTES

Maestra Xenia María Pérez Oliva

COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADO

Arquitecta Sonia Margarita Álvarez

DOCENTE ASESOR

Licenciado Ever Odir Ramos Portillo

---

# Agradecimientos

---

Este trabajo de grado se lo dedicamos a Dios, quien nos fortaleció, nos dio de su sabiduría, nos llevó a tomar las decisiones correctas y las fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante las dificultades presentadas, enseñándonos a encarar las adversidades y sacar de ellas la mejor parte. A nuestras familias, ya que por ellas somos lo que somos. A nuestros padres, hermanas, y hermanos por su solidaridad, consejos, comprensión, amor, apoyo incondicional en los momentos difíciles; por proveernos con los recursos necesarios hasta poder finalizar y alcanzar nuestras metas; por cuidarnos en todo momento y contribuir a formarnos como personas de valores, principios, carácter, empeño y perseverancia para conseguir nuestros objetivos.

Gracias también a nuestro asesor, Licenciado Ever Ramos y nuestra lectora, Arquitecta Sonia Margarita Alvarez por apoyarnos y poner toda su paciencia al guiarnos en la elaboración de este trabajo de grado.

Especial mención para las autoridades y personal del Ministerio de Turismo por el espacio otorgado para el cumplimiento de esta investigación.

Hazel Alejandra Flores Perla  
Mónica Rocío Gómez Fuentes  
Wendy Vanesa Lopez Deleón.

---

# ÍNDICE

---

AGRADECIMIENTOS.....	3
INTRODUCCIÓN.....	6
Resumen del Contenido.....	8
CAPÍTULO I Antecedentes de la investigación.	
1.1 Antecedentes del turismo.....	11
1.1.1 Definición y clasificación del turismo.....	11
1.1.2 Historia del Turismo.....	15
1.1.3 Antecedentes Institucionales.....	20
1.2 La difusión o promoción turística.....	32
1.3 Plan de Difusión Turística del Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador.....	33
CAPÍTULO II La producción gráfica del Ministerio de Turismo.	
2.1 La producción gráfica del Ministerio de Turismo.....	36
2.1.1 Muestra de producción gráfica interna (informes, boletines de prensa, producción de material para capacitaciones).....	40
2.1.2 Muestra de producción gráfica impresa externa (material publicitario, trípticos, brochures, mapas, guías turísticas).....	44
2.2 Presupuesto publicitario.....	47
2.3 Bitácora de campañas publicitarias desde 2009 al 2014.....	48
CAPÍTULO III Muestra Práctica.	
3.1 Fundamentos del acuerdo alcanzado con el Ministerio de Turismo para la realización del trabajo de campo.....	56



3.2 Procedimientos realizados durante la práctica institucional.....	58
3.2.1 Creación del material publicitario Pasaporte Turístico.....	59
3.2.2 Elaboración de la propuesta de identidad para el Sello de Calidad.....	65
3.2.3 Elaboración de material interno. Informe de la Gerencia de Planificación FORMATURES.....	70
3.2.4 Asesoría profesional de personal del Ministerio de Turismo, para la línea de producto Turismo Médico y creación de la propuesta de rediseño del Catálogo de Producto Turístico para nivel Diplomático.....	75
3.3 Limitantes del Trabajo de Grado.....	76
3.4 Validación de Propuestas.....	80
3.5 Conclusiones.....	95
3.6 Recomendaciones.....	96
Anexos.....	98
Guía Turística.....	99
Sello de Calidad Turística.....	108
Informe FORMATURES.....	111
Referencias.....	117

---

# Introducción

---

El tema de investigación tiene como objetivo analizar la producción gráfica del Ministerio de Turismo (MITUR ) así como la historia del turismo, su desarrollo, las estrategias, etc.

La mejora en la línea grafica del ministerio de turismo, repercute en la imagen turística del país, asiéndola más atractiva y estable, pues actualmente no está bien posicionada. Se dirige a toda la industria turística e instituciones gubernamentales inmersas en el turismo.

Tiene como objetivo presentar los antecedentes de la investigación estableciendo bases y referencias que contribuirán al análisis y estudio del problema que se planteó como grupo en el trabajo de grado. Partiendo de esto analizamos la producción gráfica y digital del Ministerio de Turismo así como también presentar su historia, desarrollo y los aportes con los que contribuyen los pioneros de esta industria, igualmente se plantea la influencia e historia de las instituciones gubernamentales encargadas de regir a la industria.

El Ministerio de Turismo (MITUR), y Pueblos Vivos como estrategia turística para el desarrollo humano y finalmente el papel de CORSATUR en el área de coordinación y capacitación.

Metodología de la Investigación: El Método Operativo fue considerado el más idóneo para este tipo de investigación por que a través de nuestros conocimientos directos y el uso de la experiencia poder determinar los resultados de nuestra investigación; Limitaciones, aportes del autor: La Gerencia de Planificaciones cuenta con espacios físicos y equipo de oficina limitados, por esta razón se propuso

la presencia de una pasante por día. La existencia de una sola computadora disponible: una laptop dificultaba la fluidez de los procesos y creación de los materiales pues, no siempre era posible trabajar en ella, ya que también era utilizada por el personal de la institución para capacitaciones y videoconferencias.

---

## Resumen del Contenido

---

Los objetivos principales de esta investigación son: Diseñar una propuesta con estándares internacionales para el Pasaporte Turístico. Rediseñar el catálogo turístico de nivel diplomático. Elaboración de una línea gráfica para los informes internos de CORSATUR y Pueblos Vivos.

El Ministerio de Turismo (MITUR) no posee una línea grafica establecida para realizar material interno como catálogos, informes, brochures, afiches, libros entre otros. Por lo tanto no posee una imagen de marca país fuerte debido a esto es necesario la unificación de su producción gráfica y así poder lograr establecer la idea original, colocar a El Salvador no solo como destino turístico ocasional, sino convertirlo en una punto turístico habitual o permanente en caso de los turista extranjeros y en el caso del turista nacional que conozca su país, tomando este principio como base, se ideara una seria de material gráfico enfocado en: Las Rutas Turísticas, Los Parques Nacionales, Las Áreas Protegidas, Los Sitios de Interese Nacional y sitios RAMSAR. Todas estas campañas serán visualmente únicas, utilizando las tendencias en el área de Diseño Gráfico para una mayor aceptación de las campañas.

Resultados más importantes:

Colaborar a la institución en la elaboración de material grafico publicitario y en relación a esto se logro la aceptación por parte del personal del ministerio la aceptación de la necesitada de contar con una unidad gráfica interna.

- Elaboración del pasaporte turístico (guía turística)
- Elaboración del sello de calidad turística
- Elaboración del informe de gerencia de planificación FORMATURES

La creación de campañas publicitarias innovadoras es de suma importancia para el turismo nacional, ya que este es un rubro no trabajado con el empuje necesario y poco productivo por esta razón se considera que debe ser impulsado de manera sistematizada; esto con la intención de llegar a ser más que un lugar solo para visitar o vacacionar. en base a todo lo antes mencionado realizamos la investigación.

I

# Antecedentes de la Investigación

En esta investigación se considera apropiado iniciar con los antecedentes del turismo, como uno de los elementos fundamentales para nuestro trabajo de grado, ya que es necesario que el lector conozca las razones por las cuales esta industria ha alcanzado los niveles de importancia que posee; su evolución, la influencia de algunos eventos históricos y las personalidades de quienes determinaron su concepción actual.

---

## 1.1 Antecedentes del turismo.

---

En los últimos 20 años, este sector se ha convertido, a escala mundial, en uno de los pilares fundamentales de la economía; gran parte de su importancia radica en la inclusión de diversos elementos como bienes, servicios y desarrollo (gastronomía, transporte, tecnología, construcción, entre otros). Se inicia el capítulo delimitando la definición y clasificación de los elementos fundamentales del término turismo.

---

### 1.1.1 Definición y clasificación del turismo.

---

1. Actividad o hecho de viajar por placer.
2. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes.
3. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.

(Real Academia Española. (2001). Turismo. En Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=Nxqmn76Ut2x5Fae8IN4>)

En términos prácticos para esta investigación entendemos por turismo todas aquellas actividades relacionadas con conocer o disfrutar de regiones o espacios, ya sean personas residentes del país o visitantes.

Los países en que el turismo es un importante motor de desarrollo de los elementos complementarios de la cultura como la agricultura, la ganadería o la pesca; supone importantes beneficios desde una perspectiva social, económica y cultural en promoción y estimulación la economía nacional y local, tiene como objetivos a seguir lograr un aumento en el producto nacional, la generación de una oferta de cambio de divisas extranjeras, el incremento en los ingresos de

empresas pertenecientes a esta industria, la modificación y modernización de infraestructura local para estimular el comercio y la creación de oportunidades de empleo especializado y no especializado.

El valor de este sector radica en dos pilares fundamentales: factor económico y factor socio - cultural. En primera instancia se habla del área económica, la reactivación del capital nacional y local, generada por el flujo de visitantes y turistas, es la principal razón para promover la inversión de la infraestructura local, el desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, la generación de empleos; así como las actualizaciones en todas las vías de transporte ya sea aérea, terrestre y marítima.

Todos estos son factores que aumentan el valor y la calidad de la oferta turística del país. Por otro lado, el factor socio cultural se basa en la importancia del resguardo de la identidad nacional, permite la valorización de costumbres y tradiciones, que promueve la preservación de los sitios de interés cultural que mejora la calidad de vida de los habitantes, crea oportunidades para realización de negocio, permitiendo así el intercambio cultural entre los miembros de la comunidad y los visitantes. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2014), manifiesta que este rubro se clasifica en:

- **Turismo de negocios:** Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales, llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. Puede ser individual o grupal. El turismo de negocio grupal incluye congresos, convenciones, conferencias, ferias, etc
- **Turismo Rural:** Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.
- **Turismo de aventura:** este tipo de turismo implica la exploración o el viaje en aéreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura, está aumentando rápidamente su popularidad; debido a los turistas que buscan experiencias únicas, vacaciones inusuales y diferentes.



- **Ecoturismo:** se basa en el contacto con la naturaleza. Implica un viaje responsable a zonas naturales respetando el medio ambiente y bienestar de la población local.
- **Turismo Deportivo:** Orientado a programas de desarrollo de productos turísticos específicos como turismo de aventura, ocio activo o deportes extremos.
- **Turismo Etnográfico:** Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos.
- **Turismo Sol y Playa:** se desarrolla específicamente a lo largo de la zona costera del país.
- **Turismo Naturaleza:** está relacionado con los atractivos y recursos que se fundamentan en la naturaleza; como parte de este.
- **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y en la agroindustria.
- **Turismo Cultural:** permite resaltar aquellos aspectos culturales que presenta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una religión o país.
- **Turismo en Salud:** está vinculado a los espacios que ofrecen tratamientos para mantener condiciones especiales de salud ya sea de vanguardia o alternativa.
- **Turismo Científico:** es una oferta turística para realizar investigación de aspectos como la fauna y flora de la región
- **Turismo Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional, la cual representa la identidad de los pueblos.
- **Turismo Religioso:** permite una oferta ligada a lugares y acontecimientos de carácter religioso de relevancia; este rubro es nutrido por el estilo de la arquitectura.

- **Turismo social:** Es aquel dedicado a la participación de las comunidades locales en actividades que mejoren sus condiciones de vida.

El turismo está conformado por varios actores que promueven y aumentan la calidad de la oferta turística, y a cada uno de ellos aporta algo en particular al sector:

- **Agencias de turismo:** son empresas que organizan y promueven diferentes tipos de paquetes y rutas turísticas, tanto nacionales como internacionales.

- **Socialmente** tiene la responsabilidad de la recepción y conducción, asistencias y recreación del turista, representación de empresas, tramitación de documentos, establecimientos de puntos de información dentro del territorio nacional y en el extranjero. Económicamente generan divisas, son fuentes de empleo y proporcionan una balanza de pagos laborales.

- **Vías de transportes:** El transporte, cualquiera sea su forma, constituye uno de los servicios esenciales para crear una brecha de accesibilidad al país. Tomando en cuenta que son conexiones tanto al exterior con al interior, su buen funcionamiento es de suma importancia para el sector del Transporte Aéreo Internacional y Nacional, Transporte terrestre, Transporte marítimo.

El turismo es un conjunto de factores y beneficios para el país o región que pueda cumplir con las expectativas de los visitantes y crear los espacios de crecimiento de la industria, puesto que la oferta turística debe de ser valiosa para convertirla en un flujo de ingreso constante, se ha diversificado tanto y en diferentes áreas que el turista se enfrenta a una amplitud de opciones, ya que los entes involucrados en diseñar y estructurar su diversión se vuelven cada vez más creativos y producen oportunidades infinitas de recreación.

## 1.1.2 Historia del Turismo.

Se presenta una línea de tiempo explicando la historia del turismo para efecto se realiza un resumen de la información retomada de McIntosh, R et al. (1995), Mustellier, D. L (2006). y ISTU, Rendición de cuentas 2009 - 2014. (2014) con la intención de aligerar la lectura y presentar algunas eventualidades que surgieron a nivel internacional y nacional, con los puntos clave históricos y la intervención de los personajes que marcaron la industria, colaborando en la conceptualización que hoy se tiene del término turismo.

Al conocer la historia que forjó la industria del turismo, le lector se hace conocedor de su evolución, que inicia por la atracción surgida de un evento deportivo, hasta el intrincado sistema de esparcimiento y cultural que es hoy en día, simultáneamente se percibe el enorme impacto en la industria causado por las guerras mundiales y nacionales anulado casi en su totalidad en los países involucrados, además de comprender como la implementación de la atención personalizada al turista dio un nuevo nivel a la industria.

## Línea del Tiempo

### El Turismo Mundial y Nacional

Las Olimpiadas se consideran de los primeros eventos que promovía el turismo, el "ocio", al tiempo libre dedicado a la cultura, diversiones, religión y deporte.

776 a. C.  
(Grecia)

Inventó las primeras guías de viaje modernas. Se trata de unas pequeñas guías de viaje, cuidadas hasta el más mínimo detalle, con todo tipo de datos para que el viajero sea autosuficiente.

1827  
Karl Baedeker Alemán,  
1801- 1859

Tan completas y precisas eran, que los alemanes en la Segunda Guerra Mundial eligieron para bombardear en Inglaterra.

Creador de las Agencias de Viajes enfocadas en el transporte en tren para los turistas de la nobleza inglesa.

En 1863 creó los cheques de viajes o travellers cheques. Estos fueron los inicios de lo que tiempo después se convertiría en American Express.

1841  
Thomas Cook  
Británico 1808-1893

Ideó el coche cama y salón en los trenes (coche Pullman), mejorando al mismo tiempo sus servicios y fabricando vagones para todas las compañías del mundo.

1864  
George M. Pullman

Durante algo más de cien años, el confort en el tren, en especial en los trayectos nocturnos, llevaba la firma del industrial estadounidense.

Considerado el padre de la hotelería moderna, decía "En mis hoteles, el cliente es el dueño". (César Ritz).

Creó un nuevo concepto de la administración hotelera, a través del aumento de las comodidades en las habitaciones y de atención personalizada.

1914  
César Ritz Suizo,  
1850-1918

Imagen 1 Línea de tiempo del turismo mundial y nacional.(2014). Fuente: Grupo Investigador.

## Linea del Tiempo

### El Turismo Mundial y Nacional

Antes que la Primera Guerra Mundial estallar, se registró un aumento de los turistas americanos en Europa llegando a un total de 150.000. Durante este periodo veloz el turismo fue puesto a un lado, ya que todo los recursos se empleaban para la guerra, cuando esta finalizó se dinamizó nuevamente la industria.

1914.  
Primera Guerra Mundial  
1914 - 1918

1929  
Gran depresión de los  
Estados Unidos

El turismo decae con la gran depresión, sin embargo y comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros. Así es como se da pie a las rutas turísticas.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1950 se comienza a hablar del "boom turístico". El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental.

1950  
Segunda Guerra Mundial  
1939 -1945

En esta época se comienza a legislar sobre el sector turístico que en conjunto con la legislación laboral en Inglaterra, adoptando las vacaciones pagadas, la semana de 5 días laborales, la reducción de la jornada a 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales; potencia en gran medida el desarrollo del recreo y el turismo.

Y surge "la sociedad del bienestar" en la que una vez cubiertas las necesidades básicas aparece el desarrollo del nivel de formación y el interés por viajar y conocer culturas.

Imagen 2 Línea de tiempo del turismo mundial y nacional.(2014). Fuente: Grupo Investigador.

## Línea del Tiempo

### El Turismo Mundial y Nacional

Nace el concepto de un ferrocarril turístico en el Reino Unido, donde se denomina heritage railway o ferrocarril preservado. En 1955, se modernizan los ferrocarriles británicos se espera, muchas locomotoras de vapor se dejaron de lado y se conservan por los grupos de aficionados a los cientos de líneas con poco tráfico que cerraron durante los años 60. En la actualidad hay más de 100 ferrocarriles turísticos que operan solamente en el Reino Unido.

1950  
● Ferrocarril Reino Unido

1970  
● Crisis energética e inflación.

Especialmente sentida en el transporte, ocasionan un nuevo período de crisis para la industria turística que se extiende hasta 1978. Esta recesión supone una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda.

El nivel de vida se eleva y el turismo se convierte en el motor económico de muchos países.

Produce una internacionalización de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas y nuevos destinos, aplicando técnicas de marketing, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio y el turista se convierte en conocedor y es más exigente transformando así al sector turístico.

1980  
● Oferta y demanda del turismo

1990  
● La madurez del turismo

La madurez del sector sigue creciendo aunque de una manera más moderada y controlada. Se diversifica la oferta de nuevos productos y destinos, se renueva la demanda, aparecen nuevos tipos de turistas y de turismo; se desarrollan grandes en el área del servicio al cliente, a quien no le importa pagar más si la calidad es mejor.

Imagen 3 Línea de tiempo del turismo mundial y nacional.(2014). Fuente: Grupo Investigador.



## Linea del Tiempo

### El Turismo Mundial y Nacional

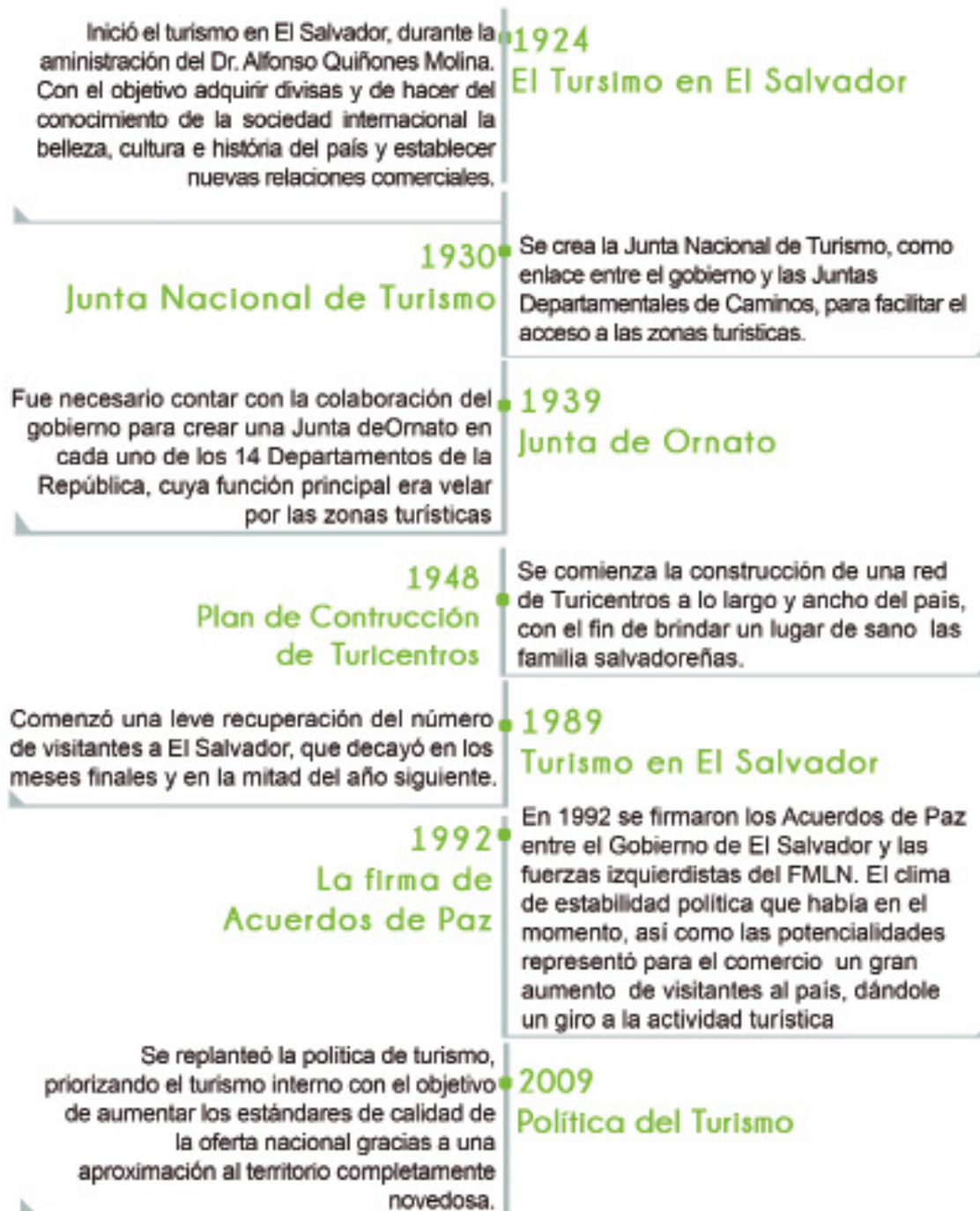


Imagen 4 Línea de tiempo del turismo mundial y nacional.(2014). Fuente: Grupo Investigador.

### 1.1.3 Antecedentes institucionales.

A continuación presentamos la historia y desarrollo de las tres entidades gubernamentales encargadas, esto con el objetivo de conocer la perspectiva institucional y sus procesos para legislar, promover y proporcionar un ambiente estabilizador al turismo en el país: El Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). Además la marca país “El Salvador Impresionante” que promueve al país a nivel internacional y “Pueblos Vivos” estrategia estabilizadora entre la calidad de la oferta turística y la demanda; a la vez presentamos los objetivos, misión, visión y los planes estratégicos de cada institución.

ISTU, Rendición de cuentas 2009 - 2014. (2014) menciona que el Directorio Cívico Militar de El Salvador, consideró indispensable que la Junta Nacional de Turismo contará con autonomía y personería jurídica, que garantizaría su estabilidad y eficiencia en su labor. Creando así la primera institución gubernamental encargada del desarrollo del turismo en el país, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) inició operaciones en el 13 de diciembre de 1961, con el objetivo de ser el ente rector en el desarrollo y promoción del turismo en El Salvador. Era el encargado de determinar el Reglamento para la clasificación de Hoteles por categorías de uno a cinco estrellas. Al mismo tiempo se crea el Sistema Nacional de Turismo, integrado por todas las empresas que sean calificadas como miembros del mismo por el ISTU. La Junta Nacional de Turismo fue integrada por el Sr. Raúl Contreras de 1949 a 1959, a quien se le debe gran parte de la realización de varias obras turísticas; fue el iniciador de los Turicentros, conocidos en la actualidad como Parques Recreativos. En el año 1996 el ISTU se sujeta a una estrategia descentralizada del Turismo a iniciativa del Gobierno Central, para ser más competitivos a nivel mundial.

CORSATUR (2014). Afirma que con la creación de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSAUR), se responde a la necesidad de concebir, una entidad turística cuya finalidad fuera, la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentándose la inversión nacional y extranjera.





Imagen 5 Conferencia de Prensa 50 aniversario del ISTU.(2011). Fuente: Grupo Investigador. Recuperado de <http://www.istu.gob.sv/temas/galeria-de-fotos/noticias/category/4-noticias-50-aniversario.html>

Esta institución fue creada como una entidad autónoma con personalidad y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones, así como la facultad para realizar su gestión administrativa con absoluta independencia, atendándose a las decisiones de la Junta Directiva. CORSATUR logra en 2013 la certificación de calidad IOS 9001:2008, de la Asociación de Normalización y Certificación (ANEOR). CORSATUR funciona bajo la dirección de Junta Directiva, en la que converge el sector público que está representado por la Secretaria de Estado y el sector privado por cuatro directores, asociaciones de empresas privadas. CORSATUR ha sido el brazo ejecutivo de la política de MITUR y es el encargado de la gestión del programa Pueblos Vivos, liderada en un inicio por la Gerencia Territorial, posteriormente por la Gerencia de Turismo Interno.

“Bajo la administración del Presidente, Don Elías Antonio Saca, en 2004, del Decreto Ejecutivo Número uno (1), se creó el Ministerio de Turismo, conocido en siglas como: MITUR, sin embargo, es a partir del año 2009 que MITUR ha trabajado en la promoción y desarrollo de un turismo sostenible, iniciando con una estrategia combinada bajo la marca país “El Salvador Impresionante” y



Imagen 6 Conferencia de Prensa MITUR.(2011). Fuente: Grupo Investigador. Recuperado de <http://aturistiar.wordpress.com/2011/07/>

turismo interno, y la estrategia de “Pueblos Vivos”. (CORSATUR, 2014, p21) con la finalidad de influir en las prácticas y costumbres de salvadoreños para hacer turismo en su país y asentar las condiciones mínimas de imagen –país, tanto en mercados regionales como internacionales. Los dos ejes de trabajo turístico se complementan entre si, al vincular a los visitantes internacionales con los del territorio nacional y a los actores del turismo de Pueblos Vivos en la mejor de la calidad de los servicios hacia los visitantes con requerimiento de estándares de atención mundial.

A partir del 2009 el cambio de orientación de la dinámica entre las tres instituciones se construye matizando cada una de las competencias institucionales en 2011, para dar respuesta a los objetivos quinquenales, se firmó el Convenio de Cooperación institucional MITUR, CORSATUR e ISTU con la finalidad de unir esfuerzos y recursos físicos y financieros.

CORSATUR (2014) hace referencia que en el año 2007, El Ministro de Turismo, bajo la administración del ex presidente Elías Antonio Saca y el ex Ministro de Turismo Rubén Rochi hicieron el lanzamiento de la marca país, bautizada como “El Salvador Impresionante” o en inglés “El Salvador Impressive”, que se convierte en la nueva imagen del turismo en El Salvador y será promocionado a nivel internacional. La estructura de la Marca País, “El Salvador Impresionante”,



Imagen 7 Logo de la marca país, El Salvador impresionante. (2014). Fuente: Grupo Investigador. Consultado el 2 de Abril del 2014

se basa en los estudios y trabajo realizados por la empresa J. Walter Thompson, que determinaron que El Salvador sorprende por ser un país más desarrollado de lo esperado; por su naturaleza impactante y conmovedora; un país donde las cosas funcionan; con instituciones creíbles y de gente trabajadora y emprendedora. En resumen, un país que tiene la capacidad de sorprender.

Los objetivos son la persuasión de los diferentes “target” hacer sentir que El Salvador es una nación rica en amplios aspectos, desde el turismo hasta la inversión de capitales y negocios; establecer un posicionamiento de país diferenciado y atractivo; generar una propuesta ideológica que trascienda las campañas de comunicación, y que destaque una serie de valores en torno al país como marca. En cuanto a la imagen es decir sus gráficos simbolizan tres engranajes que encajan dinámicamente a la perfección, representando el espíritu emprendedor y trabajador del país y de su gente; también semeja flores que representan el colorido y diversidad de las bellezas naturales con las que contamos en nuestra tierra.

Con una tipografía propia en color verde, que añade calidez y demuestra la naturaleza de El Salvador; en conjunto total, la marca refleja un país dinámico, en marcha, variado, alegre y amable. La marca país, no es exclusivo para turismo, también lo es para comercio, atracción de inversiones, promoción, etc.

El Ministerio de Turismo produce materiales gráficos y audiovisuales de la marca país para ser utilizados en diferentes ferias, revistas especializadas, anuncios de televisión, tanto en inglés, como en francés, italiano, alemán y japonés, es colocado a disposición del sector privado en internet. El formato para la solicitud de dicho manual en Internet, para que puedan utilizar esta nueva identidad, a fin de que llegue a ser reconocido mundialmente.

MITUR (2014) por medio de su documento Política Nacional de Turismo de La República de El Salvador, señala que El Salvador posee una “imagen indecisa” en el exterior, la que debe cambiar hacia una que se acerque a los atributos positivos que posee. Es justo que el país muestre su mejor imagen al mundo, a la cual todo salvadoreño se sienta profundamente orgulloso de ser asociado, con propiedades auténticas de su región; que los productos abonen a la oferta turística. Motivar a los capitalistas lejanos a ver las grandes oportunidades de inversión, que los turistas lo relacionen con bellezas naturales; pero sobre todo con la inigualable hospitalidad que caracteriza a los salvadoreños. A raíz de esto se estudia la propuesta de realizar un cambio de imagen que costaría alrededor de \$3 millones de dólares.

Con el objetivo de promover y estimular la participación e integración de los habitantes de las distintas zonas del país, quienes con sus actividades, obras o proyectos, contribuyen a embellecer sus localidades y las han convertido en un lugar atractivo, limpio y ordenado, capaz de atraer un mayor flujo de visitantes; fomentando la identidad, costumbres y valores autóctonos de las comunidades receptoras. Las comunidades de esta manera logran así la generación de empleo para contribuir con su país a sobreponerse a una crisis, siguiendo la ruta hacia el desarrollo turístico para construir y consolidar la democracia y el estado de derecho, y crear así un renacimiento de identidad, la valorización del patrimonio natural y cultural. Tiene prioridad la conciencia ciudadana sobre el turismo, polos de progreso turístico, de las personas, y descentralización de los programas



Imagen 8 Lanzamiento del Libro Pueblos Vivos estrategia turística para el desarrollo humano .(2012). Fuente: Grupo Investigador. Recuperado de <https://www.facebook.com/elsalvadorimpressive/photo/a.10151294186347412.490042.9>

de apoyo. CORSATUR, (2014) por medio del boletín Pueblos Vivos estrategia turística para el desarrollo humano, afirma que el objetivo principal que busca “Pueblos Vivos”. esta estrategia se origina inicialmente como un concurso en el año 2009, éste llevaba el propósito de promover los puntos turísticos de cada municipio y, por ende, favorecer con apoyo económico al ganador, por parte del Ministerio de Turismo. En él participaron 56 municipios de El Salvador. Luego se convierte en una estrategia integradora que se implementa con la nueva dirección del Licenciado José Napoleón Duarte Durán, con la cual se trata de posicionar la cultura, costumbres y tradiciones, para convertir a las jurisdicciones con destino turístico altamente competitivo en un polo de desarrollo económico. La transformación de un concurso en el programa llamado “Pueblos Vivos”, requiere de la planificación y el compromiso de convertir el recurso en un atractivo turístico de calidad. Éste dará la pauta para consolidar la oferta turística nacional. “Pueblos Vivos” ha evolucionado hasta convertirse en una estrategia transversal de la política nacional del turismo que cuenta con 222 municipios participantes.

La nueva óptica de esta estrategia es promover en El Salvador el turismo interno; para lograrlo parte de un mecanismo de enfoque cuádruple, que se basa en: el enfoque comercial, el enfoque de desarrollo humano, el enfoque de gobernanza y el enfoque territorial. Esto le ha permitido obtener un amplio alcance nacional y una gran permeabilidad de sus acciones, enfatizando siempre la equidad de género y los principios de inclusión y pluralismo. Se busca la gobernanza territorial de los procesos de desarrollo por parte de los actores locales.

Los avances han alcanzado tal nivel que CORSTUR se ve en la obligación de crear una segunda fase, con el objetivo de premiar a los municipios que logren un ambiente de estabilidad estipulado en sus ordenanzas y adecuado a la industria turística, este programa lleva por nombre “Pueblos Encantadores”.

Seguidamente se explican las principales estrategias turísticas de MITUR, las que residen en una serie de planes y proyectos los cuales establecen estándares no solo para la empresa privada, sino para los gobiernos municipales que desean convertir sus localidades en destinos turísticos con el fin de mejorar la calidad del turismo en El Salvador; entre ellas encontramos la capacitación de personal, mejora o construcción de infraestructura, alianzas con la empresa privada a fin lograr su apoyo.

### **Estrategias Turísticas.**

MITUR. (2006) Plan Nacional de Turismo 2020 El Salvador. Presentado durante el periodo del ex ministro Rubén Rochi, como el primer gran documento de estrategias para el desarrollo y la promoción de la industria turística en el país. Tenía como destino convertirse en la guía principal para toda la actividad turística en El Salvador. Después de tres años con el cambio de gestión llegó el ministro actual de turismo, el Lic. José Napoleón Duarte, quien junto al personal del Ministerio de Turismo/CORSATUR decidió realizar varias correcciones en este plan debido a las variadas necesidades de la industria que se debían tomar en cuenta tales como:

- Verificar el nivel de cumplimiento y efectividad de las acciones realizadas

en el marco de estrategia de turismo planteada en el PNT 2014.

- La necesidad de sistematizar la evaluación y transparencia sobre los resultados que se generan a través de los procedimientos de trabajo habituales de una administración pública que desea basarse en un sistema de planificación formal.
- La actual situación económica y financiera internacional, obliga a revisar los objetivos que fueron planteados en su debido momento y que en consecuencia se debe dar una nueva dirección, ritmo y velocidad a la actuación pública en el sector privado el cual tuvo el mismo acuerdo. Con todos estos motivos el Ministerio de Turismo y CORSATUR.

Consideraron la necesidad de la revisión del plan no solo con el motivo de actualizarlo sino también llevarlo al nivel temporal del año 2020 para así contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico en El Salvador. Es así como la actualización del mismo nos llevará a solventar y llegar a los diferentes propósitos finales los cuales serían:

- Facilitar el consenso nacional en materia turística deseable.
- Ajustarse a las realidades económicas y financieras internacionales, por lo cual deberá adaptarse a los sistemas de planificación internacional de organizaciones y países con los que deberá trabajar.
- Otorgar al sector público un nuevo papel en su rol de facilitador principal del desarrollo turístico. Entre otros.
- Es así como la visión principal del plan 2020 se convierte en: Ser el instrumento indispensable para la mejora del empleo, bienestar e integración social de la población.



- Posicionamiento de El Salvador como destino turístico dentro de Centroamérica, Tener una imagen de marca-destino del país reconocida.
- En cuanto a visión los pilares principales del Sector Turístico son: Ordenación turística del territorio, fomento de la calidad turística, capacitación y formación para una cultura turística a nivel de país.

Las modificación al plan de turismo realizada en 2009 fijó como meta a largo plazo posicionar a El Salvador como un destino competitivo; este objetivo se puede alcanzar únicamente a través de la correcta priorización de los segmentos de mercado a desarrollar y potenciar para que así se fortalezcan las ventajas del país respecto a los demás destinos centroamericanos.

Los principales puntos a alcanzar en este plan son la sostenibilidad sin la cual no es posible definir un escenario y modelo razonable de competitividad turística para El Salvador además de la promoción del bienestar y la satisfacción de turista en nuestro país. La rentabilidad, desarrollo ordenado, defensa de la identidad y la cultura salvadoreña, singularidad, rendimiento, participación local, entre otros. Por todo lo anterior se necesita una serie de estrategias para la difusión del mismo. Es por esto que se vio la necesidad de establecer el turismo de reuniones de negocios como motor de desarrollo, promocionando el país a través de diferentes productos los cuales serían las Rutas Turísticas.

Se dice que una estrategia debe encontrar su centro orbital en la oferta y capacidad para el turismo de reuniones y negocios, y además de el vacacional. El Salvador deberá encontrar huecos específicos en cada mercado con el objeto de crear las denominadas “nuevas categorías turísticas” empleando para ello:

- Técnicas de marketing lateral: en las cuales se asesora al empresario sobre las nuevas rutas o circuitos turísticos a comercializar.
- La estrategia de crecimiento basada en el posicionamiento competitivo por productos especializados y no por territorios: Es otra de las estrategias utilizadas para identificar y/o crear oportunidades para productos de lugares pequeños en



el marco de los grandes productos/segmentos genéricos ya identificados.

- Estrategia de turismo de reuniones: es aquel que genera un conjunto de actividades turísticas tales como encuentros voluntarios en un destino elegido.

- Turismo de Negocios: es aquel en el que el motivo principal es el desplazamiento por parte del turista en torno a la actividad económica general y las posibilidades de crecimiento no dependen, directamente de la acción promocional que se realice.

Inspirados en la estrategia “meeting o encuentro”, El Ministerio de Turismo llevo a cabo una serie de actividades de comunicación integrada en marketing diseñada a través de cinco ejes:

1. Actividades de promoción y “marketing”
2. Promoción del turismo a través de ferias especializadas para el sector
3. Viajes de familiarización y de prensa
4. Programas de cooperación internacional
5. Relaciones públicas en Estados Unidos. MITUR. (2009).

CORSATUR, (2014) por medio del documento pueblos vivos un destino encantador nos comenta que la importancia del turismo para El Salvador se ve representa en la creación de dos segmentos y once categorías, la modalidad del sector está basada en los recursos más representativos de cada zona:

Segmento Pueblos con “Encanto Cultural”. Estos son lugares reconocidos por su arquitectura colonial, centros históricos, rasgos arqueológicos vestigios de una cultura ancestral. Además de una gastronomía propia que los identifica. Destacando sus raíces culturales por medio de festividades, folklore, leyendas, mitos y tradiciones. Entre los sitios también se destaca diferentes lugares para realizar compras en mercados, centros y plazas comerciales. En este segmento hay seis categorías que son las siguientes:

- Gastronomía Autóctona: municipios reconocidos por su gastronomía típica, que describe su tradición y lo convierte en su principal potencial que lo identifica.

- **Danza y Tradición:** municipios caracterizados por poseer tradiciones musicales, danza autóctonas y se concentran en el potencial artístico de sus pobladores. Son pueblos reconocidos por su alto contenido musical y festivo.
- **Historia y Arquitectura:** municipios cuya identidad son patrimonio cultural del país reflejado en sus edificaciones coloniales, monumentos, museos portales cascos históricos, calles empedradas, festivales, historia y arte.
- **Urbanismo y Compras:** municipios que concentran su potencial turístico sobre todo dentro de la ciudad o casco urbano; en éstos se disfruta de actividades que se desarrollan en la ciudad como visitas a plazas, parques, edificios y plazas públicas entre otros, además de actividades de negocios y compras en centros comerciales. Algunos se destacan por ser modernas y cosmopolitas.
- **Comunidades Originarias:** municipios que cuentan con pueblos originarios en los que se pueden experimentar las tradiciones, cofradías, bailes autóctonos y cultura de las comunidades de tradiciones ancestrales. Algunas de sus pobladores conservan la lengua nativa y la proyectan con orgullo.
- **Arqueología:** municipios que se identifican por la existencia de sitios o parques arqueológicos, poseen replicas de piezas arqueológicas, artesanías, rituales mayas, bailes autóctonos.
- **Artesanías:** municipios reconocidos por su producción de artesanías con materia prima local. Poseen una amplia gama de productos artesanales, talleres y casas del artesano a disposición del turista.

**Segmento: Pueblos con Encanto Natural.** Son aquellos lugares reconocidos por su belleza paisajística, sus recursos y atractivos naturales, que ofrecen al turista actividades como deportes extremos, avistamiento de aves, interacción con la agricultura, su principales potenciales turístico es el escenario natural, ya sea en la zona costera, montañas, zonas rurales, entre otros. En este segmento, se destacan las siguientes categorías:

- **Agroturismo:** municipios reconocidos por su producción agrícola con enfoque turístico. Poseen una amplia gama de productos ganaderos, agrícolas, cafetales, estanques de piscicultura, bálsamo, trapiche y moliendas, apicultura, cuentan con cascos de hacienda y espacios rurales adecuados para el deleite del turista
- **Deportes y Aventura:** municipios cuyo principal patrimonio es la naturaleza; posee oferta de sitios donde se realizan actividades relacionadas al ecoturismo y actividades deportivas asociados a desafíos impuestos por la naturaleza del destino. Entre ellos se destacan deportes de aventura extrema como el rafting, rappel, canopy, puenting, ciclismo de montaña y motocross.
- **Sol y Playa:** municipios que geográficamente se encuentran en la costa salvadoreña; tiene como objetivo brindar un espacio para el descanso y la recreación, combinado con diversas actividades propias del lugar: pesca artesanal, paseos en lancha, surf y de entretenimiento en destino de playa.
- **Paisajismo:** municipios que se destacan por poseer dentro de su territorio un alto componente paisajístico; poseen reservas naturales, ríos, lagos, lagunas, campiña, clima agradable. Que preserva su valor de patrimonio natural. Una característica de estos pueblos es que la mayoría de sus miradores o paradas obligatorias son naturales.

El ministerio de turismo bajo la administración del Lic. Napoleón Duarte, se da a la tarea de crear una industria turística que no solo sea un pilar de la economía y el parte del desarrollo nacional, sino también una industria auto sostenible. Para lograrlo crea un plan de estrategias que conlleven el equilibrar la oferta a los turistas y así cumplir con la demanda, enfocándose en la capacitación y especialización del personal del sector público y la empresa privada, además de organizar la implementación de comités de desarrollo turístico que se ocupen de las necesidades locales, sin dejar a un lado la promoción turística tanto a nivel internacional como nacional.

## 1.2 La difusión o promoción turística.

En el siguiente apartado se expone la importancia de un plan de difusión turística para dinamizar esta industria en un determinado país, zona o región, ya que se deben de establecer funciones, objetivos y estrategias por alcanzar, asimismo la forma en cómo se promocionará el turismo. Como preámbulo, aporta información vital para comprender el plan de difusión turístico que posee El Salvador.

MITUR (2013) en su política Nacional de Turismo tilda de fundamental para la industria turística, ya sea impulsada por entidades gubernamentales o por la empresa privada, al contar con un plan de difusión o promoción turística, que resulta ser la aplicación de un conjunto de conceptos y técnicas de marketing, que se toman a consideración para lograr una visión integral de la oferta turística, la definición competitiva de los precios y el estudio del tipo de consumidor que debe ser motivado. Cada uno de estos elementos se fusiona para crear un plan integral que permita suplir las necesidades publicitarias de este rubro, que busca informar, persuadir e influir en el turista, para que se decida visitar nuestro país.

A través de la difusión turística se estandariza el sistema de publicidad de los destinos turísticos de un país o una región, la misma debe ser el resultado de una suma de decisiones, enmarcadas en los objetivos, metas y estrategias definidas, de la misma forma una amalgama de mensajes en los medios de comunicación dirigidos al público objetivo, con el propósito de orientar sus inquietudes en favor del producto turístico. Estos mensajes deben ser claros, precisos y creíbles para lograr que el público receptor tome la decisión de transformarse de turistas potenciales a turistas efectivos.

La publicidad en el turismo, tiene ciertas características esenciales. En primer lugar, la publicidad es pagada por el anunciante, considerado un medio de difusión preciso con el fin de llegar a un público-objetivo predeterminado. En el caso de la prensa escrita, se escoge con mucho cuidado el medio de prensa, la sección y página en que irá el aviso, el tamaño del mismo, si tendrá o no fotografías y colores y si el aviso saldrá una sola vez o con cierta frecuencia.

Para los medios de radiodifusión y televisivos también se realiza una selección

cuidadosa de la emisora o canal, así como de la hora, duración y frecuencia del mensaje publicitario, de tal manera que la promoción corresponda en forma fidedigna con el contenido del mensaje y las características del producto. Igualmente en el caso de la internet, importante medio publicitario actual, se diseñan franjas con señales interactivas que son ubicadas en las páginas web de mayor tráfico, usadas por el público-objetivo deseado.

Un plan de difusión bien estructurado se direcciona en la promoción adecuada de los diferentes destinos turísticos, de esta manera se encarga de cubrir las necesidades de divulgación que tenga la industria local, provocando que tanto la afluencia, como el nivel de satisfacción de los visitantes, sea constante o aún mejor, creciente

### 1.3 Plan de Difusión Turística del Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador.

En la administración del Lic. Napoleón Duarte, se realizan modificaciones al Plan de Difusión Turística de 2009, con el objetivo de establecer una guía y orientación para el posicionamiento de El Salvador a escala mundial, en materia de turismo, por medio de la inclusión de diversos actores de la sociedad y con un papel a cumplir, definido.

MITUR (2009) menciona que El Plan de Difusión Turística propuesto, es parte del proceso de revisión y actualización del PNT (Plan Nacional de Turismo) 2020, en este plan se establece un sinnúmero de premisas, objetivos y directrices a cumplir por todos los agentes públicos y privados de la industria turística, tiene como objetivo proporcionar una guía y orientación para el posicionamiento de El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana y obtener un mayor grado de notoriedad entre los diferentes target. No obstante todas estas metas sólo se pueden alcanzar si se realiza una serie de acciones concretas como el ordenamiento territorial, la planeación urbanística, la mejora cuantitativa, cualitativa y la sostenibilidad integral de los recursos en cuanto a oferta turística salvadoreña se refiere, fundamentando así el compromiso de la inclusión de la población salvadoreña en general, al proceso de desarrollo de este rubro en el país.

Estas son las estrategias y acciones operativas específicas por cada uno de

los segmentos receptores de la difusión turística (sociedad, empresarial e institucional) propuestos en el Plan de Difusión Turística, para establecer los parámetros del alcance para los objetivos, deberes y descubrir los impactos positivos en los segmentos estratégicos:

- **Sociedad:** Su importancia radica en que surge como ente receptor de la información que ayuda a generar una cultura turística para la población salvadoreña además de promover la imagen del país hacia el turista extranjero.
- **Empresarial:** El sector empresarial es un agente de gran relevancia para el Plan de Difusión, pues está conformado por Empresas ligadas directamente a la actividad turística y las asociaciones empresariales del sector Privado y Turístico. No solo se opta por incrementar la participación y compromiso del sector privado en el desarrollo turístico del país, sino también alentar el interés en la actividad inversora extranjera en El Salvador como destino turístico, aprovechando el potencial de la capacidad emprendedora característica del salvadoreño, el fortalecimiento y el reconocimiento del rol ejercido por la MIPYME (Pequeña y mediana empresa
- **Institucional:** La ley confiere a MITUR el rol de ser el ente rector en materia turística, que busca posicionar a El Salvador como un destino turístico competitivo, referente en Centroamérica y velar por seguir los procesos de promover operativizando las alianzas estratégicas intra e interinstitucionales con las diferentes entidades públicas y el sector privado, con la visión de trascender a la consolidación de este Plan y de la revitalización y el bienestar social de toda la población salvadoreña, la puesta en valor y conservación de los recursos, así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el país. MITUR.(2013) Política Nacional de Turismo.

Con la inclusión de los diversos sectores de la sociedad salvadoreña, el turismo deja de verse como un beneficio para el sector empresarial y se proyecta como un componente del desarrollo nacional, junto con los beneficios que trae a la sociedad en materia de seguridad, solvencia económica, educación y desarrollo urbanístico.

Propuesta de mejora en la línea gráfica para los materiales de difusión turística interna y externa del Ministerio de Turismo (MITUR).



La producción  
gráfica del  
Ministerio de  
Turismo.

## 2.1 La producción gráfica del Ministerio de Turismo.

Es de gran relevancia realizar el estudio y análisis de la producción gráfica creada por el Ministerio de Turismo, esto mostró un panorama amplio de la problemática institucional y una mejor comprensión de las necesidades en esta entidad, en cuanto a la producción gráfica y el diseño de la misma se refiere.

Al iniciar el estudio, tomamos como referencia a Norberto Cheves (nd) La marca país en América Latina. Como primer paso, se realiza una clasificación básica del material elaborado por la institución gubernamental. Para facilitar el análisis de esta nos basaremos en tres factores: características gráficas-visuales, funciones y público meta.

1. Características gráficas-visuales: en este apartado se reflejan las propiedades relacionadas con el aspecto visual de la producción realizada por el organismo en cuanto a: diseño gráfico, diagramación, uso de colores institucionales, manejo de la jerarquía de logos, fotografías e imágenes de buena calidad y la acertada colocación de las mismas.

2. Función: El Ministerio de Turismo produce una infinidad de materiales gráficos, los que tienen distintas aplicaciones como:

- Material Informativo: Son los documentos creados para presentar informes de rendiciones de cuenta, planes y estrategias a seguir con las diferentes ramificaciones y proyectos del MITUR.
- Material de Capacitaciones: Para la industria y las entidades gubernamentales ligadas al turismo, es de gran relevancia tener personal capacitado para mejorar la calidad de la oferta turística; por lo que una gran cantidad del material publicado anualmente por la institución es dedicado a esta área. Las capacitaciones que se imparten se dividen en dos tipos: las capacitaciones del personal de la Institución y sus ramificaciones CORSATUR, ISTU y POLITUR además de que las capacitaciones para la empresa privada y personas naturales: esto engloba empresarios e inversionistas, personal de servicio, guías locales y nacionales.



- **Material Publicitario:** Abarca todo documento elaborado bajo los parámetros de las campañas publicitarias que promueve los destinos y la oferta turística del país esto incluye medios impresos y electrónicos, existe material dispuesto para ser entregado al público en general y turista que lo soliciten como también folletos que detallan bases de concursos o participaciones especiales en ferias.

3. **Público Meta:** Generalizamos los tipos de público para el Ministerio de Turismo, según a quien se le ha entregado, si dicho material es de uso publicitario la distribución se realiza al público salvadoreño, turistas extranjeros o personas interesada en conocer determinado destino turístico, el material institucional, se le otorga únicamente al personal de las entidades gubernamentales afines a la industria turística, personal de nivel diplomático y empresa privada.

Luego del planteamiento de las bases para el análisis de la producción gráfica se iniciará con el desglose y clasificación creando así dos segmentos a los que se les llamará: Producción Gráfica Interna y Producción Gráfica Externa o Publicitaria. En el próximo capítulo se explicará específicamente.

Los medios utilizados para hacer la promoción turística son impresos que pueden ser: folletos, guías turísticas, mapas, trípticos, brochures, espectaculares, mupis, banner, anuncios y suplementos en periódicos, entre otros. Los anuncios digitales radio y televisión, redes sociales y páginas web. La cantidad de reproducciones de los ejemplares suele variar entre los 5,000 y los 150,000 de copias esto es definido por la extensión y alcance de la campaña a la que pertenezca. (CORSATUR, 2014)

En este segmento gráficamente las campañas son estables, se mantienen relativamente a la vanguardia de las tendencias publicitarias incluyendo correctamente los parámetros institucionales como línea gráfica, colores y tipografías, en este caso solo una jefatura y dos unidades producen materiales gráficos publicitarios, los cuales hacen con regularidad, dándoles una mayor experiencia al momento de la toma de decisiones. Para la ejecución de ambos tipos de producción gráfica, el Ministerio de Turismo opta por contratar una Agencia de Publicidad que se encarga de la creación de diversas campañas de temporada: nacionales, regionales o internacionales, la elaboración de diversos

materiales gráficos informativos, publicitarios y en escasas ocasiones la creación de la imagen corporativa de las estrategias de desarrollo turístico.

Las agencias son contratadas a través de licitaciones, procesos realizados en la mayoría de instituciones gubernamentales ya que son más transparentes y le permite conocer a la institución. La oferta publicitaria disponible en el país, consta de diez etapas:

- 1. Convocatoria a retiro de bases de licitación o concurso:** se dan dos días en los que se puede descargar o comprar bases.
- 2. Consultas:** Plazo para realizar preguntas sobre las bases de parte de los concursantes o interesados en la licitación
- 3. Adendas y enmiendas a las bases de licitación o concurso:** Plazo para realizar modificaciones o ampliaciones a las bases de la licitación y comunicadas a todos los ofertantes de forma escrita
- 4. Recepción de ofertas:** para esta etapa los concursantes entregan un previo de la producción de la campaña o documento, un plan previo de difusión de medios y un presupuesto
- 5. Apertura de ofertas:** se realizan de acuerdo al orden de llegada de los Ofertantes, se verifica la presentación de la Garantía de Mantenimiento de Oferta y se levanta un Acta en la que se hace constar información general de los ofertantes
- 6. Evaluación de ofertas:** Se evalúan las ofertas presentadas en donde se toma en cuenta únicamente los factores y criterios indicados en las bases de la licitación y se elabora un informe de recomendación
- 7. Resultados de la licitación o concurso:** La institución notifica a la agencia seleccionada y se da un período de tiempo para que se presente una serie de requerimientos finales para que la licitación sea adjudicada en su totalidad.
- 8. Recurso de revisión:** plazo en el que la institución realiza el acto administrativo para proceder con la aprobación definitiva y la firma.

**9. Contratación:** se elabora el contrato y es firmado por ambas partes.

**10. Cierre de la licitación o concurso:** ejecución del contrato.

En los últimos años el MITUR ha tenido la tendencia de hacer licitaciones para campañas nacionales e internacionales y aparte de las contrataciones para la producción de material informativo y publicitario, estos procesos han sido realizados por diversas agencias publicitarias, algunas de ellas son: Celda Estudio S.A de C.V, OBERMET S.A de C.V, BACER S.A de C.V y la Agencia de publicidad Rivera & Rivera Comunicación Creativa. En lo que concierne a la etapa de imprenta de los materiales las agencias realizan subcontrataciones, las que se establecen previamente, desde el momento en que se realiza la oferta para la licitación, algunas de estas imprentas son: Taller de impresos UCA, e Impresos Múltiples, de la misma manera en el caso de la Producción Gráfica Externa o Publicitaria existe intervención de los medios de comunicación impresos como La Prensa Gráfica o digitales TV o Radio y, últimamente en un gran porcentaje las redes sociales, aunque en su mayoría se hace uso de la publicidad de exterior, es decir, vallas, mupis, espectaculares y demás.

En agosto del 2014, la institución realiza una gran inversión al contratar al consorcio publicitario 4 am Saatchi & Saatchi, quienes como estrategia de posicionamiento en Centroamérica realizaron la fusión de tres agencias publicitarias: Química, 4 Am y Saatchi & Saatchi conocidos por su filosofía de "Lovemarks". La mística y experiencia de Saatchi & Saatchi desarrolla marcas para ser amadas por sus clientes.

Las producciones gráficas son de vital importancia para crear y mantener una marca país fuerte, ellas deben de estar ligadas visualmente, acorde a las características propias de la marca país y las estrategias de desarrollo turístico por medio de un diseño gráfico y editorial, tomando en cuenta marcos de referencia para el público y las líneas gráficas estipuladas por la imagen institucional.

Ambas producciones gráficas son de vital importancia para crear y mantener una marca país fuerte, deben estar ligadas visualmente, acorde a las características propias de la marca país y las estrategias de desarrollo turístico por medio de un diseño gráfico y editorial, tomando en cuenta marcos de referencia para el

público y las líneas gráficas estipuladas por la imagen institucional.

A continuación se explica cómo la definición de producción gráfica interna obtenida del estudio, nos ayudó a analizar la diversidad de los materiales y documentos de la institución, se evaluó una muestra de ellos para, posteriormente, ofrecer un propuesta de mejora gráfica.

### 2.1.1 Muestra de producción gráfica interna (informes, boletines de prensa, producción de material para capacitaciones).

La producción gráfica interna como anteriormente se mencionó, tiene por característica ser informativa, una virtud que en ocasiones causa una estética común y poco atrayente; sin embargo en una búsqueda del fortalecimiento de la imagen turística del país, el MITUR ha emprendido la regulación de la producción gubernamental, iniciando con los documentos de mayor relevancia como: La Política Nacional de Turismo, El Informe de Rendición de Cuentas (CORSATUR) 2009-2014 (Ver imagen 12 y 13) , El Informe de Rendición de Cuentas (MITUR) 2012 – 2013, Pueblos Vivos, Estrategia Turística para el Desarrollo Humano y los Boletines Estadísticos Anuales,(Ver imagen 9 y 10) en ellos sus portadas están caracterizadas por el uso del color de fondo azul, verdes, turquesas entre otras tonalidades frías, para el título o texto se utiliza tipografías “Sans Serif” en blanco y un collage de fotografías que hace referencias a los proyectos realizados y de los que se habla en el documento. sin embargo estos esfuerzos no bastan para lograr una estandarización de la producción gráfica interna de la institución, pues el uso de elemento gráficos estadísticos de diversos estilos, la utilización de fotografías de mala calidad, junto con el empleo de numerosas tipografías dentro del mismo documento, no aportan a una estética estable que fortalezca la imagen turística.

De la misma manera los boletines de prensa tienen una diagramación ya muy consolidada, son los programas enviados, vía electrónica, a los medios de comunicación que informan de manera general y específica de los temas abordados en los eventos realizados por la institución; estos no son elaborados por la agencia publicitaria, sino por el personal del área de comunicaciones, quien

## Producción Gráfica Interna

Se define como todo material producido por el Ministerio de Turismo cuya finalidad es informar, exponer y capacitar al personal institucional o de la empresa privada sobre los proyectos y estrategias de desarrollo turístico que el país tiene en marcha a futuro y a la vez presenta los alcances obtenidos con cada una de las gestiones internacionales o asocio público-privado.

### Entre sus principales características se destaca:

- El número de reproducciones no sobrepasa las 500 unidades por ejemplar
- La línea gráfica y los colores institucionales son carente en este tipo de documentación.
- Son de uso y distribución exclusiva para las entidades gubernamentales y la industria turística.
- Hay 7 Jefaturas y 23 aéreas que producen su propio material sin la tutela de una unidad o un especialista en materia del diseño gráfico o imagen institucional.
- Es de carácter informativo y educativo.
- Las fotografías e imágenes en algunas ocasiones suelen ser de baja resolución ocasionado por la falta de acceso al banco de fotografías del MITUR.

Esquema 1 Producción gráfica interna del Ministerio de Turismo .(2014). Fuente: Grupo de Investigación.

también realiza el registro fotográfico del evento desde sus teléfonos móviles, el documento se elabora en Microsoft Word.

Sin embargo los materiales para la capacitación de personal no se han estandarizado a pesar de su gran importancia, pues su finalidad es educativa. los cuales son obsequiados a los participantes en las capacitaciones o talleres.



Imagen 9 Diseño de Portada del Boletín Estadístico.(2012). Fuente: Ministerio de Turismo



Imagen 10 Diseño de Contraportada del Boletín Estadístico.(2012). Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborados por la agencia de publicidad que esté a cargo de la licitación y suelen tener problemas en cuanto a diagramación, diseño, uso de colores, imágenes de mala calidad, siendo un material atemporal y educativo su presentación gráfica debería mejorarse para lograr mejor resultado en el aprendizaje cabe mencionar que la institución no cuenta con una unidad creativa ni posee ningún diseñador gráfico dentro de su personal, cada una de estas aéreas producen su propio material ya sea boletines, informes de rendición de cuentas, estrategias de desarrollo turístico o materiales para capacitación de personal. (Ver imagen 11) La producción gráfica interna del ministerio de Turismo carece de uniformidad en su línea gráfica en general y en la utilización de elementos diversos, mucha de su producción parece poco producida casi rozando el descuido visual por parte de la institución. En sí, la documentación interna suele ser pesada en su lectura, esto debido a la cantidad de información con la que cuenta, la diagramación y el flujo del texto es defectuoso.





Imagen 11 Diseño Material de Capacitación.(2013). Fuente: Ministerio de Turismo

Al analizar la importancia de la producción gráfica externa para la difusión de El Salvador como destino turístico, se consideraron las diversas campañas realizadas por el ministerio de turismo, encontrando la falta de elementos hereditarios en la producción publicitaria, propiciando una imagen turística débil.

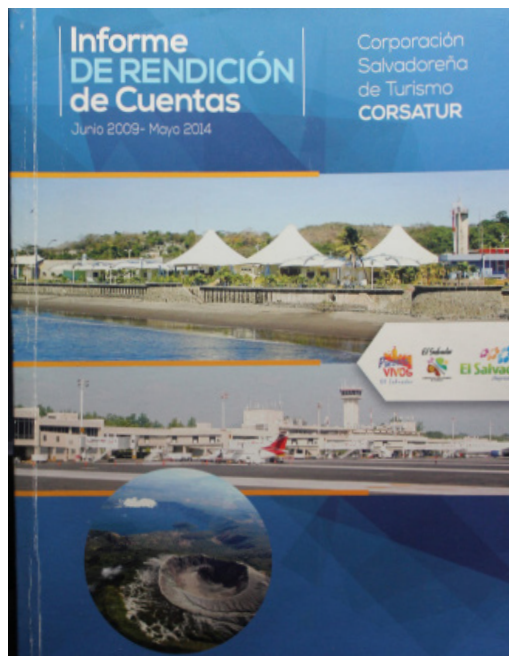


Imagen 12 Diseño de Portada Rendición de cuentas de CORSATUR.(2014). Fuente: Ministerio de Turismo



Imagen 13 Diseño de Contraportada Rendición de cuentas de CORSATUR. (2014). Fuente: Ministerio de Turismo

### 2.1.2 Muestra de producción gráfica externa o publicitaria (material publicitario, trípticos, brochures, mapas, guías turísticas).

Abonando que las unidades no poseen acceso a un manual de identidad corporativa institucional que los ayude a integrar los parámetros gráficos establecidos por la imagen institucional a su documentación, elementos como; tipografías primarias, secundarias y terciarias, los colores institucionales claves además el poco acceso al banco de fotografías de la institución, muy a pesar de la intervención de las agencias al producir estos materiales, no siempre al concluir con la creación de documento este posee los elementos que los ligen con la institución o con el registro gráfico lo que crean una brecha entre la imagen institucional y la producción gráfica interna que no permite un fortalecimiento integral de la imagen turística del país.

El turismo es un rubro que depende en gran medida de la labor publicitaria y mercadológica que realiza la empresa privada y las entidades gubernamentales encargadas, todo este peso recae sobre la producción gráfica externa o publicitaria cuya característica más acentuada es la promoción y difusión a nivel nacional e internacional de los destinos turísticos con los que cuenta El Salvador, razón por la que es estratégicamente planificada desde la creación de las bases de licitación, la producción, publicación del material publicitario y su posterior estudio de impacto. El material producido, en su mayoría, es para respaldar una campaña publicitaria. El Ministerio de Turismo siguiendo su plan de “Difusión Turística” tiene definido realizar nueve campañas publicitarias entre las que encontramos:

- Campaña Nacional de Semana Santa.
- Campaña Nacional Agostina.
- Campaña Pueblos Vivos.
- Campaña Nacional de Diciembre.
- Campaña Regional.



- Campaña Regional Semana Santa.
- Campaña Interregional.
- Campaña Internacional Agostina.
- Campaña Internacional de Diciembre. (CORSAUR, 2014)

## Producción Gráfica Externa o Publicitaria.

Se define como todo material producido por el Ministerio de Turismo cuya finalidad es promover, difundir e informar por medio de campañas publicitarias impresos o digitales (electrónicos) a nivel nacional e internacional la oferta turística disponible consolidando así la Marca País y el trabajo desarrollado en El Salvador.

Entre sus principales características se destaca:

- Ser de uso publicitario, promueve e informa sobre los destinos turísticos con los que cuenta El Salvador.
- La distribución o publicaciones está basada en un plan estratégico para lograr un mayor impacto con los limitados recursos con los que se disponen.
- La entrega de estos ejemplares se realizan específicamente en fechas de temporada altas como vacaciones, días feriados, suplementos en periódicos o en ferias organizada por el MITUR.

Esquema 2 Producción gráfica externa del Ministerio de Turismo .(2014).  
Fuente: Grupo de Investigación.

En cuanto a la integración estética de las campañas, el material publicitario que lo acompaña y en ocasiones eventos o ferias de inauguración, encontramos tres factores fundamentales que influyen en ella, una es el trasfondo socio-cultural que se desea promocionar las que pueden estar basadas en nuestras raíces autóctonas, vacaciones o días feriados y la promoción de un destino o Ruta Turística en específico. Para ser más específicos ejemplificamos:

- Raíces autóctonas: está basada en la promoción de alguna actividad referente a nuestras raíces, como la campaña para el Baktun 13 o la del Equinoccio de Verano.
  - Vacaciones o días feriados: las campañas referentes a períodos feriados como las vacaciones Agostinas o de Semana Santa.
  - Destino o ruta turística: Son campañas realizadas para el lanzamiento o promoción de un destino turístico como la de Turismo Médico o la del Día de la Ruta de las Flores.
- 
- Como segundo factor encontramos el período en el que se promociona la campaña, estos suelen variar de, entre uno a dos meses, previos al evento o feriado. Finalmente los movimientos publicitarios que tratan de incluir en la estética de las campañas tendencias que por encontrarse en boga, gozan de la aceptación general.

El CO- Marketing (mercadeo cooperativo), permite llegar por medio de Alianzas estratégicas a los mercados-metas e incrementar su impacto realiza varias actividades, entre ellas alianzas estratégicas a nivel regional. Ejemplo claro de esto es “La ruta centroamericana colonial y de los volcanes”.

La asistencia de la marca país “El Salvador Impresionante” a distintas ferias mundiales de turismo, con el objetivo de atraer turistas a gran escala. Paralelamente el levantamiento de páginas Web institucionales como la de MITUR, CORSATUR y El Salvador Impresionante, creación y mantenimiento de redes sociales.

En relación a materiales de diseño gráfico, las campañas de la institución suelen variar mucho entre sus estilos gráficos, sin embargo desde 2009 hasta mayo del

2014 hay un factor en común, la utilización una sola fotografía emblemática o referente a la campaña, que ocupa toda la superficie del material publicitario, además de agregarle el eslogan de la campaña; junto a él, un texto que hace referencia al lugar que muestra la imagen, y desde luego la jerarquía de logos. Esta es la descripción básica de un elemento publicitario en una campaña del Ministerio de Turismo, no obstante se observa distintas clases de tipografía y de los colores utilizados en campañas anteriores, al igual que la diagramación de los elementos en la superficie del artículo publicitario, este conjunto de situaciones no permite un fortalecimiento integral de la imagen turística del país.

El nuevo enfoque de la institución al crear diversas campañas turísticas enfocadas en las diversas temporadas, en el público meta, con eventos culturales específicos y diversos orígenes geográficos, resultó ser acertada en el aspecto de atraer a los visitantes, sin embargo se sacrificó la unidad en los aspectos gráficos.

---

## 2.2 Presupuesto Publicitario.

---

El ministerio de turismo, reconoce la importancia de contar con un presupuesto publicitario estable, ya que esto garantiza la continuidad de las campañas y materiales publicitarios, a la vez contar con la solvencia de suficiente material a fin de entregarlo con cierta liberalidad a los turistas.

El Ministerio de Turismo realiza un enorme esfuerzo aprovechando al máximo el ceñido presupuesto publicitario con el que cuenta, el que está destinado a la creación y ejecución de campañas y la documentación interna de la institución. Como punto a favor la institución ha incrementado el presupuesto en casi un millón de dólares adicional por año, pues siendo el turismo un rubro que depende tanto de la imagen, es necesario que se invierta integralmente al área publicitaria con la finalidad de lograr un mejor posicionamiento de la imagen turística del país.

Este presupuesto se divide en dos partes, uno: el pago para las agencias publicitarias encargadas de crear y promocionar la campaña y, la segunda parte es de pago de impresión de ejemplares ya sea institucional o publicitario, todas estas empresas son previamente seleccionadas o contratadas por medio de las licitaciones.

Año	Pago de agencias	Pago a imprentas	Presupuesto publicitario total
2014	4,749,397.57	274,267.51	5,023,665.08
2013	4,063,939.92	305,384.66	4,369,324.58
2012			
2011	5,410,900.00	198,651.00	5,609,551

Al examinar el presupuesto publicitario del Ministerio de Turismo, se encontró una curva ascendente en el monto del presupuesto con el fin de dar un mayor impulso a la promoción turística.

### 2.3 Bitácora de campañas publicitarias desde 2009 al 2014.

A fin de respaldar el argumento expresado, en cuanto a que existe una falta de coherencia en los diversos artes y conceptos de las campañas publicitarias realizadas por el Ministerio de turismo, se muestra una bitácora de campañas desde 2009 hasta 2014.



Imagen 14 Bitácora de campañas turísticas.(2011).CORSATUR



Imagen 15 Bitácora de campañas turísticas. (2011). CORSATUR





Imagen 16 Bitácora de Campañas Turísticas. (2011).CORSA TUR



Imagen 17 Bitácora de campañas turísticas.(2014).CORSAUR



<p><b>CAMPAÑA SEGURIDAD TURÍSTICA</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Se busca promover el turismo interno y las Rutas Turísticas. Esta Campaña se lanzó por diferentes medios de comunicación como: TV, Prensa, etc.</p>	<p><b>CAMPAÑA CREDITUR</b></p> <p>Campaña Nacional</p> <p>Se promociona y divulgó la existencia de líneas de crédito para empresas turísticas. Campaña promovida en prensa, radio, tv, etc.</p>	<p><b>CAMPAÑA EVENTOS VIVOS (2009)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Con el fin de dar a conocer valores culturales y presentar ofertas en conjunto con la empresa privada. Campaña lanzada a nivel nacional.</p>	<p><b>PROMOCIÓN DEL CERTAMEN PUEBLOS VIVOS (2009)</b></p> <p>Se promociona o incentiva los municipios para dar a conocer sus atractivos turísticos. Campaña realizada por Radio, Prensa escrita y TV.</p>
<p><b>CAMPAÑA LANZATE A DESCUBRIR (2009)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Con el fin de promocionar las diferentes Rutas Turísticas del país. En esta campaña se estimula a los salvadoreños a conocer las diferentes Rutas Turísticas.</p>	<p><b>CAMPAÑA INTERNACIONAL (2010)</b></p> <p>Campaña Internacional</p> <p>Con el objetivo de incentivar al turista hacia El Salvador, utilizando los métodos de comunicación idóneos para transmitir el mensaje de la manera más eficaz.</p>	<p><b>A UN PASO DE TI (2011)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Esta campaña se enfocó a los mercados de Guatemala, Honduras y Nicaragua. Aprovechando la cercanía en la temporada de Semana Santa.</p>	<p><b>VIAJA IDA Y VUELTA A EL SALVADOR GRATIS (2011)</b></p> <p>Campaña Regional de Semana Santa</p> <p>Con el fin de motivar al mercado turístico Guatemalteco. Campaña realizada por prensa, radio y tv.</p>

Imagen 18 Bitácora de campañas turísticas.(2009-2011).CORSA TUR

<p><b>ACÉRCATE (2012)</b></p> <p>Campaña de Semana Santa</p> <p>Dando continuidad y consolidando resultados con la campaña anterior.</p> <p>Campaña lanzada a nivel regional por medio de TV, Prensa y Radio.</p>	<p><b>PASA LA VOZ (2012)</b></p> <p>Campaña de Agosto</p> <p>El objetivo fue que los salvadoreños salieran a conocer lugares turísticos del país que son pocos visitados, intentando reducir el número de turistas que deciden viajar al exterior del país.</p>	<p><b>PUEBLOS VIVOS EVENTO (2012)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Con el fin de promover los municipios se celebró Pueblos Vivos, destacando colorido, atractivos turísticos, cultura, y tradiciones.</p>	<p><b>ACCIONES DE CO-MARKETING (2012)</b></p> <p>Campaña Internacional</p> <p>Formo parte del posicionamiento de la Marca País, que permite dar a conocer nuestro país por medio de alianzas.</p>
<p><b>CAMPAÑA DE SEMANA SANTA (2013)</b></p> <p>Campaña de Semana Santa</p> <p>Promoviendo la importancia de disfrutar las vacaciones saliendo de las casas y conocer el país, lo bello que posee El Salvador.</p>	<p><b>PUEBLOS VIVOS EVENTO (2013)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>Tiene como objetivo impulsar los municipios de nuestro país y promover también la oferta turística.</p>	<p><b>CAMPAÑA REGIONAL (2013)</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>El objetivo de esta campaña fue incentivar al mercado regional en las ciudades de Guatemala y Honduras a visitar los bellas lugares que posee El Salvador.</p>	<p><b>CAMPAÑA INTERREGIONAL MIPYMES (2013)</b></p> <p>Con la finalidad de promover el turismo interregional centro americano y desarrollo sostenido, a fin de tener mayores ingresos, empleos y participación de la MIPYMES.</p>
<p><b>HAZ TU RUTA (2013)</b></p> <p>Campaña de Diciembre</p> <p>En El Salvador encontrarán una buena opción para marcar en su ruta de vacaciones, era lo que se presentaba en esta campaña, que El Salvador posee todo para vacacionar.</p>	<p><b>CAMPAÑA INTERREGIONAL DE AGOSTO (2013)</b></p> <p>Campaña Interregional</p> <p>Su objetivo es ubicar a El Salvador como destino turístico con lo que se lanzó "Haz una pausa" con el fin de alcanzar el mercado estadounidense.</p>	<p><b>CAMPAÑA INTERREGIONAL DE DICIEMBRE (2013)</b></p> <p>Campaña Interregional</p> <p>Fue para invitar a los extranjeros a visitar El Salvador y conocer las diferentes Rutas Turísticas.</p>	<p><b>LAS VACACIONES DE TU VIDA... SEGURO</b></p> <p>Campaña Regional</p> <p>La finalidad de esta campaña fue despertar en nuestros hermanos Centroamericanos a visitar El Salvador principalmente a nuestros hermanos Guatemaltecos.</p>

Imagen 19 Bitácora de campañas turísticas.(2012-2013).CORSA TUR

Propuesta de mejora en la línea gráfica para los materiales de difusión turística interna y externa del Ministerio de Turismo (MITUR).



### 3.1 Fundamentos del acuerdo alcanzado con el Ministerio de Turismo para la realización del trabajo de campo.

En cuanto a los acuerdos establecidos entre la institución y el grupo de trabajo, para la realización de la investigación dentro de la institución, se aclararon aspectos como el tiempo, horarios y los proyectos que iniciarían a partir de éste.

Todos los procesos realizados durante el período en que se ejecutó el trabajo de campo de esta investigación, están apegados a las necesidades y directrices establecidas por el Ministerio de Turismo (MITUR), en el convenio adquirido el día 24 de Marzo del año 2014. Este primer encuentro oficial con las autoridades del Ministerio de Turismo se promovió para establecer y explicar las bases y finalidades del acuerdo con beneficio para el Ministerio de Turismo y la Universidad Nacional de El Salvador. Este permitiría realizar el estudio dentro de la institución y su apoyo con el recurso material y humano, además de establecer un período de pasantía de seis meses para tres estudiantes egresadas de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, con un horario determinado de 9:00 de la mañana hasta las 12:30 del mediodía, cuatro días a la semana, para apoyar a la institución a solventar las necesidades presentadas al equipo de investigación, relacionadas a la producción de material gráfico interno y publicitario.

En esta primera reunión hubo una presentación mutua de las investigadoras, al personal de la institución con quienes trabajaríamos, como del personal de la institución hacia las pasantes, quienes funcionarían como enlaces directos, siendo: Licenciada Elsy Aracely Alvarenga Mártir, Especialista en Asistencia Técnica que

sería la persona responsable o jefa inmediata; quien informó al grupo acerca del trabajo a realizar dentro de la Gerencia de Planificación de CORSATUR, conformada por la Licenciada Inés Guadalupe Serrano, Coordinadora de Asistencia Técnica, Licenciada Ivonne Mejía, Técnico en Asistencia Técnica y Licenciada Claudia Silva, Gerente del área de planificación en CORSATUR.

El proceso de pasantía / trabajo de campo, inició con la propuesta de la Gerencia de Planificación para la creación del primer “Pasaporte Turístico”, material con fines publicitarios que contendría información básica, como ubicación, fotografías, mapas y algunos detalles necesarios para las Rutas Turísticas, entre otros.

Todo esto orientado a las diferentes rutas turísticas oficiales y parques nacionales para visitar en nuestro país. Posteriormente la jefa inmediata informó que existía libertad de proponer una línea gráfica, colores, tipografías y demás elementos que aportaran positivamente a la idea inicial. Esta especie de guía turística sería entregada a los visitantes nacionales en carreteras o zonas de alto tránsito poblacional y para los turistas extranjeros en fronteras terrestres y aeropuerto. Su fecha preliminar de lanzamiento se propuso para el final del mes de Mayo de 2014.

Al conocer los estatutos implicados al realizar este trabajo de campo en el ministerio, se nos facilitó el trabajo, pues sabíamos de antemano cuáles eran los recursos con los que se podían contar.

### 3.2 Procedimientos realizados durante la práctica institucional.

En este apartado se brinda un resumen de los proyectos realizados durante este proceso de campo en el ministerio de turismo, como preámbulo al desglose de las actividades realizadas con la intención de elaborar los materiales solicitados por la institución.

Inicialmente solo se programó un proyecto establecido oficialmente para esta investigación, era la creación de un Pasaporte Turístico, material publicitario para la promoción de las rutas turísticas y los parques nacionales; sin embargo, se constató la enorme necesidad del Ministerio en cuanto al diseño gráfico y diagramación de los documentos publicitarios e internos en las distintas gerencias y áreas de la institución, esto llevó al grupo a ampliar márgenes de investigación y a la realización de un estudio realizado o dividido en tres aspectos de investigación: características gráficas-visuales, funciones y público meta, para así comprenderla y contar con elementos de juicio para resolver de una manera más eficiente estas necesidades institucionales en esta área.

Luego de tomar en cuentas los resultados del estudio fueron seleccionados tres proyectos más, los que resultaron ser muy variados:

1. La creación de la propuesta de identidad para el Sello de Calidad Turística. Este era de carácter interinstitucional. Trabajado en conjunto con el Organismo Salvadoreño de Normalización “OSN” bajo la dirección de la Ing. Doris Jaime, Jefe de Certificación del Organismo Salvadoreño de Normalización y la Gerencia de Planificaciones de CORSATUR con la dirección de la Coordinadora de Asistencia Técnica Licda. Inés Guadalupe Serrano.

Elaboración del Informe FORMATURES, Proyecto de capacitación para guías turísticas nacionales y locales de la Gerencia de Planificación.

2. Asesoría profesional, brindada a la Gerencia de Desarrollo de Productos de la Institución, enfocado a la nueva línea: el Turismo Médico y rediseño del Catálogo de Productos Turísticos para ser entregado a personal diplomático en el extranjero. Todos los proyectos anteriores fueron realizados en el periodo



establecido para el desarrollo de la pasantía, con los lineamientos y requerimientos incluidos por la institución.

Al tener una idea clara de los proyectos realizados por parte de las investigadoras, se forma una idea de hipótesis guía en éste trabajo de campo.

### 3.2.1 Creación del material publicitario Pasaporte Turístico.

Se presenta un desglose del primer proyecto realizado por el grupo de investigación en la gerencia de planificación de CORSATUR, este proceso fue realizado para la elaboración de la guía turística, material con fines publicitarios e informativos.

Como grupo de investigación luego de recibir los lineamientos establecidos para el proyecto Pasaporte Turístico, se decidió establecer parámetros en cuanto a las medidas del material, este sería de 10 cm. x 14 cm., además el contenido individual a presentar en la siguiente reunión diseño de la portada y contraportada, diagramación de las páginas internas con color de fondo, elementos de un diseño y diagramación que aporte a la personalidad del material, fotografías, tipografías primarias y secundarias. Con lo anterior se procedió a realizar una reunión con todo el personal de la Gerencia de Planificación con el objetivo único de presentar las tres propuestas creadas por las pasantes. Las propuestas están basadas en diferentes tendencias del diseño:

1. La primera propuesta estaba basada en la utilización de materiales metálicos para proporcionar una sensación de calidad en la oferta turística, esta técnica sería aplicada en algunos elementos de la portada como en el mapa de América; (Ver imagen 20) la tipografía “serif” del título del material además de poseer un fondo azul negro y la colocación de los logos institucionales por jerarquía en la contraportada. (Ver imagen 21).

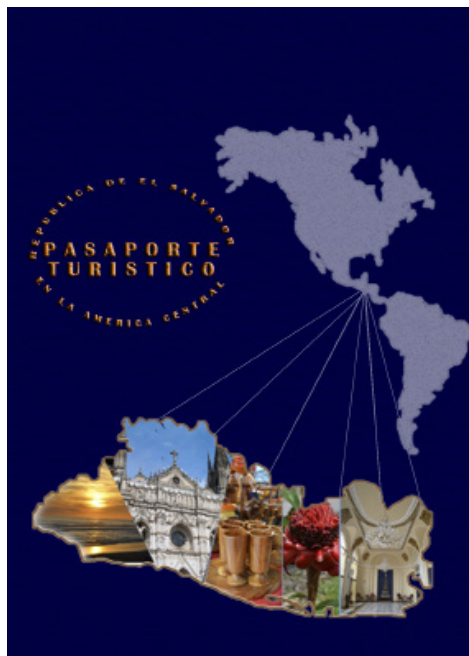


Imagen 20 Propuesta de portada para el Pasaporte Turístico.(2014).Grupo investigador

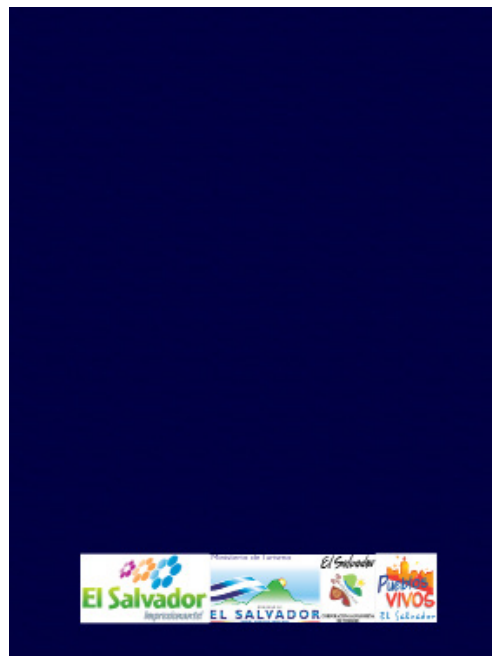
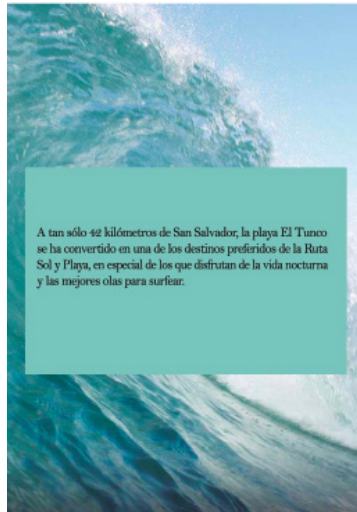


Imagen 21 Propuesta de contra portada para el Pasaporte Turístico.(2014).Grupo investigador

2. La segunda propuesta era de tendencia minimalista, con la idea de centrar la atención en las fotografías y el contenido escrito, las portada de fondo blanco para destacar las formas geométricas de tonalidades frías que hacían referencia a los volcanes de El Salvador y, sobre esta figuras las fotografías de los volcanes Ilamatepec y de Izalco junto con imágenes representativas de nuestro país como el café, el ave nacional y las playas. (Ver imagen 24) tipografía “Rex Bold” en color negro Las páginas internas se centran en las imágenes para atraer la atención y hacer la lectura del material más amena, junto a la tipografías “Bell MT” y “Bebas Neue” en negro (Ver imágenes 22 y 23 ).

3. La tercera propuesta son los sellos turísticos, se centra en la creación y el fortalecimiento la identidad de cada ruta turística y parques nacionales. Además de generar emociones y el placer de viajar, las portada se basan en el estilo del pasaporte oficial, en cuanto a colores se refiere, con la diferencia de que posee el escudo de El Salvador, acompañado el texto “¡Conoce tu país!” la tipografía en la parte inferior es “Brush” y la del título Pasaporte Turístico es “Serif”(Ver imagen 25), las páginas internas de fondo blanco destacan los sellos, enfocándose en las características físicas del lugar o un elemento emblemático que lo haga





Imagenes 22 y 23. Propuestas para la diagramación de las paginas internas para Pasaporte Turístico .(2014).Grupo de investigación

Imagen 24. Propuesta Portada para Pasaporte Turístico.(2014).Grupo investigador

reconocible junto a una figura geométrica que forma el sello, además de un mapa con la ruta marcada o, en el caso de los parques, su punto de ubicación (Ver imagen 26).

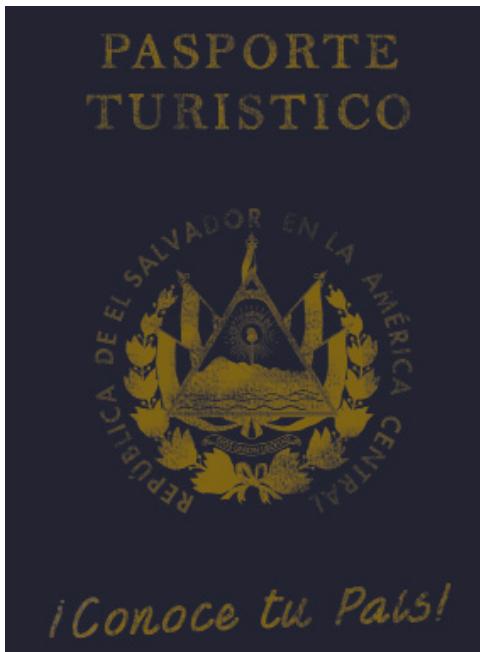


Imagen 25. Propuesta de portada para el Pasaporte Turístico. (2014).Grupo investigador



Imagen 26. Propuestas para la diagramación de las páginas internas para Pasaporte Turístico. (2014).Grupo investigador

Luego de presentadas las propuestas, la persona responsable de la Gerencia de Planificación, decidió tomar lo que mejor le pareció de todas las propuestas y crear un concepto, tal como la portada del mapa de El Salvador sobresaliendo del mapa de América para que personas extranjeras supiesen donde estamos ubicado; esto en material metalizado y con el fondo azul marino y el sello de pasaporte turístico.



Imagen 27. Páginas Internas, Ruta Monseñor Romero, Pasaporte Turístico.(2014). Grupo investigador



Imagen 28 Páginas Internas, Tours del Golfo de Fonseca, Pasaporte Turístico.(2014). Grupo investigador

En cuanto a las páginas internas se decidió que las de color crema eran las más adecuadas pues evocan a las páginas de un pasaporte, junto con la diagramación en donde las fotografías tienen mucha importancia y también la idea de los sellos de cada destino turístico, para dar la sensación de que, al visitar cada ruta o sitio turístico, fuese realmente como si estuviera viajando. (Ver imágenes 27 y 28)

La entrega del primer avance del pasaporte turístico, se realizó el día 15 de abril de 2014. Ese mismo día se presentaron todas las propuesta de los sellos para ser aprobadas y corregidas, posteriormente se menciona el grave problema encontrado con la calidad de las fotografías proporcionadas por Mercadeo. Se informó que su mal estado evitaba pudieran ser utilizadas en el material, ese mismo día la jefa de la gerencia, realizó gestiones internas hacia el web máster para que se suministraran fotografías de mejor calidad; luego de un par de días en los que no hubo respuesta el equipo de investigación decidió obtener las imágenes en la web, arriesgándose a usar material no perteneciente al ministerio.

El día 10 de mayo de 2014 se entregó el pasaporte turístico completo donde se le agrego el color de cada ruta, y luego se realizó una presentación que incluyo al Gerente General de CORSATUR, Ing. Roberto Edmundo Viera, quien luego de observarlo solicitó algunas modificaciones como la inclusión de mapas en donde se marca la ruta o la ubicación, incluir Aéreas Protegidas de El Salvador, Zonas RAMSAR y Sitios de Interés Turístico (Ver imagen 29) , toda esta nueva información doblaba el trabajo original y el tiempo de elaboración, pues debería elaborarse el sello para cada uno de ellos, así como la búsqueda de imágenes adecuadas.

La entrega del pasaporte turístico completo se realizó el día 30 de junio de 2014. En esta presentación se contó con la presencia del Ministro de Turismo el Lic. Napoleón Duarte, el Gerente General de CORSATUR, Ing. Roberto Edmundo Viera, personal de la Gerencia de Planificación y del departamento de Mercadeo. En esta oportunidad se indicó que la jefa haría la presentación del material y luego las pasantes ingresarían para solventar cualquier duda, lo cual no fue así; sin embargo se informó a las pasantes, que el material había sido del agrado del ministro, quien realizó algunas observaciones en cuanto a temas administrativos y presupuestarios. Se comunicó también, a las pasantes, que se realizaría un cambio de nombre ya no se llamaría “Pasaporte turístico”, sino “Guía turística” y sugirió cambiar el estilo de la portada hacia una tendencia más minimalista, como el del interior del material; cambiar la tipografía de “Bell MT” a “Segoe UI Symbol“, pues resultaba ser poco legible, esto llevó a realizar una serie de pruebas hasta elegir la más indicada. (Ver imagen 30)



Imagen 29 Páginas Internas, Zonas de Interés Turístico Santa Ana, Pasaporte Turístico.(2014).Grupo investigador

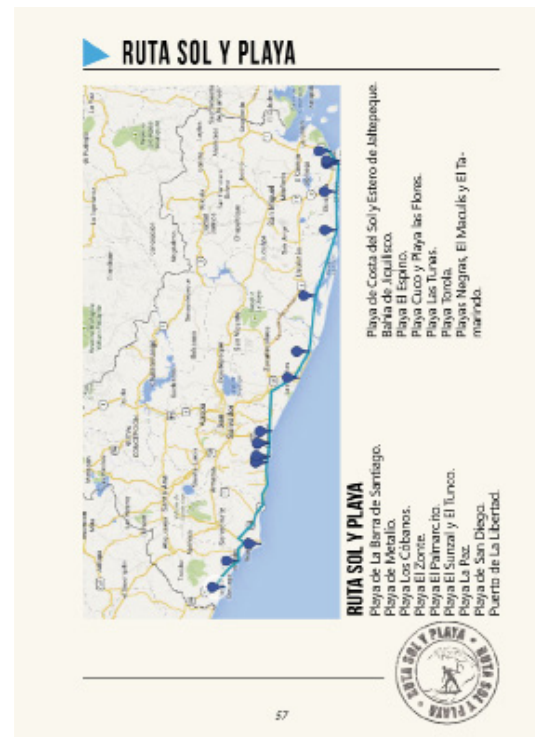


Imagen 30 Páginas Internas, Mapa y listado de destinos de la Ruta Sol y Playa, Pasaporte Turístico.(2014).Grupo investigador

Tomando en consideración la situación presupuestaria del Ministerio y la sugerencia de las altas autoridades en cuanto a imprimir esta “Guía Turística”, en un material que iría en menoscabo de su presentación, el equipo de investigación sugirió la creación de un resumen ; producto que fuese más conciso y específico para ser distribuido entre los turistas nacionales y extranjeros, a la vez, indicando en la misma, un apartado en donde el turista pueda obtener mayor información visitando la página <http://www.elsalvador.travel/impresionante/> ; en donde podría subirse el material anterior, en su versión completa, de manera que quien lo vea pueda aclarar las dudas que le deje el “resumen” o simplemente disfrutarlo en su totalidad. Finalmente se crearon tres propuesta para la portada (Ver imagen 31 y 32) de la guía turística, siendo seleccionada la de tendencia minimalista para complementar el interior.



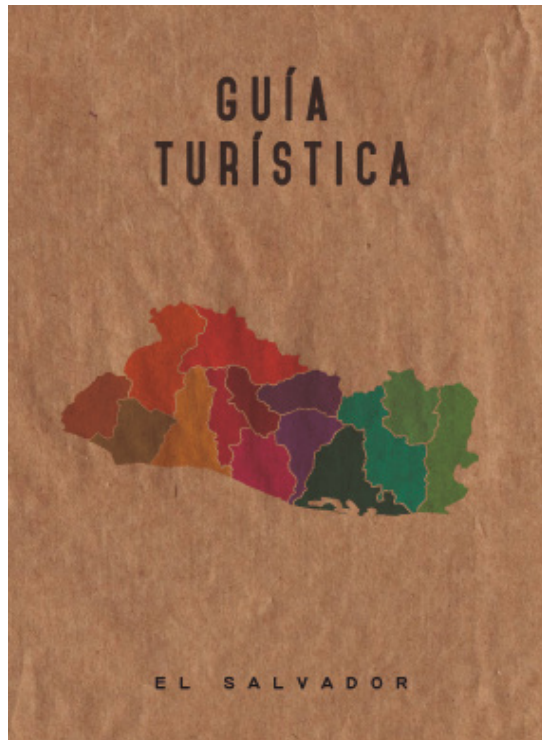


Imagen 31. Portada final de la Guía Turística. (2014).Grupo investigador



Imagen 32. Contraportada final de la Guía Turística. (2014).Grupo de investigador

La guía turística como documento informativo muy complementario, sin embargo la misma cantidad de información en ella, presenta un problema pues el contenido sigue siendo excesivo para material publicitario, no obstante con la diagramación se favorece un flujo de lectura agradable para el turista.

### 3.2.2 Elaboración de la propuesta de identidad para el Sello de Calidad Turística.

En este apartado se habla del proyecto Sello de Calidad Turística, éste tiene como objetivo ser un emblema de excelencia, para toda la empresa privada que forme parte de la industria turística en El Salvador, fue un proceso de colaboración interinstitucional entre CORSATUR y Organismo Salvadoreño de Normalización.

El Sello de Calidad Turística es un reconocimiento entregado por el Ministerio de Turismo a empresas o personas, ligadas a la industria turística de El Salvador,

que han alcanzado un nivel internacional en su oferta y servicio.

La creación de una identidad corporativa para el Sello de Calidad Turística fue un proyecto impulsado por la Gerencia de Planificación de CORSATUR, en conjunto con el Organismo Salvadoreño de Normalización “OSN”. Este consistía en la creación de un logo representando la calidad de servicios turísticos del país y un distintivo de garantía y de respaldo por parte del Ministerio de Turismo hacia la industria vinculada a este rubro, aportando confianza de parte del turista que desee disponer de la oferta turística del país.

Ambos equipos presentaron una serie de lineamientos para la creación de dicha identidad, que reflejara un carácter representativo pero sobrio a la vez, con colores azules o dorado; se trabajó con la letra “Q” de “quality”, que significa calidad para ser utilizado tanto en publicidad como en otros productos.

Es así como se inició un estudio e investigación de sellos de calidad en otros países, logos de empresas que trabajen con la letra “Q”, de modo que no hubiese semejanzas con los que se crearan en este proyecto. (Ver imagen 34)

Se elaboro una serie de propuestas, de los cuales fueron escogidos dos,

(Ver imágenes 35 y 36) en la segunda etapa se modificaron las “Q” o logo de calidad, correcciones de información, además de algunas pruebas de color. (Ver imagen 37 y 38) En la tercera etapa se buscaba una “Q” no tan rígida; que los colores fueran parecidos a los del logo de la OSN. (Ver imagen 39) En la cuarta etapa se necesitaba aun mucho más dinamismo por lo que se trabajo mucho mas en una que tuviera esa delicadeza pero sin perder su fuerza como símbolo de Calidad.(Ver imágenes 40 y 41) En la quinta etapa fueron elegidas dos “Q” totalmente diferentes una suave y la otra rigida, con textura metálica realizandose distintas pruebas de color con ambas (Ver imágenes 42, 43 y 44) con las que posteriormente se realizaron diferentes pruebas de color jugando con tonalidades azules, ademas se dijo por parte de la OSN que se encerrara en un recuadro hasta que finalmente se eligieron dos por el personal de OSN y de la gerencia de planificación de CORSATUR. (Ver imágenes 46 y 47)

Concluimos que el proyecto de sello de calidad turística debería de recibir un

mayor grado de atención por parte de las autoridades del Ministerio de Turismo, pues en el país no se cuenta con ningún distintivo de calidad turística. Si este proyecto llegara a hacer una realidad el visitante contaría con un listado de empresas que cumpla con los estándares que el Ministerio de Turismo promueve.

- Primeras Propuestas.



Imagen 33 Primeras Propuestas para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 34 Primeras Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 35 Propuestas elegidas para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 36 Propuestas elegidas para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador

- Segundas Propuestas.



Imagen 37 Segundas Propuestas para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 38 Segundas Propuestas para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador

- Terceras Propuestas.



Imagen 39 Tercera Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 40 Tercera Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador

- Cuartas Propuestas.



Imagen 40 Cuarta Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 41 Cuarta Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



- Quinta Propuesta.



Imagen 44 Quinta Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 45 Quinta Propuesta para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador

- Propuestas Finales.



Imagen 46 Logos Finales para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador



Imagen 47 Logos Finales para el Sello de Calidad Turística.(2014).Grupo investigador

En este apartado mostramos la importancia de elaboración de documentos institucionales con una diagramación y estética adecuado, apegándose siempre a los estándares establecidos por la institución y haciendo uso de elementos hereditarios sin dejar de a un lado las imágenes que colaboran con un flujo de lectura adecuado del documento.

### 3.2.3 Elaboración de material interno. Informe de la Gerencia de Planificación FORMATURES.

El informe FORMATURES es un documento que presenta el programa de capacitación sectorial de CORSATUR. En él se da a conocer, a las autoridades del MITUR, el ministro Lic. Napoleón Duarte; viceministro Ing. Roberto Edmundo Viera y a la junta Directiva, sobre los objetivos, alcances y el impacto progresivo en el turismo del país, de los diferente proyectos ya en marcha y los próximos a ejecutar. Con ellos se pretende elevar el nivel de la oferta turística, a través de la capacitación especializada de diversos elementos que la conforman; incluye la capacitación del recurso humano de las instituciones promotoras del turismo en El Salvador: los guías turísticos nacionales y locales, los comités de desarrollo turísticos, los agentes de la Policía de Turismo (POLITUR), los educadores y la inversión a MIPYMES Turísticas.

En la petición realizada por la jefa de la Gerencia de Planificación Claudia Silva, se explicó que el informe, de ser aprobado por la autoridades institucionales, sería presentado en el evento de lanzamiento para el Programa de Formación Turística (FORMATURES) y de igual manera, que se realizaría un tiraje del mismo; por lo que la estética del documento era de suma importancia, ya



Imágenes 48 y 49 Propuesta para portada horizontal y vertical del Informe FORMATURES .(2014).Grupo investigador



Imágenes 50 y 51 Propuesta para portada horizontal y vertical del Informe FORMATURES .(2014).Grupo investigador

que sería de orden público. Tomando en cuenta lo anterior, la investigadora encargada del proyecto se enfocó en fotografías; contribuyendo a la generación de una lectura más liviana, a pesar de la cantidad de información que contiene el



## Impacto social y beneficios para el sector turístico

Las condiciones sociales de los destinos son vitales y de gran influencia en el desarrollo de toda actividad económica y social, por lo que el Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), como institución promotoria del Turismo en El Salvador, considera necesario impulsar la capacidad competitiva para superar estas debilidades, lo que podemos lograr a través de acciones de capacitación en los diversos campos, áreas, sectores y especialidades del servicio que demandan los Turistas Nacionales y Extranjeros.

El turismo, como privilegiado sector, gestiona en su desarrollo el combate a la pobreza en nuestra población, la que muchas veces, y algunos, se lleva a cabo en situaciones de desigualdad y alto riesgo, sin embargo, cabe resaltar que a través de la capacitación turística se puede en cambio académico que contribuyen a erradicar el desempleo, las condiciones y crear las oportunidades para todos, permitiendo la inserción en las actividades productivas del sector.

Por lo que se requieren de acciones intencionadas y dirigidas al fortalecimiento del turismo dentro de un contexto de ciencia pública privada, es donde la intervención pública se concentra en fortalecer las condiciones más débiles en la cadena del valor del turismo, desarrollando capacitaciones y asistencia técnica a los diversos actores de los destinos turísticos que generan oportunidades de empleo y crecimiento tanto personal como de oferta.

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), que se brinda anteriormente, se contribuye a mejorar la imagen y calidad del servicio que percibe el turista nacional y extranjero, ya que implica brindar nuevos conocimientos a los diferentes actores, de manera que los permita desarrollar su labor y ser capaces de resolver los problemas que se le presentan durante su desarrollo.

Con el Programa de Capacitaciones y Asistencia Técnica, que se brinda anteriormente, se contribuye a mejorar la imagen y calidad del servicio que percibe el turista nacional y extranjero, ya que implica brindar nuevos conocimientos a los diferentes actores, de manera que los permita desarrollar su labor y ser capaces de resolver los problemas que se le presentan durante su desarrollo.

La capacitación tiene un impacto en el prestador del servicio turístico ya que mejora su nivel de vida, al mismo tiempo lo empodera y hace que se sienta con los conocimientos necesarios para asumir con mayor seguridad su trabajo y afrontar sus retos con mayor optimismo. Es decir, un ganar – ganar, tanto para el trabajador como para el empresario. La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en talento humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Por lo anteriormente planteado, podemos mencionar algunos de los impactos sociales y beneficios para el sector que tiene consigo la capacitación que se brinda al sector turístico.



- Ayuda a estimular las cadenas productivas de los municipios y zonas de desarrollo turístico y con ello la generación de empleos.
- Mejora la imagen del país y lo vuelve competitivo a nivel regional e internacional.
- Mejora la calidad del servicio que se brinda al turista nacional y extranjero que nos visita.
- Conduce a una rentabilidad más alta y actitudes más positivas por parte de los empleados.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Crea una imagen positiva ante el turista.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflicto.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- Erradicación de la pobreza.

Imágenes 52 y 53 Propuesta para páginas internas verticales del Informe FORMATURES .(2014). Grupo investigador



## Introducción

En la actualidad la capacitación es considerada la respuesta a las necesidades de las empresas e instituciones para contar con personal calificado y productivo. La obsolescencia, es una de las razones por la cual las organizaciones se preocupan por capacitar a su recurso humano, pues esta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

El sector turístico, es estimado como un sector dinámico de la economía, que permite una gran actividad económica en los países, combatiendo la pobreza y beneficiando el desarrollo social de las poblaciones beneficiarias. "La Educación es una tarea lenta y progresiva que requiere no sólo de información sino de formación" (Enrique Rojas).

En ese marco, el sector turístico salvadoreño, retoma la capacitación del recurso humano, como un factor de vital importancia en su gestión, porque contribuye, entre otros beneficios, al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que rotando en beneficios para la empresa y para sus clientes.

El posicionarse a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo, requiere un trabajo coordinado entre el sector público y privado, en diferentes acciones, programas y proyectos. Es por ello que la capacitación y las estrategias técnicas al sector, juegan un papel importante en el establecimiento de metas y objetivos estratégicos institucionales.

En base a lo anterior, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) considera como un importante eje de acción el desarrollo de capacitaciones y asistencia técnica que mejoran las habilidades y conocimientos de los diferentes actores del sector, siendo el recurso humano la clave para una atención de calidad a los turistas, cada día más exigentes, brindando un servicio que satisfaga las necesidades de nuestros viajeros. En ese sentido, anualmente, se destinan fondos específicos para la satisfacción de estas necesidades de capacitación en todo el país.

El presente Programa de Capacitación de CORSATUR, permite conocer el quehacer institucional en cuanto a este tema ya que muestra un resumen de las actividades programadas para el año 2014, en todo su aparato, incluye la formación del recurso humano principales actores del sector, tales como MIPYMES turísticas, guías turísticos, comités de Desarrollo Turístico, Agentes de la Policía de Turismo, educadores, entre otros, así como la formación que el personal de la Corporación recibe a lo interno, a la vez permite conocer los principales objetivos de las mismas y los alcances e impactos que se obtendrán en la población.

Imágenes 54 y 55 Propuesta para páginas internas verticales del Informe FORMATURES .(2014). Grupo investigador

documento. Se presentaron seis propuestas de portadas en las que se destacaba al turista en diversas actividades recreacionales, complementado por una serie de figuras geométricas, que ayudaban al enfoque automático del lector en la actividad mostrada en la fotografía. (Ver imágenes 48, 49, 50 y 51) En cuanto a la diagramación interna se realizaron cuatro propuestas visuales distintas, dos con un color base turquesa (Ver imágenes 54 y 55) o verde limón; (Ver imágenes 52 y 53) cada una de ellas con su versión en horizontal y vertical, el cuerpo del texto



- Ayuda a estimular las cadenas productivas de los municipios y zonas de desarrollo turístico y con ello la generación de empleos.
- Mejora la imagen del país y lo vuelve competitivo a nivel regional e internacional.
- Mejora la calidad del servicio que se brinda al turista nacional y extranjero que nos visita.
- Conduce a una rentabilidad más alta y actitudes más positivas por parte de los empleados.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Crea una imagen positiva ante el turista.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Se promueve la comunicación a toda la organización.
- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- Erradicación de la pobreza.
- Entre otros.

Imágenes 56 y 57 Propuesta para páginas internas horizontales del Informe FORMATORES .(2014). Grupo investigador



La seguridad turística es un componente transversal que afecta a todos los actores del sector.

Es por ello que desde CORSATUR, se estarán apoyando iniciativas de capacitación para el personal de la Policía de Turismo (POLITUR).

Como un valor agregado se estará capacitando a personal no solo de POLITUR, sino también agentes de la Policía Nacional Civil quienes se desempeñan en lugares turísticos donde no se cuenta con puestos de la Policía de Turismo y que atienden a turistas que visitan la zona en caso de una emergencia.

Con esto se logrará sensibilizar a los agentes de POLITUR, y a crear una conciencia respecto al turismo en la población en general.

Uno de los temas de interés es el de introducción al turismo en donde se impartirán conceptos básicos además se les darán conocimientos sobre rutas y productos turísticos. Las zonas de acción serán: El Espino (Usulután), Micro región del Balsamo y La Unión.

Talleres en Prevención y Seguridad Turística

La seguridad turística se convierte en un eje importante para el desarrollo y la sostenibilidad del turismo en los países. Es por ello, que como complemento a los conocimientos que se impartirán durante 2014, se estará sensibilizando al personal de POLITUR en el tema de prevención y seguridad turística.

Las zonas de acción serán: El Espino (Usulután), Micro región del Balsamo y La Unión.

Imágenes 58 y 59 Portada y páginas internas finales del Informe FORMATORES .(2014).Grupo investigador

está integrado por dos columnas

Las tipografías se basaron en la mezcla clásica de Pistillani, perteneciente a la familia serif; ésta fue usada para los títulos, encabezados introductorios y números de página. En color blanco, sobre un rectángulo de color (Ver imágenes 56 y 57) de

los ya antes mencionados y fiveriof perteneciente a la familia sans serif utilizada en el cuerpo del texto en un gris al 80% de opacidad.

Estas propuestas fueron presentada el día 15 de agosto de 2014 a las encargadas de área. Resultando seleccionada la propuesta “verde limón” vertical, debido a sus colores ecológicos (Ver imágenes 58 y 59).

Luego de ser seleccionada, ese mismo día se recibió el primer 50 % de la información total, ya que se informó a las pasantes que otras gerencias y áreas también están incluidas en el informe, sin embargo no habían concluido su parte, (su respectivo trabajo) El día 22 de agosto se recibió la información faltante para complementar el documento.

El día 29 de agosto de 2014 se entregó el informe completo a la jefa de la Gerencia de Planificación de CORSATUR. Para su revisión, se notificó de errores ortográficos, además de algunas fotografías faltantes, problemas que fueron solucionados en su totalidad cuando se entregó nuevamente. El día primero de septiembre se hizo la entrega del informe completo con las correcciones indicadas. Posteriormente se hicieron un par de copias para presentarlas el día de la reunión con las autoridades.

Este documento obtuvo una enorme aceptación, fue aprobado para su impresión a gran nivel el día cinco de septiembre de 2014, cabe mencionar que es el único documento que se reproducirá de esta forma para el año en curso.

Con este proyecto que realizamos comprobamos que una buena diagramación favorece la documentación interna de cualquier institución, sin restarle la formalidad necesaria, pues la naturaleza del material así lo requiere.

En este apartado exponemos una serie de asesorías realizadas al departamento de Desarrollo de Producto, de CORSATUR, consiste en consejería sobre las mejoras que debería de solicitar a las agencia de publicidad, sobre los documentos que estaban elaborando en ese momento.



### 3.2.4 Asesoría profesional de personal del Ministerio de Turismo, para la línea de producto Turismo Médico y creación de la propuesta de rediseño del Catálogo de Producto Turístico para nivel Diplomático.

Dentro del trabajo de campo surgió la oportunidad de proporcionar asesorías en la materia de diseño gráfico a la Gerencia de Desarrollo, específicamente en el Área de Desarrollo de Producto, esta división tiene como objetivo, identificar y categorizar los potenciales destinos turísticos para, posteriormente impulsarlos mediante campañas y material publicitario a nivel nacional e internacional.

Nuestro trabajo de asesoría técnica incluyó la propuesta para el rediseño del Catálogo de Producto Turístico de El Salvador, documento que resumen las rutas y destinos turísticos con lo que cuenta el país; para ser distribuido a personal diplomático nacional y extranjero, el ministro los entregaría a diplomáticos al visitar otros países. Este documento fue elaborado por una agencia de publicidad, sin embargo autoridades de la institución, el ministro Napoleón Duarte no habían quedado satisfechas pues consideran que no representa la vivacidad del país, por lo que era necesario un rediseño del Catálogo de Producto Turístico. Es en este momento cuando se convoca al grupo de investigadoras para crear una propuesta hacia el rediseño. Las pasantes accedieron, creando una propuesta basada en la exposición de fotografías y colores representativos para cada ruta y destino expuesto en el documento.



Imágenes 60. Propuestas para portada del Catálogo de Producto Turístico. (2014). Grupo investigador

Se realizaron cuatro propuestas de portadas haciendo énfasis en las bellezas

naturales del país, escondiendo detrás de ellas el texto “El Salvador, Catálogo de Productos Turístico”, en color blanco con una opacidad del 80%, Estas propuestas se le presentaron a la Arquitecta Zoila América Hernández de Villatoro. Cuando las recibió informó que esa misma semana tendría una reunión con el ministro para presentarle la propuesta del grupo de investigación y también las de la agencia para que él decidiera. (Ver imágenes 60)

Por último el 24 de julio la Arquitecta Zoila América Hernández de Villatoro solicitó al equipo de investigación una asesoría para ayudarla a establecer y elegir las mejores propuesta para el logo e identidad gráfica de la nueva línea Turismo Médico, la medicina natural o alternativa y la medicina de vanguardia, por lo que se llegó a la conclusión que su estilo debería ser sobrio, usando colores fríos como el azul, turquesa y verde con una sutil muestra de algún elemento médico en él para reforzar la idea. la tipografía “Chunkfive Roman” y “Sans serif”.

En esta oportunidad el equipo de trabajo llegó a la conclusión de la enorme necesidad que tiene la institución crear una área que se encargue específicamente del diseño editorial y del mantenimiento de la línea grafica institucional.

---

### 3.3 Limitantes del trabajo de campo.

---

La pasantía tendría algunas variantes, pues estamos sujetas a los reglamentos y directrices de la institución, las cuales presentamos a continuación:

1. La Gerencia de Planificaciones cuenta con espacios físicos y equipo de oficina limitados, por esta razón se propuso la presencia de una pasante por día.
2. La existencia de una sola computadora disponible: una laptop dificultaba la fluidez de los procesos y creación de los materiales pues, no siempre era posible trabajar en ella, ya que también era utilizada por el personal de la institución para capacitaciones y videoconferencias.
3. Al momento de instalar los programas como Photoshop e InDesing utilizados para la creación del material grafico solicitado por la institución, fue



necesario solicitar al departamento de mantenimiento técnico que un ingeniero verificara los archivos y programas que serían instalados ya que la institución tiene normativa de seguridad virtual que restringe y limitantes actividades como conectar memorias USB ajenas a la institución, o la instalación de cualquier programa o aplicación.

4. Aunque el horario laboral del Ministerio de Turismo es de 8:30 a.m. a 4:30 p.m. el horario de las pasantes estaría en el rango de media jornada. 9:00 am a 12:30 md. Dado que así se establece en los reglamentos institucionales, siendo la única variante el día Miércoles.

5. La falta de un banco de fotografías oficiales y el acceso al mismo, dificultó en gran manera el proceso de creación de los diversos materiales publicitarios e informativo presentados en la muestra practica.

6. El acceso a la información general del Ministerio, es sectorizado y un poco deficiente, si bien es cierto que existen los portales de transparencia y los materiales parecen estar disponibles para el público, esto no es siempre una realidad, y en ocasiones si se encuentra no está completo, al compararlo con los mismo documentos impresos.

Las autoridades del Ministerio de Turismo se ha dado a la tarea de posicionar al turismo en la agenda socio – política del país, para obtener leyes y decretos que les permita tener un acercamiento retroalimentación con la empresa privada, para mantener el nivel de la oferta turística, por medio la capacitación sectorizada de todos los actores y conocer de forma inmediata las necesidades del gremio, su importancia, no solo se limita al aspecto económico pues el turismo ya no solo es un fuente de ingreso monetario sino también una forma de revivir y mantener las tradiciones que hacen de El Salvador un destino atractivo.

El turismo es uno de los sectores más dinámicos asimismo es pilar fundamental de la economía, representa el 3% de BIP Salvadoreño, pues el flujo de turistas que entran al país, se traduce en un ingreso monetario de \$904 millones solo en 2013. Pero este crecimiento en la industria no sería posible sin la intervención estratégica e integral de las entidades gubernamentales como el Ministerio

de Turismo encargado de la organización administrativa y legal del gremio, CORSATUR responsable de la promoción a nivel nacional e internacional de los destinos turísticos del país y de la conservación del nivel de la oferta turística, a través de la capacitación especializada de todo los actores de la industria.

Para descifrar la problemática que sufre la entidad gubernamental en materia de diseño gráfico y diagramación de materiales, se realizó un estudio de la producción gráfica y de sus procesos. Se encontró que el Ministerio de Turismo carece de una unidad especializada o personal capacitado en el área de diseño que se encargue en mantener los lineamientos establecidos por la identidad institucional, al igual que una base de recursos inmediatos, es decir elementos utilizados en la producción de campañas y documentos como fotografías, logos, tipografías y colores institucionales además no cuenta con muestrario de campañas publicitarias, lo que facilitaría la producción de una imagen turística más estable.

Por otra parte se produce una gran cantidad de material gráfico, el que es realizado por diversas agencias publicitarias, las que son contratadas mediante licitaciones individuales para campañas publicitarias nacionales, internacionales y producción de documentos internos, estos contratos, duran aproximadamente un año, lo que provoca una deficiencia en imagen publicitaria, pues no se establece una serie de elementos de carácter hereditario que fortalezca y prolongue el periodo de permanencia de la publicidad en la mente del turista.

Otro elemento abona a una producción gráfica dispersa es la organización interna del MITUR, ya que esta se divide en siete jefaturas y 23 áreas, cada una de ellas publica material interno y externo, sin ningún tipo de asistencia técnica más que la proporcionada por la agencia, lo que aumenta la brecha entre una producción estable que promueva el turismo progresivamente, a una producción gráfica que raya en lo formal y que no explota la oferta turística del país.

1. El Ministerio de Turismo tiene un modelo de gestión de adentro hacia afuera con reciprocidad activa, en el cual convergen criterios entre el sector público y privado, convirtiendo a esta estrategia en el principal eje de desarrollo turístico sostenible y del crecimiento económico del país.
2. El turismo depende enormemente de una buena imagen para ser promocionado, muy a pesar de ello, el Ministerio de Turismo no cuenta con ninguna área dedicada a la creación de ideas y seguimiento de las líneas gráficas establecidas por la institución.
3. Las licitaciones son la principal causa de la falta de coherencia en la línea gráfica publicitaria del MITUR, pues tiempo otorgado al contrato, no permite que las agencias ayuden a crear una línea gráfica estable y un estilo propio para la imagen turística de El Salvador.
4. El MITUR define como prioridad y estrategias publicitaria, las campañas por temporadas vacacionales, esto ha provocado que la institución maneje nueve campañas por año.
5. Ubica su publicidad en puntos de alto tránsito vehicular y peatonal, sin embargo esta acción en ocasiones resulta contrarrepudante a la imagen turística del país, pues en ocasiones se ubica en lugares que no sea físicamente agradables a la vista.
6. El enfoque de trabajo publicitario de la Gerencia de Mercadeo se basa en estrategias de marketing como el meeting o encuentros internacionales y nacionales para promocionar productos o rutas turísticas, técnica que ha dado resultados positivos.

### 3.4 Validación de Propuestas

Para este trabajo se realizó una evaluación de los materiales creados durante la pasantía en El Ministerio de Turismo, utilizando el “Sistema de Evaluación Rúbrica” modificado y adaptado a los propósitos y fines de este trabajo de grado. Por medio de un proceso técnico que tiene por objetivo hacer una estimación cuantitativa, cualitativa de los documentos, se juzga con la objetividad y homogeneidad aspectos como las propuestas de diseño, el manejo del tema, organización y distribución de los elementos compositivos y la legibilidad y la lecturabilidad del mismo. Además de determinar el nivel del trabajo desempeñado por las investigadoras en la institución, haciendo un aporte positivo a los planes de mejora turística del país.

Desglosando los objetivos que repercute en la evaluación:

- Demostrar que la unificación de las líneas gráficas internas y externas atraerá la permanencia y el posicionamiento que la imagen turística que el país busca.
- Determinar la importancia y permanencia de los materiales elaborados dentro de la investigación y a la vez establecer la jerarquización proyectos turísticos que la institución impulsa.
- Comprobar si las líneas gráficas utilizadas para los diversos materiales son las adecuadas.
- La mejora individual del desempeño laboral de los investigadores.

El jurado convocado para esta evaluación consiste en cinco especialistas en el área del diseño gráfico, puesto es el que asume la responsabilidad del proceso de evaluación, con la asesoría de los órganos de gestión de recursos humanos, que establece los medios y los criterios para tal evaluación.

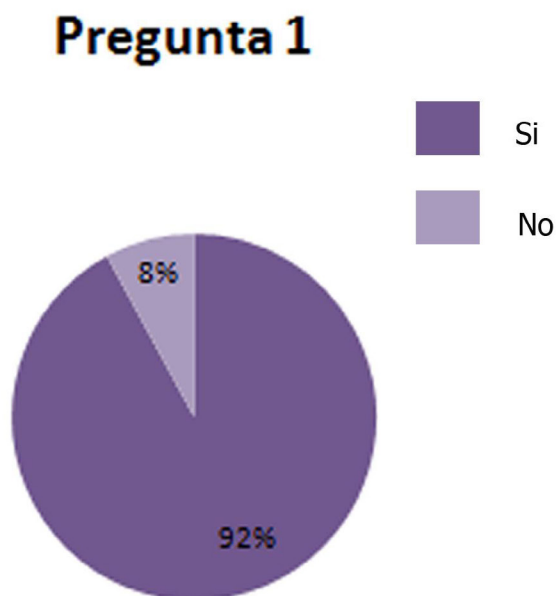
Dado que el gerente o el supervisor no tienen conocimientos especializados para proyectar, mantener y desarrollar un plan sistemático de evaluación del desempeño personal, se recurre al órgano de recursos humanos, con función de staff, para establecer, acompañar y controlar el sistema, en tanto que cada jefe mantiene su autoridad de línea evaluando el trabajo de los subordinados,

mediante el esquema trazado por el sistema de trabajo. Criterios a tener en cuenta por el superior:

- Ser objetivo e imparcial.
- Remitirse exclusivamente al trabajo encomendado.
- Calificar cada ítem del uno al cinco.
- Expresar una opinión sobre los diversos materiales presentados.

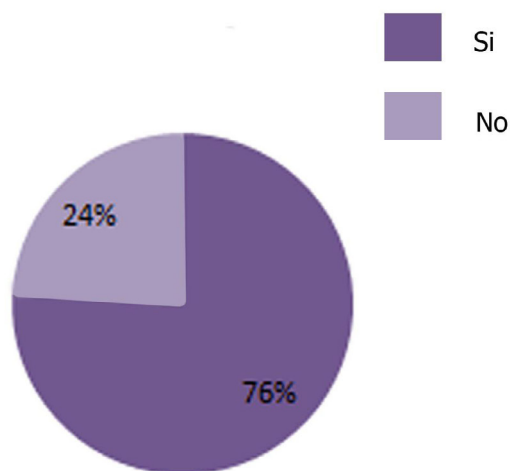
### **Encuesta 1 FORMATURES.**

1. Tomando en consideración que el informe FORMATURES de documentación interna, se refleja la importancia de correcta diagramación y elaboración de documentos gubernamentales, con el 92% de aprobación por parte de los evaluadores.



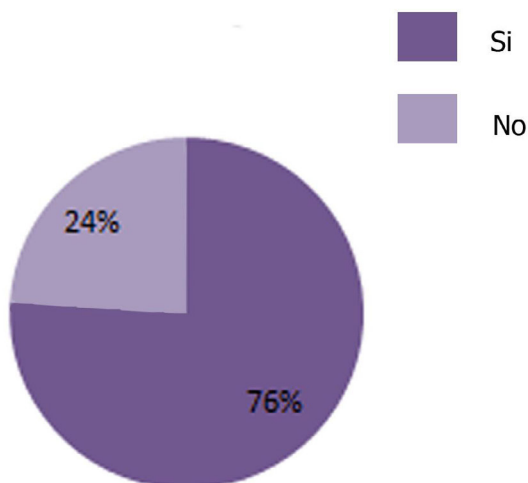
2. Los evaluadores aprueban con un 76 % la propuesta gráfica presentada para el informe FORMATURES.

### Pregunta 2

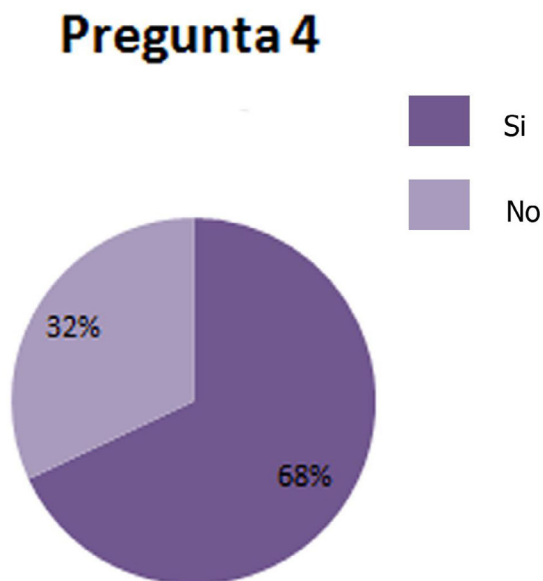


3. La diagramación del informe FORMATURES fue aprobada con un 76% de los evaluadores, pues presenta de manera adecuada los temas y proyectos que contiene el documento.

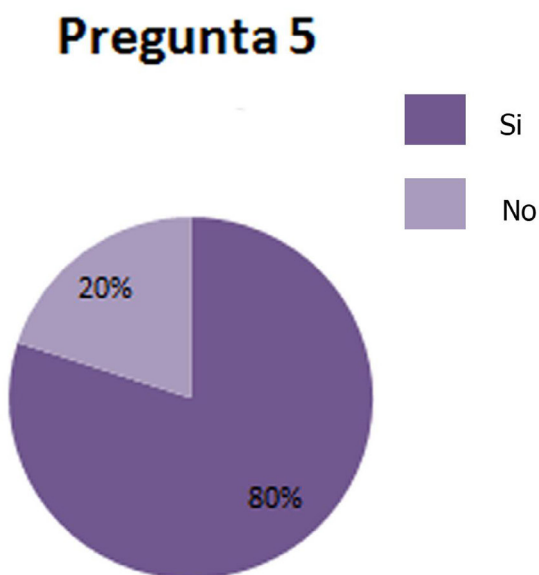
### Pregunta 3



4. La diagramación y nitidez del documento fue aceptado con un 68%

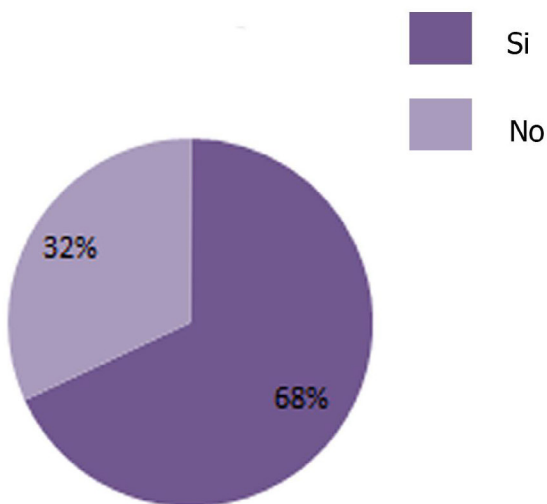


5. El uso de un fondo neutro y colores fríos resulta ser el más apropiado para visualizar contenidos, imágenes e información, sin forzar la vista y sin interrumpir la lectura, lo certifica el 80% de los evaluadores.



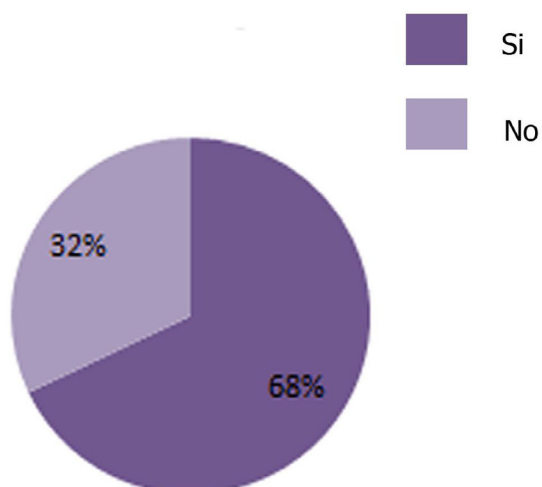
6. El 68% de los evaluadores concuerda en que la propuesta del informe FORMATURES es apropiada para un documento oficial.

### Pregunta 6



7. La composición del documento muestra equilibrio en la estructura entre los textos, espacio, imágenes e información, fue reconocida con el 68%.

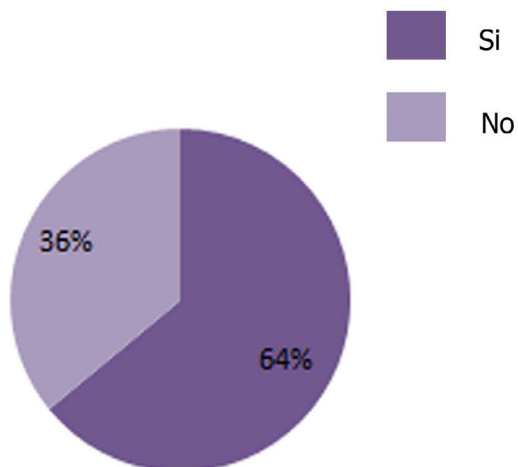
### Pregunta 7





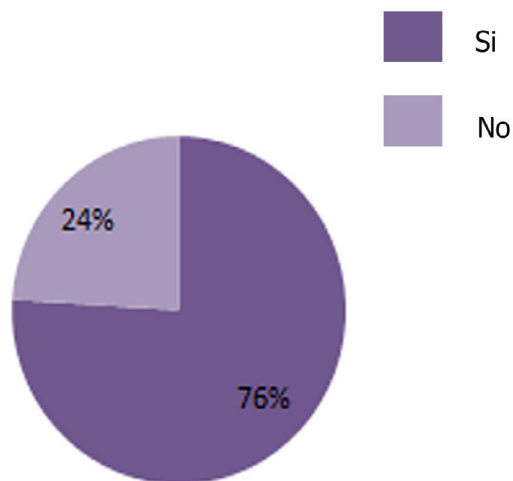
8. El 64% de los evaluadores consideran que la estructura y composición del documento promueve una lectura grata y ligera.

### Pregunta 8



9. Los evaluadores califican con un 76% la redacción ortografía el Informe FORMATURES

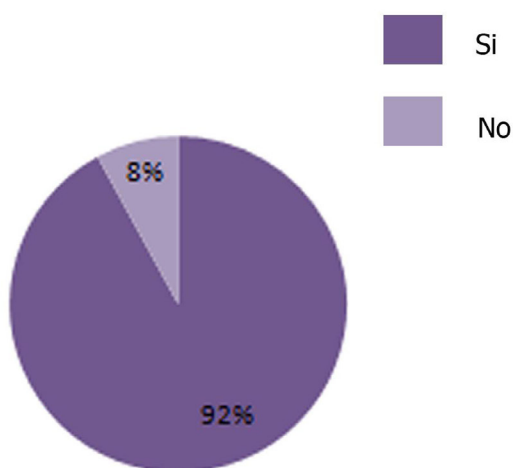
### Pregunta 9



## Encuesta 2 Sello de Calidad Turística.

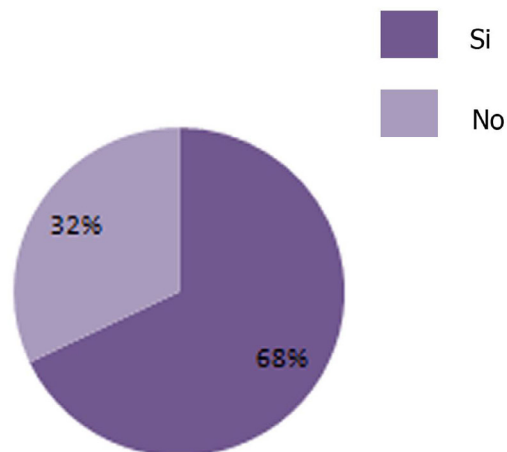
1. Con el 92% de los evaluadores afirman que el proyecto “sello de calidad turística” administrado por el Ministerio de Turismo, como un propuesta de vital importancia para la imagen turística del país.

### Pregunta 1



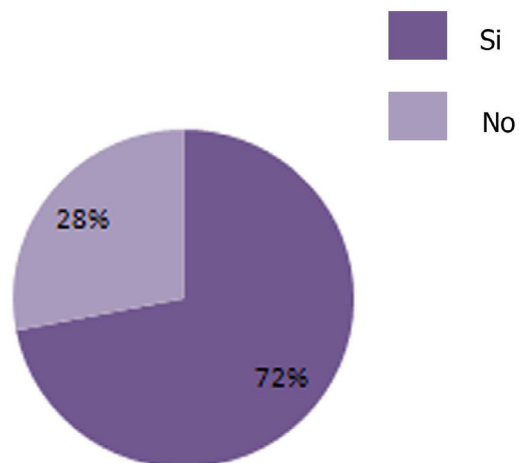
2. La propuesta presentada para el sello de calidad turística se considera adecuada por un 68% de los evaluadores.

### Pregunta 2



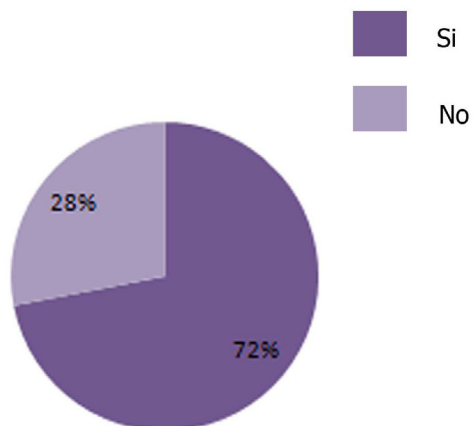
3. Los evaluadores concuerdan en un 72 % en que el proyecto “logotipo, sello de calidad turística” aporta positivamente a la imagen del turismo en El Salvador

### Pregunta 3



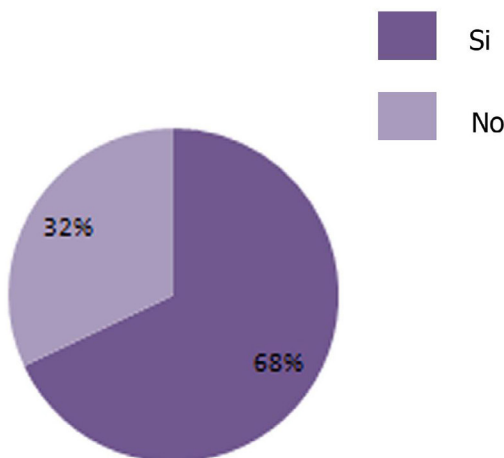
4. La propuesta para el logotipo de “sello de calidad turística” es atractivo en términos de diseño y nitidez el 72% de los evaluadores coinciden con lo planteado.

### Pregunta 4



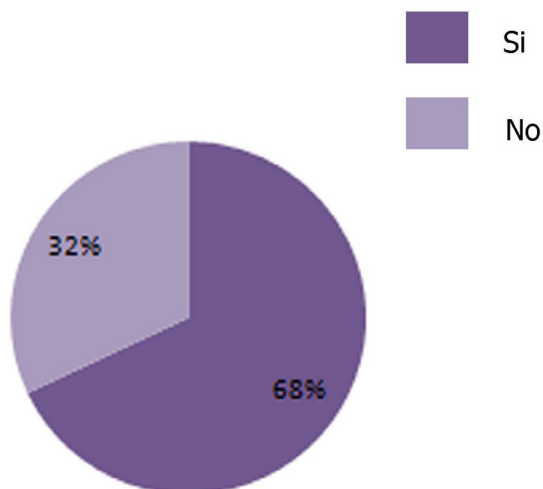
5. El uso de fondos neutros y colores fríos es apropiado para el logotipo del sello de calidad turística fue aprobado por el 68% de los evaluadores.

### Pregunta 5



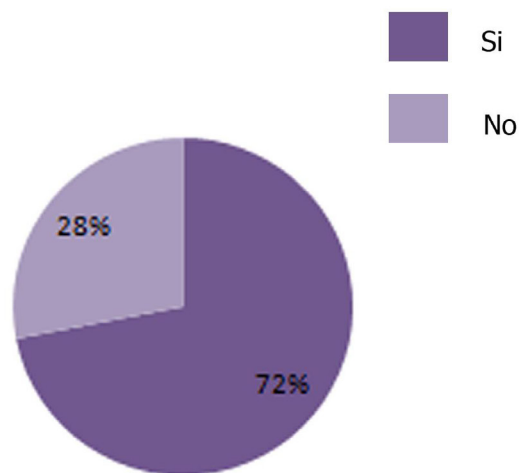
6. El 68% de los evaluadores afirman que la propuesta sello de calidad turística, brinda una identidad propia mientras el 32% piensa que no es así.

### Pregunta 6



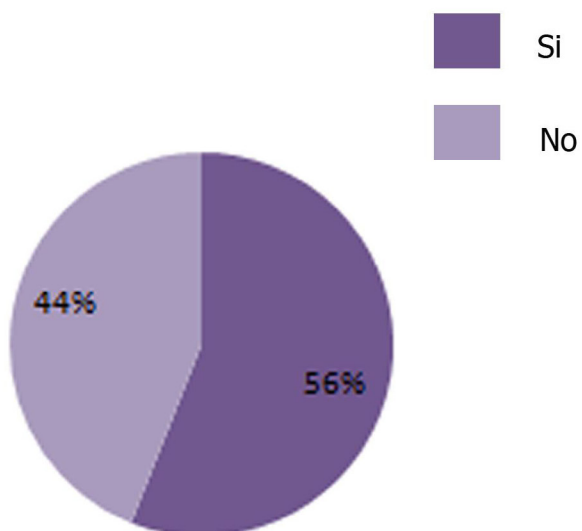
7. La composición y equilibrio del logotipo es el adecuado según el 72% de los evaluadores.

### Pregunta 7



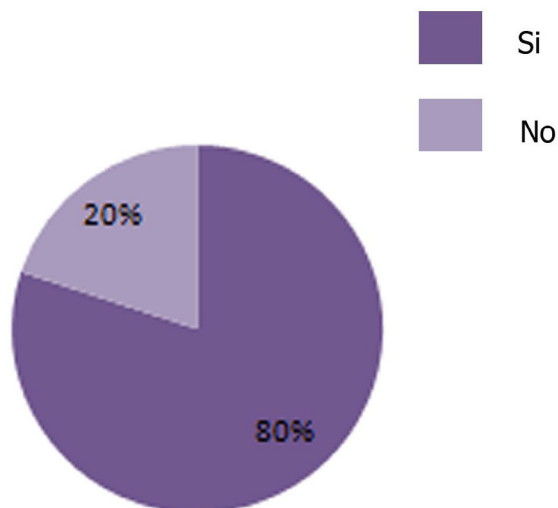
8. El 56% de los evaluadores ratificaron el uso de los colores, logo y el tamaño de la tipografía es armonioso y que permite identificar los conceptos destacables.

### Pregunta 8



9. La redacción y ortografía del logotipo fue aprobada con el 80%.

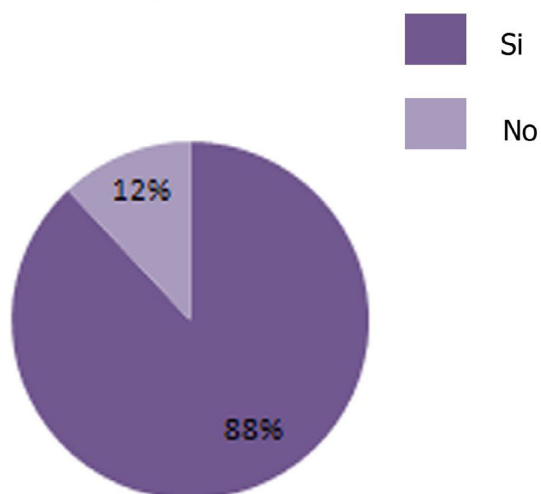
### Pregunta 9



### Encuesta 3 Guía turística.

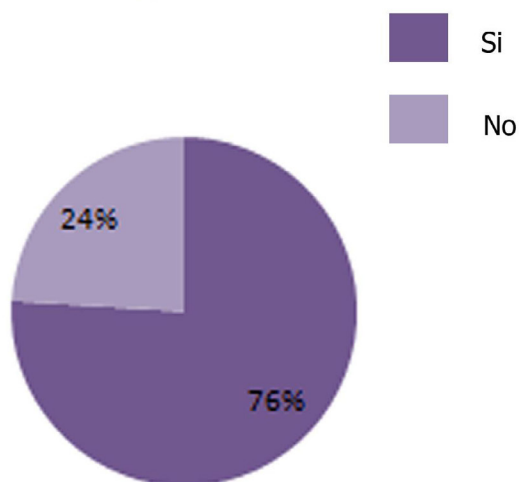
1. El 88% de los evaluadores creen que es de vital importancia que El Salvador cuente con un proyecto como el de Guía Turística.

### Pregunta 1



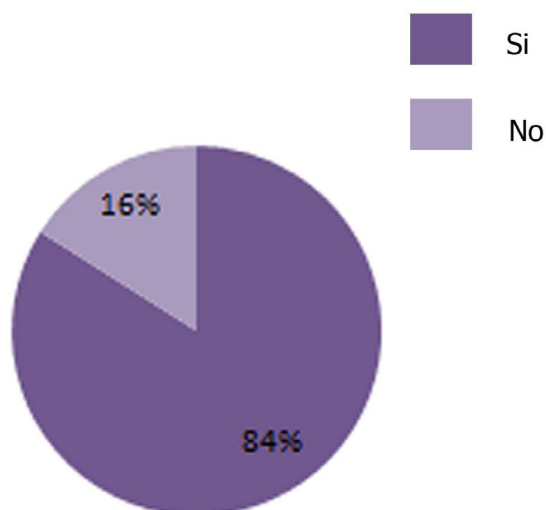
2. La composición y diagramación del material Guía Turística fue aceptada por el 76% de los evaluadores, pues fusiona de forma oportuna sus objetivos y finalidades.

### Pregunta 2



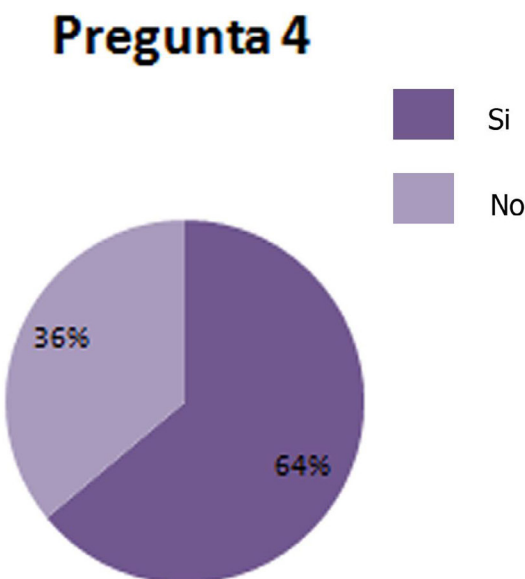
3. La claridad del concepto de la Guía Turística y el uso adecuado de palabras e imágenes para mostrar así, su asociación fue aprobado con un 84%.

### Pregunta 3

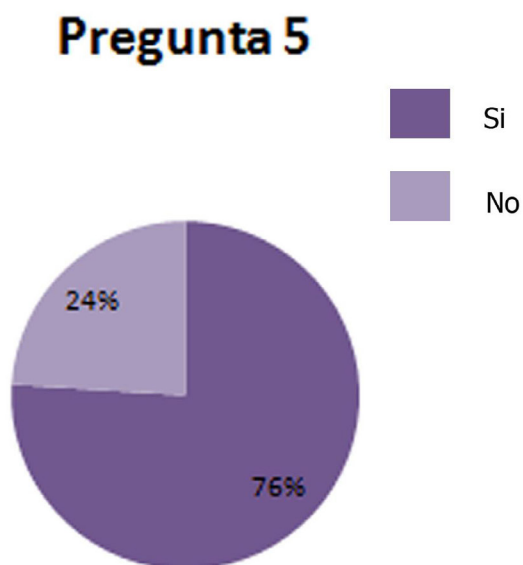




4. El atractivo, diagramación y nitidez de la Guía turística logro un 64% es aprobación, por parte de los evaluadores.

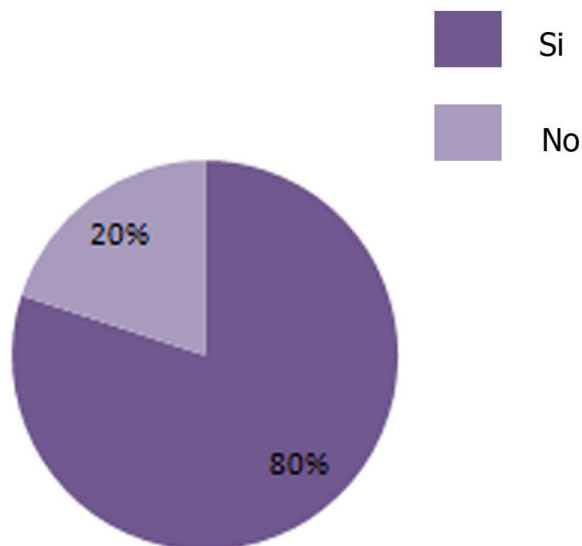


5. El uso de fondos neutros y colores, fue la forma apropiada para destacar las características de cada destino, lo confirma el 76% otorgado por los evaluadores.



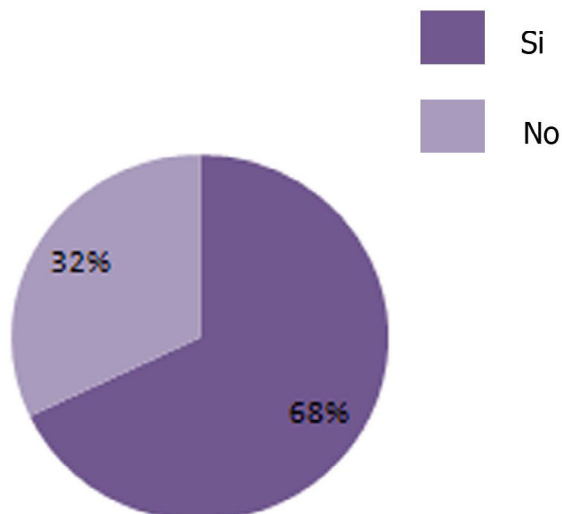
6. El 80% de los evaluadores concuerdan en que, el uso de las imágenes y los colores, sirven como estímulo visual para la creación de una imagen independiente para cada destino turístico.

### Pregunta 6



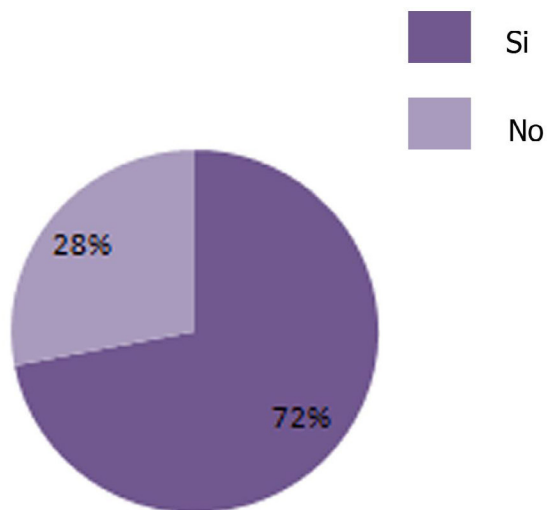
7. La composición entre los textos, espacio e imágenes fue aprobada con el 68%, contribuyendo a la idea de crear una lectura más ligera.

### Pregunta 7



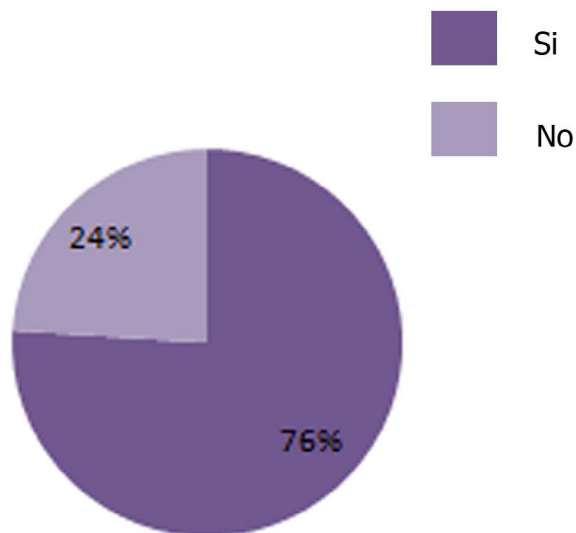
8. El 72% de los evaluadores concuerdan en que el uso de los colores, imágenes y el tamaño de la tipografía fue armonioso y permite identificar los conceptos y sus relaciones.

### Pregunta 8



9. La redacción ortografía del material fue aceptada con un 76% por parte de los evaluadores.

### Pregunta 9



## 3 . 5 Conclusiones

7. Las propuestas gráficas presentadas a la institución, pasan por un sin fin de filtros del personal no capacitado en el área del diseño gráfico del MITUR esto provoca que la esencia de la propuesta se vea dañada.

8. La imagen turística de El Salvador es débil y poco estable, debido a diversos factores como:

- La falta de una unidad creativa dentro de la institución que proporcione estabilidad a la imagen turística del país, a través del seguimiento de los parámetros establecidos por el perfil institucional.
- El diseño marca país carece de versatilidad, tampoco posee características atemporales.
- La falta de capacitación del personal de las gerencias y áreas en aspectos básicos de la publicidad y el diseño, afecta en el momento elegir un diseño o diagramación, pues el personal elige según sus gustos propios y no sigue los parámetros establecidos por la imagen institucional.
- Escaso acceso a los recursos inmediatos que forman parte de la imagen institucional como: logos, fotografías, tipografías y colores institucionales.

Todo lo anterior desembocado en una producción grafica dispersas, que no aporta positivamente a la imagen turística del país.

9. El presupuesto publicitario lograría un mayor impacto si el diseño de las producción gráfica fueran menos convencionales, si se crearan campañas que rompieran con los parámetros, para lograr permanecía en la mente del turista de esta manera, se aprovecharían al máximo cada centavo invertido.

10. En ocasiones la puesta en marcha de las campañas publicitaria o la distribución de material turístico, no tiene el efecto esperado pues la falta del estudio sobre puntos estratégicos o ubicación idónea para realizar esta práctica, no figura dentro de los objetivos de la institución.

---

### 3 .6 Recomendaciones

---

1. Establecer una Unidad Creativa dentro del Ministerio de Turismo, cuyo objetivo principal sea el mantenimiento de la imagen institucional a través la mejora en la producción gráfica interna y externa, sin cruzas los limites establecidos por la política de licitaciones, esto junto a la contratación del personal idóneo.

2. La unidad creativa se encargaria unicamente de la creación del material interno, es decir docuemtnación informativa, debera de crear un línea gráfica para cada institución complementando asi una imagen turística nacional. Todo esto por medio del establecimiento de elementos hederitarios con la finalidad de fortalecer la imagen turística en general.

3. Definir un protocolo de seleccion y modificación de las propuestas proporcionadas por las agencias publicitarias, estableciendo un comite o que la unidad gráfica se encargue de ello, con el objetivo de mantener los parametros gráficos de la institución y fortaleciendo la imagen turística del país.

4. Se debe de realizar un estudio exhaustivo de los sitios en los que se coloca la publicidad pues el aspecto de la frecuencia peatonal y vehicular no debe de ser el unico a tomar en cuenta, sino tambien el aspecto de la imagen y limpieza del sitio donde se colocan.

5. Introducir un servidor de recursos inmediatos, para facilitar el acceso a los elementos institucionales básicos de las diversas entidades relacionadas al turismo en el país, este sería operado por la unidad creativa y contaría con componentes como:

- Logos, tipografías y colores primarios y complementarios, previamente establecidos por la institución, a demás de un banco de fotografías de excelente

calidad con sus respectivos datos; nombre, ubicación y fechas. Todas serían propiedad del Ministerio de Turismo, para su manejo en diversos materiales informativos o publicitarios.

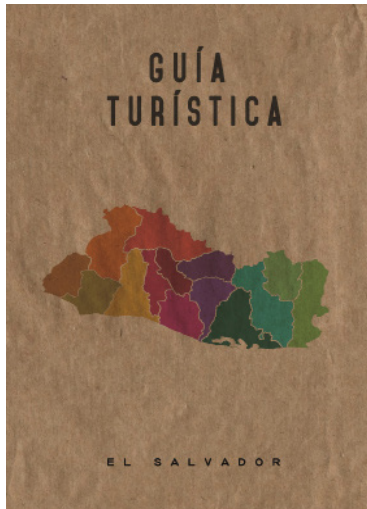
6. Deberá realizar un programa de capacitaciones sectorizadas desde la Unidad Creativa, para el personal del Ministerio de Turismo en el área publicitaria, instruyéndolos con la información básica sobre publicidad y diseño haciéndolos conocedores de los parámetros establecidos por imagen corporativa de la institución, con la finalidad de lograr una producción gráfica interna y externa unificada.

7. Elaborar un manual de marca básico, para instruir al personal con los lineamientos gráficos establecidos por la institución, además que este sea un material para la consulta regular del equipo institucional.

## ANEXOS



## Guía Turística.



### INDICE

Mensaje del Ministro de Turismo	1
Datos generales de El Salvador	5
Categorías de Destinos	
Rutas Turísticas de El Salvador	8
City Tours Monseñor Romero	10
Ruta Arqueológica	12
Ruta El Boquerón	14
Ruta Artesanal	16
Ruta Náhuatl Pipil	18
Ruta Sol y Playa	20
Ruta del Café	22
Ruta de las Flores	24
Ruta Colonial y de los Volcanes	26
Ruta de Paz	28
Tours del Golfo de Fonseca	30
Tours de la Aventura	32
Circuito Bahía Sierra	
Parques Recreativos de El Salvador	36
Parque Natural Balboa	38
Parque Natural Cerro Verde	39
Parque Natural Walter Thilo Deininger	40
Parque Acuático Apulo	41
Parque Acuático Los Chorros	42
Parque Acuático Toma de Quezaltepeque	43
Parque Acuático Sihuiatutacán	44
Parque Acuático Amapulapa	45
Parque Acuático Laguna de Apastepeque	46
Parque Acuático Costa del Sol	47
Parque Acuático Chantimchen	48
Parque Acuático Agua Fria	49
Parque Acuático Atecozol	51

Sitios de Interés Turístico Nacional	54
Paseo El Carmen	55
Ciudad de Suchitoto	56
Ciudad de Santa Ana, Centro Histórico	57
Lago de Coatepeque y Volcán Ilamatepec	
Sitios Declarados RAMSAR en El Salvador	60
Laguna El Jocotal	61
Complejo Jaltepeque	62
Bahía de Jiquilisco	63
Embalse Cerrón Grande	64
Laguna de Olomega	65
Complejo Guija	
Áreas Naturales Protegidas de El Salvador	68
Parque Nacional Complejo de los Volcanes	69
Complejo de San Marcelino	70
Los Cobanos	71
Parque Nacional Montecristo	72
Parque Nacional El Imposible	73
Santa Rita- Zanjon El Chino	74
Laguna Las Rañas	75
Chiguanthique	76
Complejo Conchagua	77
Laguna El Jocotal	78
Complejo el Volcán de San Salvador	79
Bahía de La Unión	80
Barra de Santiago	
Teléfonos importantes	81
Referencias	82
Créditos	83

### MENSAJE DEL MINISTRO DE TURISMO.

LICENCIADO JOSÉ NAPOLEÓN DUARTE DURÁN



Estimados Turistas Nacionales y Extranjeros: Desde que inicié gestiones al frente del Ministerio de Turismo de El Salvador, uno de los propósitos fundamentales fue el de contribuir al desarrollo turístico de los Pueblos Vivos de nuestro país, los cuales cuentan con grandes recursos y atractivos, pero sobretodo con las y los Salvadoreños que quieren contribuir a mejorar nuestro país, trabajando

unidos por un desarrollo planificado, para que tanto turistas nacionales como extranjeros tengan la oportunidad de visitar y disfrutar cada uno de nuestros sitios turísticos, en donde se les recibirá con calidez y amabilidad, principales características de los Salvadoreños.

Es por ello que con la intención de que cada turista cuente con un documento que reúna la mayor cantidad de información, se ha elaborado este material al que hemos llamado "Pasaporte Turístico de El Salvador", en el que le presentamos un resumen de cada una de las diversas Rutas Turísticas, que están integradas por municipios que se promocionan internacionalmente bajo estándares de calidad; información de los 14 parques recreativos (acuáticos y naturales); información de las áreas naturales protegidas, Sitio declarado RAMSAR de El Salvador, datos interesantes de los Declarados Centros Turísticos de Interés Nacional así como datos básicos y mapa de nuestro querido país El Salvador.

¡ Bienvenidos a nuestro querido El Salvador: Un Destino Encantador ! En donde estamos seguros que disfrutarán cada uno de nuestros atractivos y recursos, que le están esperando para atenderle como usted se lo merece. Les invito a recorrer nuestros Pueblos Vivos que nos ofrecen espectaculares paisajes, donde podrán vivir experiencias únicas, disfrutar de una rica y variada gastronomía, experimentar nuestras costumbres y tradiciones.

Afectuosamente,

Lic. José Napoleón Duarte Durán  
Ministro de Turismo de El Salvador  
(2009- 2014) (2014-2019)

### DATOS GENERALES DE EL SALVADOR

NOMBRE OFICIAL: República de El Salvador

CAPITAL: San Salvador

MONEDA OFICIAL: Dólar de EEUU.

IDIOMA: El castellano es el idioma oficial. Sin embargo, en ciertas zonas del interior, parte de la población originaria aún se comunica en Náhuatl, Pipil y otras lenguas. En los destinos turísticos hay guías y personal capacitado en idioma Inglés, francés, alemán, entre otros idiomas.

GOBIERNO: Republicano, Democrático y Representativo. (Art. 85 c.p.)

PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA: Profesor Salvador Sánchez Cerén

BANDERA: La actual bandera del país fue adoptada en 1912 durante la presidencia de Manuel Enrique Araujo; representa el azul del cielo y el blanco de las nubes. Fiesta nacional: 15 de septiembre (aniversario de la independencia respecto a España en 1821)

EXTENSIÓN TERRITORIAL: 21,040.79 Km<sup>2</sup>

HORARIO COMERCIAL:

Las oficinas de gobierno laboran de lunes a viernes, de 07:30 a.m. hasta las 3:30 p.m. Algunas instituciones comienzan sus labores a las 8:30 a.m. y terminan a las 4:30 p.m. Los comercios, en general abren de lunes a viernes, desde las 9:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. El sábado se trabaja todo el día y algunos establecimientos permanecen abiertos el domingo.

### DATOS GENERALES DE EL SALVADOR

#### DATOS GENERALES:

Los indígenas lo llamaron Cuscatlán, pero hoy se le conoce como El Salvador. Situado en el corazón mismo de América, tiene una superficie de 21,040.79 km<sup>2</sup>. Dos grandes masas de tierra, América del Norte y del Sur, se unen allí para formar un solo continente. Limita El Salvador al este y norte con Honduras, y al oeste con Guatemala. El Golfo de Fonseca lo separa, al suroeste, de Nicaragua; y al sur, sus costas bordean el Océano Pacífico, que baña sus 310 km de playas con cálidas aguas. Valles y montañas componen su territorio. Al norte, se hallan las cordilleras de Metapán y Chalatenango, en la cual se eleva El Pital, la mayor cumbre del país, con 2,730 m sobre el nivel del mar. El Volcán Santa Ana o Ilamatepec, es el más alto de la nación con 2,365 m de altura. Otro volcán es el de Izaco o Faro del Pacífico, situado en el departamento de Sonsonate, alcanza los 1,885 m de altura y no tiene vegetación alguna. Hasta 1957, los humos que eshalaba podían divisarse desde el Pacífico, sirviendo de guía a las embarcaciones.

El río más importante y extenso de El Salvador es el Lempa, en cuyo cauce se elevan varias presas. El país tiene también lagos notables, como el de Ilopango y el de Coatepeque de origen volcánico y gran belleza natural. Después de San Salvador, las ciudades con mayor relevancia son: San Miguel y Santa Ana.

El Puerto de Acajuitla, en la costa del Pacífico es punto de atraque de numerosas líneas marítimas internacionales que prestan servicio al transporte de carga y a cruceros. Y esta próximo a entrar en funcionamiento el Puerto de la Unión Centroamericana en el Departamento de La Unión, el cual tiene también infraestructura para atraque de cruceros.

### HISTORIA

#### LA COLONIA.

Antes de la conquista española el territorio fue objeto de constantes migraciones indígenas, unas de origen Maya y otras Náhuatl; la última de ellas la de los pipiles, ocupó el centro y parte oeste del país, donde se constituyó el cacicazgo de Cuscatlán. En oriente habitaban los Lenca, los Chorotega en la zona Nor-oeste, Místico Matagalpas al Este y Pocomames en el Occidente.

En 1524 Pedro de Alvarado inició la conquista y fundó San Salvador, trasladada en 1525 a su posición actual, aunque los Cuscatlecos se resistieron por más de veinte años al dominio español. El Salvador quedó dividido en la época colonial en diversas provincias, que fueron integradas en la capitania general de Guatemala. En 1786 se instituyó la intendencia de San Salvador, que por primera vez dio unidad política-administrativa a la región. Los principales recursos de la sociedad colonial fueron el Cacao, el Anil y la Ganadería.

#### LA INDEPENDENCIA Y EL SIGLO XIX.

En 1811 tuvo lugar el primer levantamiento mestizo a favor de la independencia, la proclamación de una república y el acceso a la propiedad de la tierra, pero no prosperó. Un nuevo movimiento popular en 1814 fue reprimido por las autoridades de Guatemala. Finalmente, en 1821 fue proclamada la independencia con el apoyo de los grandes cacaheros.

### LA INDEPENDENCIA Y EL SIGLO XIX.

El Salvador se opuso a la integración con el Imperio Mexicano pero la intervención de las tropas del General Filisola (1822-1823) lo obligaron a rendirse, aunque la caída del imperio de turbia, poco después, restableció la independencia salvadoreña y el país se incorporó de inmediato a la federación de las Provincias Unidas de Centro América, de la que San Salvador, fue capital entre (1832-1833) en esa época se produjo la rebelión Pipil de Anastasio Aquino, que se proclamó Rey de los Nonualcos (1832-1833).

El Salvador fue el último reducto de la Federación Centroamericana hasta que, en 1840, Morazán lo abandonó y se proclamó su constitución definitiva como República Independiente (1841). A pesar de todo y hasta fines del Siglo XIX, Guatemala siguió ejerciendo un peso fundamental sobre El Salvador, cuyos presidentes dependieron frecuentemente de los guatemaltecos, el Conservador Cámara y el Liberal Justo Rufino Barrios. Por otra parte el café se convirtió en el principal recurso de la exportación. El poder local fue progresivamente asumido por la oligarquía cafetalera, aunque la Constitución de 1886 proclamó un sufragio casi universal y directo, con elección popular del Presidente de la República, el poder se transmitió mediante golpes de estado. Hasta los finales de Siglo XX en que las elecciones tuvieron un carácter más Democrático y transparente lo que ha dado lugar a la alternancia en la línea filosófica del gobierno y contar a la fecha con un gobierno de ideología diferente a la conservadora y con una visión social más justa.

### CATEGORÍAS DE DESTINOS

El Salvador como destino emergente se posiciona en la preferencia de los turistas por su variada oferta de destinos, por sus ventajas comparativas tales como: La cercanía de sus atractivos, la calidad de sus vías de comunicación consideradas las mejores actualmente en Centro América, el grado de desarrollo de su infraestructura turística, la seguridad que está garantizando la Policía de Turismo más profesional de la región y la calidez humana con que su gente recibe al turista al considerar a cada uno su amigo.

Posee múltiples ventajas diferenciales significativas por las que El Salvador es un destino con crecientes y sostenidos indicadores turísticos. El Salvador quiere compartir con el Mundo, atractivos de categoría y reconocimiento mundial en importantes segmentos como:

**a) Culturales:** Joya de Cerén declarado Patrimonio de la Humanidad por UNESCO, en 1993 por ser el único Sitio Arqueológico en todo el mundo Maya en el cual se puede apreciar la cotidianidad de la vida, destino que se integra a productos muy bien desarrollados como son las Rutas Turísticas con alto contenido histórico cultural que brinda experiencias auténticas al turista con sus pueblos encantadores como Suchitoto, Ataco, Perquin, Alegria entre muchos otros.

**b) Sol y Playa:** Con más de 300km de cálidas y amigables aguas en las que se destacan playas de categoría mundial para practicar el surfing y que son escenario de competencias internacionales desde hace más de 3 décadas, estuarios, Bahía declarada Reserva de la Biosfera (UNESCO 2007), un Bello golfo con encantadoras islas.

4

### CATEGORÍAS DE DESTINOS

**c) Naturaleza y Aventura:** Tierra de múltiples volcanes como Izalco, Ilimatepeq, Conchagua, Parques Nacionales, Lagos entre ellos Lago de Coatepeque ganador de segundo lugar en 2013 del Concurso Mundial "The New Eight Wonders" y Lago de Ilopango, paraíso de los buceadores donde se puede tener una experiencia casi única en el mundo, como es la visita a un Volcán activo que se halla debajo de sus aguas y es visitado con la asesoría de empresas profesionales, que entrenan y autorizan a turistas.

Entre las Sierras de El Salvador se encuentra la Cordillera Apaxeca Ilimatepeq declarada Reserva de la Biosfera, la Cordillera del Balsamo con sus exuberantes bosques, de este milagroso árbol seguramente únicos en el mundo, que ha sido aprovechado por cientos de años por nuestras ancestrales culturas y que en la actualidad se realizan tours demostrativos donde el visitante puede disfrutar de esta maravillosa experiencia propia de El Salvador.

**d) Congresos y Convenciones:** Actualmente, El Salvador cuenta con el Centro de Convenciones más grande de Centroamérica, así como infraestructura en hoteles y hostales rurales adecuados para estos fines, todo con la más alta tecnología en equipos de comunicación, traducción simultánea, proyección y servicios complementarios que facilitan la realización de estos eventos, además de brindar la oportunidad a los congresistas de visitar múltiples destinos con excelentes vías de comunicación y cercanía.

El Salvador sustenta el desarrollo de sus atractivos en la Filosofía de la Sostenibilidad, estamos conscientes de que la conservación de nuestros recursos naturales, el desarrollo social y económico y la satisfacción del visitante nos potencia como destino y servirá para compartir lo que la creación ha dado a esta bella tierra que en lenguaje autóctono se llama Cuscatlán, que significa "Tierra de Tesoros".

5

### RUTAS TURÍSTICAS DE EL SALVADOR

7

### CITY TOUR MONSEÑOR ROMERO



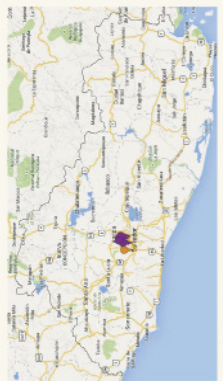
Fotografía elaborada por El Centro Monseñor Romero, San Salvador, El Salvador, C.A.

Este tour de seis horas y que puede extenderse hasta dos días, inicia por el Centro Monseñor Romero y Museo de Mártires, Universidad centroamericana (UCA) que incluye la Sala de Mártires, Capilla y el Jardín de las Rosas. Se continúa a la Catedral de San Salvador, sagrada morada de los restos de Monseñor Romero. Luego, se continúa al Museo de la Palabra y la imagen, para ver la exhibición de fotografías personales de Monseñor Romero. Y a continuación al Centro Histórico Monseñor Romero, dentro del Hospital Divina Providencia, recorriendo la casa en la cual vivió Monseñor y la capilla donde ocurrió su muerte. Asimismo, puedes visitar, en Santa Tecla, el Santuario de Monseñor Romero en la Casa de las Hermanas Chacón, impregnado de recuerdos de la estrecha amistad con Monseñor, y conocer el Paseo El Carmen, para un agradable recorrido y saborear su vanada gastronomía.




8

### CITY TOUR MONSEÑOR ROMERO



Paseo El Carmen,  
Palacio Nacional,  
Santuario de Monseñor Romero,  
Casa de las Hermanas Chacón,  
Basílica Sagrado Corazón.

**CITY TOUR MONSEÑOR ROMERO**  
Estrada de Monseñor Romero,  
Santuario de Monseñor Romero,  
Casa de las Hermanas Chacón.



9

### RUTA ARQUEOLÓGICA

#### TAZUMAL



Representa un acercamiento a una de las culturas más avanzadas de la humanidad. La cultura Maya, en El Salvador conocerá el único sitio del mundo Maya donde se agrupa la cotidianidad de sus habitantes y que ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad.



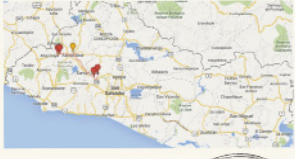

10

### RUTA ARQUEOLÓGICA

Joya de Cerén, así como sítios monumentales, centros ceremoniales y museos, es un verdadero viaje al pasado cultural de gran interés para propios y extranjeros. Lugares de observación astronómica, sus centros interpretativos, es un verdadero viaje al pasado algo muy interesante y cultural. Esta ruta nos acerca a Parques Arqueológicos del Mundo Maya, incluida Joya de Cerén, Patrimonio de la Humanidad, UNESCO 1993. Cuenta con pirámides, museos, senderos y guías locales que le harán conocer lo interesantes de nuestra ancestral cultura.

Municipios que componen la ruta:  
- Joya de Cerén,  
- San Andrés,  
- Casa Blanca,  
- Tazumal.

Atractivos cercanos:  
- Ciudad de Santa Ana.

11

### RUTA EL BOQUERÓN



Obtenido del sitio de San Salvador

Durante su recorrido en esta ruta natural y cultural, se visitan cinco atractivos turísticos todos relacionados al tema de Vulcanología, Arqueológica y Naturaleza, cada uno de los atractivos cuenta con sus respectivos elementos componentes, que a su vez conforman una secuencia de estaciones interpretativas, para el enfoque enseñanza y aprendizaje del visitante.

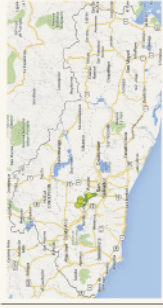



12

### RUTA EL BOQUERÓN

Municipios que componen la ruta:

- Sitio Arqueológico de Joya de Cerén.
- Mirador Joyas Negras.
- Caminata sobre área natural El Playón.
- Senderos Los Chintos.
- Centro de Interpretación del Patrimonial Y Parque El Boquerón.

13





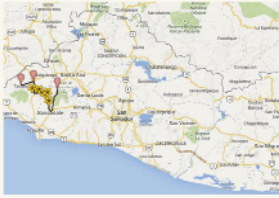

### ▶ RUTA DE LAS FLORES

Municipios que componen la ruta:

- Los Naranjos.
- Salcoatitán.
- Juayúa.
- Ataco.
- Apaxeca.
- Concepción de Ataco.

Atractivos cercanos:

- Tacuba.
- Nahuizalco.

23

### ▶ RUTA COLONIAL Y DE LOS VOLCANES

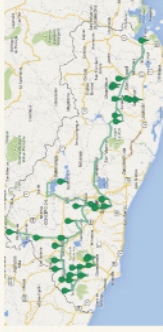


Itinerario turístico multidestino que recorre Centroamérica siguiendo el antiguo Camino Real que construyeron los Españoles sobre rutas indígenas preexistentes, paralelas y transversales a las cordilleras volcánicas de la Costa Pacífica. Esta ruta es considerada dentro de la industria turística como el más importante ejemplo de integración turística regional ya que permite admirar de forma simultánea su naturaleza, volcanes y una serie de ciudades que fueron construidas durante la época de la Colonia Española. Con este esfuerzo integrado, se cuenta, a nivel nacional, con la oferta de servicios y productos turísticos de 33 municipios:




24

### ▶ RUTA COLONIAL Y DE LOS VOLCANES




1. Escuintla
2. Concepción de Ataco
3. San Pedro Piedra
4. Atlixcoapa
5. Cahabón
6. Cahabón
7. Nahuizalco
8. Apaxeca
9. Apaxeca
10. San Juan Ostuncalco
11. Tacuba
12. Huehuetenango
13. Santa Ana
14. Metapán
15. Chichigua
16. Chichigua
17. Conchagua
18. Amagosa Curatellán
19. San Rafael Oriente
20. San Juan Ostuncalco
21. San Salvador
22. Belén
23. Conchagua




25

### ▶ RUTA DE PAZ



Si buscas tranquilidad y lejanía no dejes de seguir esta ruta. Aquí encontrarás serenidad y la quietud de una zona montañosa, con muchos recursos turísticos naturales como ríos, cerros, cuevas, puntos escénicos, conoce la historia de la guerra civil de los años 80 relatada por los protagonistas y plasmada en su museo, visita importantes sitios memoriales, acampa en sus apacibles llanos, realiza recorridos en caballo o bicicleta de montaña por sus bellos parajes.



26

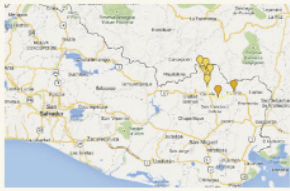

### ▶ RUTA DE PAZ

Municipios que componen la ruta:

- Porquín.
- San Fernando.
- Arambala.

Atractivos cercanos:

- Cacaopira.
- Corinto.

27

### ▶ TOURS DEL GOLFO DE FONSECA

En el Tour de las Islas del Golfo de Fonseca, el turista podrá visitar la isla Meanguera del Golfo, el volcán de Conchagua, los restaurantes cercanos al puerto de la Unión Centroamericana y las playas Negras, Las Tunas y El Tamarindo. Este tour te permitirá visitar variedad de vida silvestre y llena de historias de piratas. Se recorren las riberas de la isla Pirigallo, también conocida como palacio de las aves, en la que se pueden encontrar variedad de aves como las fragatas y el pelicano Pardo Americano. Además de actividades que se ofertan en el tour incluyen los deportes extremos como tubing, snorkeling. En la Playa Brava se permite visualizar la fauna marina hasta dos o tres metros de profundidad. También se hace pesca con arpón-buceo.

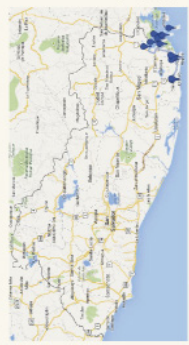




28

### ▶ TOURS DEL GOLFO DE FONSECA

Municipios que componen la ruta:



- Tour de Islas.
- Volcanes Conchagua.
- Playa de Las Flores.
- Tour de Manglares, Playa El Estero.

29

### ▶ TOURS DE LA AVENTURA

Si eres de los que disfrutan realizar diferentes actividades sin viajar mucho, este tour es el indicado para ti. Aquí encontrarás deportes extremos, puedes comprar y conocer más sobre las artesanías de la zona, pero sobre todo vivir cada instante de historia en el recorrido. El Tour de Aventura en El Salvador tiene tres circuitos turísticos divididos en tres zonas del país. El circuito Aventura Lenca en el oriente del país abarca zonas que fueron ocupadas por las Lenkas antes de la colonización española.

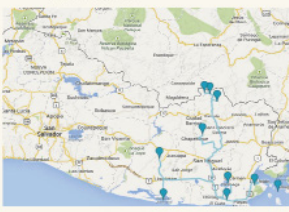




30

### ▶ TOURS DE LA AVENTURA

Municipios que componen la ruta:

- Alegría.
- Gustajagua.
- Pentón.
- El Misote.
- Conchagua.
- Olomega.
- Itilpucá.
- Bahía de Jiquilisco.

31



**CIRCUITO BAHÍA SIERRA**



Esta ruta es una verdadera aventura que asciende desde la costa hasta las alturas del departamento de Usulután; comprendiendo atractivos de playa como la bahía de Jiquilisco, áreas de manglares y protegidas, sierras con lagunas de encanto, con mucha naturaleza en su entorno, paisaje, clima para todas las preferencias y excelente oferta de servicios de alojamientos y restaurantes.

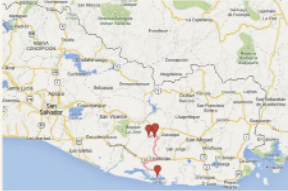



32

**CIRCUITO BAHÍA SIERRA**

Municipios que componen la ruta:

- Bahía de Jiquilisco.
- Laguna San Juan del Gozo.
- Laguna de Alegría.
- Ciudad de Alegría.





33


**PARQUES TURÍSTICOS DE EL SALVADOR**

35

**PARQUE NATURAL BALBOA**



Localizado a 12 kilómetros de San Salvador, es espacio natural con abundante vegetación disponible a los largo de sus 40 manzanas. Uno de los mayores atractivos del Parque Balboa son los monumentos precolombinos. En La Puerta se puede practicar Rappel. En el Parque también se realizan tours Nocturno, en donde se pone de manifiesto las tradiciones y costumbres de los Pueblos Vivos.



26

**PARQUE NATURAL BALBOA**

**PUERTA DEL DIABLO**



La popular Puerta del Diablo, es un emblemático sitio turístico ubicado a los afueras de la capital de San Salvador. Sus características principales son sus tres peñascos que la conforman: "Ánimas", "Balcón de los Sueños" y "Peñón de las Virgenes". En este lugar usted encontrará los fines de semana la práctica de deportes extremos como: canopy y rappel, y una variada gastronomía típica.

¿Cómo llegar?

La Puerta del Diablo se ubica al sur del Parque Balboa, dentro de Los Planes de Renderos. Si se conduce en vehículo, deberá guiarse por la señalización de la calle. Podrá estacionarse en el parqueo asignado, sin ningún costo.

Los buses que frecuentan en la zona son: Ruta 12 microbús (con destino al Parque de la Familia y los Planes de Renderos). Podrá abordarlo en el Centro de San Salvador, en las inmediaciones del Mercado Central.



37

**PARQUE NATURAL CERRO VERDE**



Situado entre el los departamentos de Santa Ana y Sonsonate, su nombre Cerro Verde, deriva del náhuatl "Cuntitepeque" y forma parte del Complejo Los Volcanes. Podrás realizar Caminatas a los volcanes de Izalco y de Santa Ana, todos los días a partir de las 11:00 am acompañados por guías de la POLTUR. Y los domingos y días feriados puedes hacer uso de los Buses Alegres.



38

**PARQUE WALTER THILO DEININGER**



Un lugar para realizar deportes extremos y caminatas con guías especializadas, hacia el lugar conocido como El Mirador el cual posee una vista panorámica al Océano Pacífico, a la vez se tendrá una experiencia inolvidable en "La Cueva del Escarito" donde podrás practicar actividades como el Rappel, Paintball y Bicicleta, se puede hacer recorridos entre 2 a 3 km, el sendero de y otros recorridos como "Chansañora", "Río Amayo", "Pasa El Salto", "El Coyote", "Pur la" o canchales del parque puedes desplazar a la Playa El Maguejuelo y La Libertad.



29

**PARQUE ACUÁTICO APULO**



Un excelente atractivo que funciona como un Centro Vocacional Deportivo en el que se aprovechan las características del lago del Dopango, ideal para la práctica de deportes acuáticos y desarrollo de competencias internacionales de esta índole. El Parque posee dos piscinas una para niños y otra para adultos, actualmente remodeladas con fuentes y higos para la recreación familiar, así como un amplio muelle donde los visitantes pueden disfrutar de exquisitos platos, diez kioscos de comida, estacionamiento para cuatrocientos vehículos, área de picnic y un muelle para poder dar un lindo paseo en lancha.



40

**PARQUE ACUÁTICO LOS CHORROS**



El parque se ubica a 18 km al oeste de San Salvador, el cual te espera con su moderna infraestructura, en donde adultos y jóvenes pueden disfrutar de toda la aventura, a través de la implementación de un tobogán de más de 4 metros de altura. Para los niños se han instalado juegos acuáticos interactivos, también posee un anfiteatro, en donde se celebran diferentes actos educativos y culturales. Para la comodidad y accesibilidad de todos los visitantes, el parque tiene un camil de desaceleración y aceleración, a fin de evitar largos congestionamientos a la hora de entrar y salir del lugar.



41

**▶ PARQUE ACUÁTICO TOMA DE QUEZALTEPEQUE**



Su nombre cuenta con diversos significados en náhuatl, entre ellos "Cerro Montaña de Quezales", "Ciudad Preciosa" y "Lugar Hermoso". Este paraje está situado al Noroeste de la ciudad de Quezaltepeque, en el departamento de La Libertad. El Parque cuenta con tres piscinas de aguas frescas, un tobogán acuático, un lago artificial. Además posee 46 cabinas familiares y áreas establecidas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO TOMA DE QUEZALTEPEQUE**

42

**▶ PARQUE ACUÁTICO SIHUATEHUACÁN**



Su nombre de origen náhuatl también es conocido como "Ciudad de los sacerdotes, pitonisas o hechiceras" y que se ubica en el oriente de la Ciudad Morena, a 65 km de la ciudad capital; y está ubicado en Chalkhupa ciudad que posee un legado prehispánico, albergando lugares que guardan vestigios de diferentes cultivos indígenas. El parque posee piscinas de aguas frescas alimentadas con aguas de manantial que nacen dentro del Parque, un tobogán acuático, moderno Anfiteatro capacitado para mil personas y áreas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO SIHUATEHUACÁN**

43

**▶ PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA**



Amapulapa de origen náhuatl también es conocido como "Río donde se hunden los Amates". Está ubicado cerca de la ciudad de San Vicente, a 60km al oriente de San Salvador. El parque cuenta con cuatro piscinas para adultos, tobogán acuático, tres piscinas para niños con servicios guardavidas, 36 cabinas familiares áreas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO AMAPULAPA**

44

**▶ PARQUE ACUÁTICO LAGUNA DE APASTEPEQUE**



Su nombre que proviene del náhuatl significa "Cerro de las vasijas grandes", ubicado en San Vicente. Este exuberante Parque Natural, cuenta con un área de playa y un espejo de agua fresca de las cuales puede disfrutar en compañía de su familia y amigos. Además de recrearse con un chapuzón en la piscina, restaurante, un acogedor molicón con muelle flotante para tomar lotos del recuerdo.

**PARQUE ACUÁTICO LAGUNA DE APASTEPEQUE**

45

**▶ PARQUE ACUÁTICO COSTA DEL SOL**



Este parque está situado en la zona costera del mismo nombre, en el cantón San Antonio de Los Blancos, en San Luis La Herradura, departamento de La Paz a 65 kilómetros de la ciudad capital. Cuenta con zona de Rancho donde se puede disfrutar de sabrosos platos de comida, además cuenta con 32 cabinas para los visitantes, áreas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO COSTA DEL SOL**

46

**▶ PARQUE ACUÁTICO ICHANMICHEN**



Ichanmichen, su nombre en náhuatl significa "Morada de los Pececitos" o "Cueva de los Pececitos". Está ubicado en Zacatecoluca, a 52 km de la ciudad capital. Su vestigio cultural se manifiesta con las historias que se viven, entre ellas el famoso Cipitío, la Siquarubia y la Sirena. El Parque cuenta con cinco piscinas, un tobogán en la piscina popular, además de moliceros en donde encuentran ricos platos típicos y tradicionales. Además cuenta con 33 cabinas familiares, áreas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO ICHANMICHEN**

47

**▶ PARQUE ACUÁTICO AGUA FRÍA**



Este parque está ubicado al norte de la ciudad de Chalatenango, a 73 km de San Salvador. En este Parque podrá disfrutar de una piscina familiar que cuenta con un tobogán y un tobogán acuático, además de dos deslizadoros, piscinas para adultos y una para niños. En la zona de moliceros, encontrará comida típica, así como un Salón de Usos Múltiples, se cuenta con kioscos. El lugar cuenta con un estacionamiento para cuarenta y cinco vehículos.

**PARQUE ACUÁTICO AGUA FRÍA**

48

**▶ PARQUE ACUÁTICO ALTOS DE LA CUEVA**



Este parque está localizado en los márgenes del río grande del departamento de San Miguel, a una distancia de 142 km al oriente de San Salvador. El Parque cuenta con tres piscinas para niños y adultos, un tobogán acuático instalado en un lago artificial. Además posee 10 cabinas con capacidad para 4 personas y áreas establecidas para compartir y divertirse en familia.

**PARQUE ACUÁTICO ALTOS DE LA CUEVA**

49

**▶ PARQUE ACUÁTICO ATECOZOL**



Atecozol cuyo nombre significa "Cuna del Señor de las Aguas", se ubica al costado oriente del casco urbano de Izalco. Allí disfrutará de sus piscinas que son abastecidas por nacimientos naturales de la parte alta municipal, lo que las vuelve sumamente refrescantes y demás áreas del parque para la relajación y el esparcimiento de la familia.

**PARQUE ACUÁTICO ATECOZOL**

50



### PARQUE ACUÁTICO ATECOZOL



Cuenta con 34 cabafías, desvestideros y servicios sanitarios para ambos sexos; además con restaurantes para deleitarse con deliciosos platos propios de la zona, espaciosos estacionamientos, albergan aproximadamente trescientos cincuenta vehículos; además, el parque cuenta con áreas de picnic, juegos infantiles, servicios de guarda parques y guardavidas, un vivero y para los amantes del deporte el parque posee una cancha de fútbol y de básquetbol. La tranquilidad y el paisaje de este lugar inspiró al salvadoreño Pancho Lara en la creación de su canción "Los Nispenos", evocando la abundancia de frutos en la localidad.



52

### SITOS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

53

### PASEO EL CARMEN



El espacio peatonal, nació como una idea para transformar el centro histórico de la ciudad de Santa Tecla, lo que a la fecha se ha convertido en un punto de encuentro para la gastronomía, las artes y la cultura, creando un espacio diferente con un ambiente acogedor que proyecta comodidad, exclusividad y seguridad, razones que lo han colocado como uno de los principales destinos turísticos del país con una proyección tanto local como internacional, así mismo se ha convertido en una vitrina de la arquitectura de la época cafetalera de la ciudad y sus diferentes historias. El Paseo El Carmen parte en la intersección de la 7a. Avenida Sur y 2a. Calle Oriente, tomando rumbo norte hasta la intersección conformada por la 7a. Avenida Norte y 1a. Calle Oriente, son 11 cuadros las declaradas como Centro Turístico de Interés Nacional.



54

### CIUDAD DE SUCHITOTO



El municipio de Suchitoto se encuentra ubicado al Nor Oriente de San Salvador, su extensión territorial es 329,2 km su altitud es de 388 msnm. La población urbana es de 7,000 y la población rural es de 20,000 habitantes. Cuenta con una red de carreteras y caminos entre los que destacan las carreteras pavimentadas que va de la Ciudad de Suchitoto a San Martín y de Suchitoto a Aguilares, y no pavimentada que llevan de Suchitoto a Cincquera. Su territorio se estructura en un paisaje rico en una serie de grandes componentes físicos y bióticos entre los que resaltan: El Cerro Guazapa Icomateque, el lago de Suchitlán y los ríos: Lempa, Quetzalapa, Chalkigüigü y los Amates. La diversidad de la oferta turística, las riquezas culturales, cuenta con iglesias emblemáticas históricas y naturales, la flora y fauna propias del lugar, las costumbres y tradiciones, ser el principal centro de producción de añil de El Salvador, el Lago Suchitlán como uno de los principales detonantes del destino.



55

### CIUDAD DE SANTA ANA-CENTRO HISTÓRICO



Santa Ana es la segunda ciudad en importancia de El Salvador, y la cabecera municipal departamental. Está ubicada a 65km. de la ciudad capital San Salvador, geográficamente se encuentra a 665 mts. Sobre el nivel del mar. De acuerdo al censo de población y vivienda de 2007, el municipio de Santa Ana tiene 245,421 habitantes, ocupando el segundo lugar en la población y para su administración se divide en 25 cantones y 218 caseríos. La ciudad de Santa Ana se divide en 12 barrios y en varias colonias. Las tradicionales fiestas julias se celebran del 17 al 26 de julio en homenaje a la señora Santa Ana, Patrona del departamento. Aunque hay registros arqueológicos que datan del periodo precolombio, la ciudad fue fundada alrededor del siglo V o VI por los mayas, luego de ser ocupada por los pipiles, los cuales le dieron el nombre de Sihatehuacán, que significa: Lugar de mujeres bellas. Fue conquistada por los españoles durante el siglo XVI, durante la colonia perteneció a la Alcaldía Mayor de San Salvador.



56

### LAGO DE COATEPEQUE Y VOLCÁN ILMATEPEC



está ubicado en el departamento de Santa Ana tiene una altura de 2,381 msnm y es el más alto de nuestro país. Sus últimas erupciones ocurrieron en 1920, en 1904 y en 2005. Forma parte de la cordillera de Apuracá, dentro de un bosque nuboso montañoso tropical, en una región cafetalera a unos 65 kilómetros al oeste de la capital. Las principales actividades de la región son la agricultura y el turismo. En el mes de agosto de 2005 presentó la actividad típica de muchos volcanes, previa a una erupción. El sábado 1 de octubre de 2005 a las 8:00 (GMT-6) hora local, hubo una explosión en la que el volcán espújolo por los cables ceniza y rocas. Este volcán ha sido conocido con el supuesto nombre aborigen náhuatl de Ilamatepec, que tendría el significado de cerro padre. El Lago de Coatepeque Es de origen volcánico y está situado a 18 km al sur de la ciudad de Santa Ana en el municipio de El Congo. Tiene una altitud de 745 msnm y una superficie de 25,3 km². Además, su profundidad de 115 m. Cuenta con una isla llamada la Isla del Cerro o "Tepeque", el topónimo "coatepeque" significa "Cerro de Culebras" en lenguaje náhuatl. La caldera se formó como resultado de una gran erupción explosiva que sucedió entre 57,000-72,000 a. C. Los antiguos formados por 2 domos, el del norte tiene 25 m de diámetro y 25 m de altura, y el domo sur tiene 150 m de diámetro y 25 m de altura. Posee aguas muy agradables, y es sitio ideal para practicar el buceo, el voleyball, parapente, natación y ski acuático.



57

### SITOS DECLARADOS RAMSAR EN EL SALVADOR

59


### LAGUNA EL JOCOTAL

La Laguna El Jocotal fue declarada Humedal de Importancia Internacional por la Convención Ramsar el 22 Enero de 1998. Se trata de un complejo de humedales de agua dulce asociados a la llanura de inundación del río Grande de San Miguel y a la Laguna El Jocotal. Debido a esto, todo el humedal experimenta mareas cambiantes en el nivel del agua de acuerdo a la época lluviosa o seca o a las subidas del río Grande de San Miguel. La laguna se expande y contrae invadiendo los pantanos herbáceos, pastizales inundables y camizales que la rodean. Entre la laguna y el Río Grande, aparece un bosque estacionalmente saturado, único en el país, por contener varios cientos de hectáreas dominadas casi exclusivamente por árboles de pimiento.





60

### COMPLEJO JALTEPEQUE


















El Complejo es ubica en el departamento de San Vicente. El Complejo Jaltepeque es el segundo bosque salobre más importante del país y tiene una extensión de 49,454 ha. Este lugar ha adquirido una enorme importancia debido a los servicios ecosistémicos que ofrece como la pesca, la agricultura y el turismo, pero una de las funciones más importantes es el bosque de mangle, que sirve como barrera de protección natural ante los efectos del cambio climático. Debido a su dinámica entre agua dulce y salada alberga una rica diversidad de especies de fauna y flora. Entre estas se cuentan: 34 especies de reptiles, 98 de peces y 206 especies de aves.



62



<p><b>▶ BAHÍA DE JIQUILISCO</b></p>  <p>La Bahía de Jiquilisco constituye la mayor extensión perenne de hábitats de humedales en el país, formada por numerosos esteros y canales, (donde se encuentran importantes bancos de moluscos y crustáceos), barras de arena y playas, un conjunto de islas de diverso tamaño, manglares, bosques estacionalmente saturados, conectados con el manglar en Normandía, El Tercio y Chahuantique. También incluye una zona de pastizales herbáceos, carrizales y tularos en el sector donde el río Grande de San Miguel desemboca en los manglares de la bahía. En el sector oriental de la bahía (Samuná) se pueden observar árboles de manglar de gran porte y en excelente estado de conservación. Constituye el hábitat de miles de aves marino-costeras.</p>  <p>62</p>	<p><b>▶ EMBALSE CERRÓN GRANDE</b></p>  <p>El Embalse Cerrón Grande representa el mayor cuerpo de agua dulce del país y está situado en el tramo medio del río Lempa. En el Embalse han quedado numerosas isletas, cubiertas de escasa vegetación arbórea o boscosa. El suave relieve de la zona y las fluctuaciones del nivel del agua generan abundantes playones y áreas limosas parcialmente inundadas que sirven como hábitat para numerosos invertebrados y vertebrados acuáticos. El Embalse muestra una gran abundancia de flora sumergida y flotante en primer lugar, y de vegetación emergente en segundo lugar. La especie más abundante y que tiene un mayor efecto sobre el funcionamiento del humedal es el Jacinto de Agua. Se han identificado 15 especies de peces, de las cuales 12 son nativas del país. El lugar destaca por la diversidad y abundancia de sus aves acuáticas.</p>  <p>63</p>	<p><b>▶ LAGUNA DE OLOMEGA</b></p>  <p>La laguna de Olomega es el mayor cuerpo de agua dulce natural de la Gran Depresión Central. Este gran cuerpo de agua y los humedales que la rodean se sitúan en una llanura que limita al sur con los acantilados de la cordillera de Jucuarán y al noroeste con el río Grande de San Miguel. El núcleo del humedal está compuesto por un espejo de agua de superficie variable con una profundidad media de 2,9 metros y en cuyo interior aparecen las islas de Olomega y Olomeguita, junto con algunos pequeños islotes ubicados en el sector sudoriental de la laguna. En algunos meses de la época lluviosa, la laguna recibe el agua del río Grande de San Miguel, la cual alimenta y drena la laguna.</p>  <p>64</p>
<p><b>▶ COMPLEJO GÜJA</b></p>  <p>El Complejo Güja, que incluye el Área Natural Protegida San Diego- San Felipe Las Barras, un complejo lagunar y las áreas inundables a su alrededor, está ubicado en el departamento de Santa Ana, abarca las lagunas de Metapán, Clara, Vordo, Tecoanala y el Lago de Güja. El área total del Humedal Complejo Güja está estimada en 30,180 hectáreas. Dentro de este conjunto se estima que existen 32 km<sup>2</sup> (3,200 ha) que corresponden al área de El Salvador, así como la Laguna de Metapán que incluye una superficie de 4 km<sup>2</sup> (400 ha) durante la época lluviosa. También incluye el Área Natural Protegida San Diego y San Felipe Las Barras compuesta por 12 porciones que abarcan una superficie de 1866,50 ha, las cuales abarcan mayoritariamente al ecosistema bosque tropical seco y una porción incluye la variante del bosque aluvial (La Barra, 18,58 ha).</p>  <p>65</p>	<p><b>ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DEL SALVADOR</b></p>	<p><b>▶ PARQUE NACIONAL COMPLEJO DE LOS VOLCANES</b></p>  <p>Se ubica en el extremo oriental de la Cordillera Apapane-Ilamatepec, formada por unos 14 volcanes geológicamente jóvenes (entre 2 millones y 250 años), que van desde el volcán Cerro Grande de Apapane hasta la Caldera del Lago de Coatepeque, en la región centro-occidente de El Salvador, entre los departamentos de Santa Ana y Sonsonate. Los comparten los municipios de Santa Ana, Chalchuapa, Izalco y Nahzuacal, con una extensión de 27,346 hectáreas y una altitud de 600-2362 metros. La característica principal del Parque Nacional tiene que ver con la vinculación hidrogeológica de los tres volcanes: Izalco, Cerro Verde e Ilamatepec.</p>  <p>66</p>
<p><b>▶ COMPLEJO DE SAN MARCELINO</b></p>  <p>Se encuentra ubicado entre los departamentos de Santa Ana y Sonsonate. Área de Conservación Apapane-Ilamatepec y de la biosfera del mismo nombre, certificada por UNESCO en 2007. Tiene una extensión de 1612 hectáreas y posee 249 especies de árboles, predominando los cedros, caobos, ojushte, membrillo, titilolote, quebracho, volador y toron. En cuanto a la fauna muy variada como: el venado cola blanca, oso hormiguero, el mijo, reptiles como masacuta, coral y falso coral, timbo y cascabel. Aves como el tamborcito, pencón y el arriero, entre otros.</p>  <p>69</p>	<p><b>▶ LOS COBANOS</b></p>  <p>El Área Natural Protegida Complejo Los Cobanos ubicada en el departamento de Sonsonate, cerca del Puerto Internacional de Acajutla, comprende 2646 kms<sup>2</sup> de ecosistema marino, en el cual encontramos una de las zonas de arrecifes más conocida en El Salvador, la cual resguarda una gran variedad de especies marinas, entre ellas peces y tortugas, brindándonos albergue y alimento.</p>  <p>70</p>	<p><b>▶ PARQUE NACIONAL MONTECRISTO</b></p>  <p>Está Ubicado en la ciudad de Metapán, departamento de Santa Ana, a 125 kilómetros de la ciudad capital. Es uno de los parques naturales de El Salvador con más prestigio, siendo uno de los pulmones de nuestro país, con casi 2,000 hectáreas, su rango de alturas va desde 800 a 2430 metros. Incluye tres importantes cerros: Montecristo, Miramundo y Brujo. En el Bosque Nebuloso convergen El Salvador, Honduras y Guatemala formando parte de la Reserva de la biosfera El Tifirio, siendo uno de los puntos más altos dentro del Parque.</p>  <p>71</p>

**▶ PARQUE NACIONAL EL IMPOSIBLE**




*Salida del Parque Nacional El Imposible*

Se encuentra ubicado en el departamento de Ahuachapán y es compartido por los municipios de San Francisco Menéndez y Tacubá; tiene una extensión de 3792956682, formado por un bosque caducifolio, subperennifolio y perennifolio. Este bosque se encuentra inmerso en dos zonas climáticas tierra caliente (va de los 250 a 800 msnm) tierra templada (entre los 800 msnm a 1425 msnm). Contiene especies de flora y fauna que están amenazadas y en peligro de extinción.




72

**▶ SANTA RITA- ZANJÓN EL CHINO**




*River Santa Rita- Zanjón El Chino*

Se encuentra inmersa en la zona climática tierra caliente (2 – 25 msnm) está situado en el departamento de Ahuachapán, en el municipio de San Francisco Menéndez, tiene una extensión de 294.989395 hectáreas. Contiene especies de flora y fauna que están amenazadas y en peligro de extinción local, Es representativa del bosque sulcadoifolio y caducifolio y bosque de galería.




73

**▶ LAGUNA LAS RANAS**



*River Santa Rita- Zanjón El Chino*

Se encuentra ubicada en el departamento de Sonsonate en el municipio de Juayúa tiene una extensión de 23.3209 hectáreas y una altitud de 1805 msnm. Es parte del Área de Conservación Apatzaco- Ilamatépec y Reserva de Biosfera certificada por UNESCO en septiembre de 2007. Forma parte de Eco región Bosques Montañosos de Centro América y posee relictos de bosque nebuloso. Su nombre se relaciona al hecho de que existen ranas nativas.



74

**▶ CHAGUANTIQUE**




*River Sonsonate en el río de Chaguantique*

Ubicada en el departamento de Usulután en el municipio de Puerto El Triunfo, tiene una extensión de 58.3 hectáreas es tipificada como relicto de bosque aluvial encontrándose en ella una de las últimas poblaciones de mono araña. El área está dividida en diversas zonas boscosas, separadas por parcelas agrícolas maíz, sorgo y caña de azúcar. Se observa vegetación secundaria que es usada como área de pastoreo, a través de las cuales se da una interconexión con el manglar.



75

**▶ COMPLEJO CONCHAGUA**



*Vista al Puerto de Conchagua*

Está ubicada en el municipio de Conchagua del departamento de La Unión, tiene una extensión de 835.47 hectáreas y una altitud que va de los 0 a los 1.157 msnm. Forma parte del área de conservación de la Bahía de La Unión y pertenece a la Eco Región Bosques Secos del Pacífico de América Central. Su nombre es de origen Lenca y significa "Vale estrecho". Desde la parte alta del Este del Volcán de Conchagua se puede observar el sistema insular y el Golfo de Fonseca en su totalidad.



76

**▶ LAGUNA EL JOCOTAL**



Está ubicada entre los departamentos de San Miguel y Usulután, compartida por los municipios de El Triunfo y Juayúa, tiene una extensión de 5080.0 hectáreas con una latitud que va desde los 0 hasta 20 msnm. La Laguna El Jocotal posee la mayor diversidad de flora acuática conocida a escala nacional para un mismo espejo de agua incluyendo vegetación emergente, sumergida y flotante. La presencia confirmada de cocodrilo americano y caimán en la laguna El Jocotal, es de gran importancia en el manejo del sitio.




77

**▶ COMPLEJO EL VOLCÁN DE SAN SALVADOR**




*Vista del conector hacia el Volcán de San Salvador*

Está ubicado entre los departamentos de La Libertad y San Salvador, comprende los municipios de Quezaltenango y San Juan Opico, Colón (La Libertad), Mejicanos, San Salvador y Acpa. Tiene una gran extensión de 388.98 hectáreas y una altitud de 1.000 a 1.950 msnm. Todo el complejo volcánico está cubierto de cultivos de café bajo sombra, exceptuando los fragmentos de bosque nuboso existentes en las áreas protegidas, principalmente en el sector conocido como El Picocho.




78

**▶ BAHÍA DE LA UNIÓN**



Está ubicada en el oriente de El Salvador, formando parte de los municipios de La Unión, Conchagua, San Alejo y Pasajines, en el departamento de La Unión. Dentro de humedad se encuentran 2 islas (Perico y Periquillo). Se localiza a una altitud que varía de los 1-5 msnm y posee una extensión de 14,145.74 hectáreas. Dentro de la flora, existen 4 especies amenazadas y en peligro a nivel nacional: cedro blanco, cacao y el manglar rojo (Rhizophora Mangle).



79

**▶ BARRA DE SANTIAGO**



Está ubicado en el departamento de Ahuachapán, entre los municipios de Ajujutla y San Francisco Menéndez, con una extensión de 2234.200000 hectáreas. Se encuentra inmersa en la zona climática de la tierra caliente (0-13 msnm). Con respecto a su flora destaca por su manglar zona de transición bosque salado- bosque dulce, helechos gigantes acuáticos. En este sitio habitan el caimán y cocodrilo, la lora nuca amarilla (en peligro de extinción).

**OTRAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS EN EL SALVADOR SON:**

- Complejo Itiquillo.
- Santa Bárbara
- Plan de Arroyo
- Colima
- Los Farallones
- Laguna El Jocotal
- El Babamar
- La Ermita
- San Juan Buenavista
- Cocahastiquín
- Cerro El Aguila o San Rafael
- Los Naranjos
- La Joya
- San Diego
- Las Barras
- León de Piedra
- Escuintla y El Astillero
- La Magdalena
- El Playón



80



### TELÉFONOS IMPORTANTES

Emergencia \_\_\_\_\_ 911  
 Información \_\_\_\_\_ 114  
 Policía de Turismo \_\_\_\_\_ 2511-8301 y 2511-8303  
 Corporación salvadoreña de turismo \_\_\_\_\_ 2243-7835  
 Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) \_\_\_\_\_ 2260-9249  
 Dirección General de Migración \_\_\_\_\_ 2526-3413 y 2213-7700  
 Ministerio de Relaciones Exteriores \_\_\_\_\_ 2231-1000  
 Aeropuerto internacional de Comapa \_\_\_\_\_ 2366-9455

81

### REFERENCIAS

Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR). Afiches promocionales de Rutas Turísticas.  
 Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR). www.elsalvador.travel.  
 Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR). 2013. Cartilla Salvadoreña de Cultura Turística.  
 Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador (FUNDA R).  
 Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). www.istu.gob.sv  
 Parques Naturales y Acuáticos de El Salvador.  
 Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). El Salvador. www.marn.gob.sv Áreas Naturales Protegidas.  
 Ministerio de Medio Ambiente y recursos Naturales (MARN). El Salvador. www.marn.gob.sv Sitios RAMSAR en El Salvador.  
 UNESCO- Programa el Hombre y la Biosfera (MAB) Reser-vas de la Biosfera de El Salvador. 2011.

82

### CREDITOS

**Compilación e Impresión**  
 Corporación Salvadoreña de Turismo- Gerencia de Planifi-cación- Unidad Asistencia Técnica.  
**Información y Documentos**  
 Corporación Salvadoreña de Turismo- Gerencia de Mercad-eo- Unidad Atención al Cliente.  
**Diagramación y Diseño**  
 Hazel A. Flores Peña.  
 Mónica Rodó Gómez Fuentes  
 Wendy Vanesa López De León.  
 Universidad Nacional de El Salvador- Facultad de Ciencias y Humanidades- Escuela de Artes

Junio 2014. 1ª Impresión, 5,000 ejemplares  
 San salvador, El Salvador, Centro América

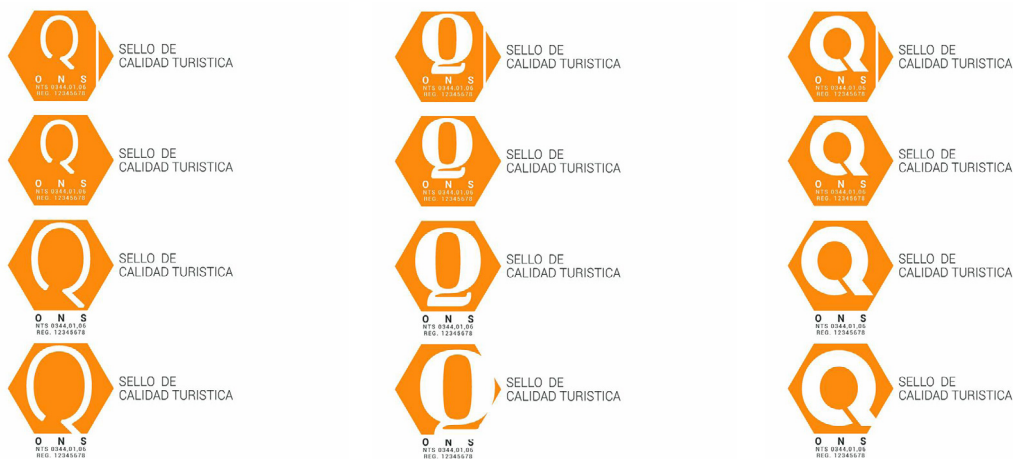
Material Informativo- Distribución Gratuita  
 Prohibida su venta y/o reproducción total o parcial

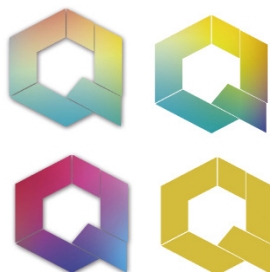
Derechos Reservados.

83



### Sello de Calidad Turística.







## Informe FORMATURES.



Índice	
Introducción.	1
Impacto Social y Beneficios para el Sector Turístico.	2
Capacitaciones al Sector Turístico.	4
Talleres de MIPYMES.	4
-Inocuidad Alimentaria e Higiene.	6
-Gestión Financiera.	7
-Curso de Inglés Básico en Turismo.	8
-Capacitaciones mediante Convenios de Cooperación Interinstitucional.	9
Programa de Formación para el Sector Privado Turístico.	10
-Sensibilización a Operadores de Turismo.	10
-Difusión del Programa Regional de Calidad y Sostenibilidad.	12
Capacitaciones en Cultura Turística.	13
-Solicitudes del Sector.	13
-Capacitaciones Programadas 2014.	14
Programa de Formación a Guías Turísticas.	15
-Formación a Guías Nacionales.	15
-Formación a Guías Locales.	17
Programa de Certificación Turística Nacional.	18
-Sensibilización en Normas de Calidad.	18
Programa de Fortalecimiento a la Inversión Empresarial Turística.	19
-Fichas técnicas de las paradas de puesta en común con inversionistas – empresarios, municipalidades y emprendedores turísticos.	20

Índice	
Capacitaciones y Asistencia Técnica en los Territorios.	22
-Centros de Desarrollo Turístico.	22
-Centros de Atención del Turista.	23
-Pueblos Vivos.	24
Capacitación a sector público y privado sobre Turismo Médico.	26
Formación a la Policía de Turismo (POLTUR).	26
-Capacitación en Turismo.	26
-Talleres en Prevención y Seguridad Turística.	27
Programa de Capacitación para el Recurso Humano CORSTATUR.	29
Anexo.	49
-Presupuesto 2014: Acciones de Capacitación y Asistencia Técnica.	50



### Introducción

Es la actualidad la capacitación es considerada la respuesta a las necesidades de los negocios e instituciones para contar con personal calificado y motivado. La abstracción, en vez de las acciones por la cual las organizaciones se precisan por capacitar a su recurso humano, para así mejorar sus actividades, sus conocimientos con los nuevos sectores y métodos de trabajo que gestionan eficientemente.

El sector turístico, es estimado como un sector dinámico de la economía, pues permite una desarrollo económica en los países, combatiendo la pobreza y beneficiando el desarrollo social de las poblaciones beneficiarias. "La educación es una tarea lenta y progresiva que requiere no solo de información sino de formación" (Enrique Izquierdo).

Es en este marco el sector turístico salvadoreño, venimos la capacitación del recurso humano, como un factor de vital importancia en su gestión, porque contribuye entre otros, beneficios al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa y para los clientes.

El posicionarse a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo, requiere un trabajo coordinado entre el sector público y privado, en diferentes acciones, programas y proyectos. Es por ello que la capacitación y la asistencia técnica al sector tienen un papel importante en el establecimiento de metas y objetivos estratégicos institucionales.

En base a lo anterior, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSTATUR) considera como un imperativo que de acción al desarrollo de capacitaciones y asistencia técnica que mejore las habilidades y conocimientos de las diferentes actores del sector turístico, cada día más exigentes, brindando un servicio que satisfaga las necesidades de nuestros clientes. En ese sentido, asimismo se destinan fondos específicos para la satisfacción de estas necesidades de capacitación en todo el país.

El presente Programa de Capacitación de CORSTATUR, permite conocer el quehacer institucional en cuanto a este tema, ya que muestra un resumen de los actividades programadas para el año 2014, en todo su ámbito, incluye la formación del recurso humano, principales actores del sector, tales como MIPYMES, turísticos, guías turísticos, Centros de Desarrollo Turístico, Agencias de la Policía de Turismo, educadores, entre otros, así como la formación que el personal de la Corporación recibe a lo interno. A la vez, se permite conocer, los principales objetivos de los mismos y los alcances e impactos que se obtendrán en la población.

### Impacto social y beneficios para el sector turístico.

Las condiciones sociales de los destinos son variables, y de uso influyentes en el desarrollo de toda actividad económica y social, por lo que el Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSTATUR), como institución promotora del Turismo en El Salvador, considera necesario utilizar la capacidad competitiva para superar estas debilidades, lo que podemos lograr a través de acciones de capacitación en los diversos campos, áreas, sectores y especialidades del servicio que demandan los Turistas Nacionales y Extranjeros.

El turismo, como privilegiado sector, permite en su desarrollo el combate a la pobreza en nuestra población, la que muchas veces, a algunos, les lleva a caer en situaciones de desigualdad y alto riesgo, sin embargo cabe resaltar que a través de la capacitación turística se incide en cambios actitudinales que contribuyen a enraizar y diseminarse las condiciones, y crear las oportunidades para todos, permitiendo la inserción en las actividades productivas del sector.

Por lo que se requieren de acciones interconectadas y dirigidas, al fortalecimiento del turismo dentro de un esquema de alianza público-privada, en donde la intervención pública se concentra en fortalecer los eslabones más débiles en "la cadena del valor del turismo", desarrollando capacitaciones y asistencia técnica a los diferentes actores de los destinos turísticos, que generen oportunidades de empleo y crecimiento personal como de oferta.

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSTATUR), a través de la ejecución del Programa de Capacitación al Sector Turístico, brinda un apoyo clave y determinante para el desarrollo de la MIPYME turística y del sector turístico nacional en general.

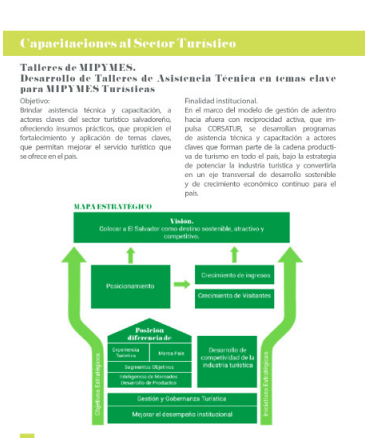
Con el Programa de Capacitaciones y Asistencia Técnica, que se brinda anualmente, se contribuye a cambiar la imagen y calidad del servicio que percibe el turista nacional y extranjero, ya que implica brindar nuevos conocimientos a los diferentes actores; de manera que les permite desarrollar su labor y ser capaces de resolver los problemas que se le presentan durante su desempeño.

La capacitación tiene un impacto en el prestador del servicio turístico ya que mejora su nivel de vida, al mismo tiempo lo empodera y hace que se sienta con los conocimientos necesarios para asumir con mayor seguridad su trabajo y afrontar su futuro con mayor optimismo. Es decir, un ganar - ganar, tanto para el trabajador como para el empresario.

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en talento humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Por lo anteriormente planteado, podemos mencionar algunos de los impactos sociales y beneficios para el sector que trae consigo la capacitación que se brinda al sector turístico.

Teniendo en cuenta la importancia de la capacitación en el desarrollo individual del trabajador y para las empresas turísticas, se hace necesario entonces desarrollar un plan de capacitación como estrategia principal para obtener los resultados esperados en el desarrollo de un turismo sostenible.



### Capacitaciones al Sector Turístico

En ese sentido, se reconoce que la sostenibilidad del desarrollo turístico requiere la capacitación y asistencia técnica del recurso humano que está involucrado en los destinos turísticos en su conjunto y crear conciencia del turismo, no solo por los beneficios económicos que este genera, sino por la oportunidad que representa aprovechar los atractivos turísticos con los que se cuentan.

Los actores claves participantes de las acciones de capacitación y asistencia técnica, a través de los formularios para solicitud de temas de interés, expresan requerir del desarrollo de temáticas como: Inocuidad Alimentaria e Higiene y Gestión Financiera. Curso de Conversación básica en el idioma inglés para el servicio turístico, que permitan ser ofrecido a los prestadores de servicios, tener un mejor control de los negocios, brindar servicios de mejor calidad, garantizar la inocuidad, facilitar la comunicación, y por ende brindar un mejor servicio a los turistas. Por tal razón, se requiere del desarrollo de talleres de Asistencia Técnica en temas claves para el fortalecimiento al sector turístico, en diferentes zonas del país.



# Propuesta de mejora en la línea gráfica para los materiales de difusión turística interna y externa del Ministerio de Turismo (MITUR).

## Capacitaciones al Sector Turístico

### Inocuidad Alimentaria e Higiene en la zona del Boqueron y Paseo El Carmen.

Esta temática permitirá en gran medida mejorar las competencias de los diferentes actores, lo cual incidirá en elevar la calidad en el servicio que se ofrece a los turistas, bajo el contenido temático:

- Inocuidad de los alimentos.
- Aseguramiento de la inocuidad.
- Higiene e higiene.

Diferencias, semestres, seguridad turística y seguridad sanitaria, higiene y manipulación de la materia prima (almacenamiento en su estado "bruto, higiene y manipulación de los alimentos durante el proceso de producción o fabricación y a la hora de la venta, enfermedades transmitidas por la falta de higiene en la manipulación de los alimentos, riesgos para la salud del empleado y del turista que no aplica la higiene en la manipulación, higiene en el punto de trabajo, en los productos vendidos, en los utensilios servidos, vestimenta adecuada para atender al turista de forma práctica e higiénica, norma

salvadoreña obligatoria y voluntaria, para el rubro de alimentos, desarrollar circuitos prácticos, demostraciones, aplicación de técnicas, donde deberá proveer todos los materiales, insumos, implementos, materia prima, utensilios, necesarios para ello. Entre otros.

La falta de inocuidad alimentaria en los destinos puede ocasionar grandes problemas en la imagen turística, ya que el mal manejo de esta se desdoba generalmente, en enfermedades de tipo estomacal que afecta a quienes consumen alimentos que no son manipulados adecuadamente, lo que lo convierte en un tema clave para mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

**Público meta:** Actores del sector turístico como empresarios turísticos, y/o representantes de los Comités de Desarrollo Turístico, y/o representantes municipales, y/o representantes de Turcentros, y/o representantes de Concursos Pueblos Vivos, y/o actores locales y sociales.



## Capacitaciones al Sector Turístico

### Gestiones Financieras en la zona del Gran San Salvador.

Con este tema, se pretende contribuir para que los prestadores de servicios, tengan un control adecuado del tema financiero en sus negocios, y brindar un mejor servicio a los turistas.

Para este tema el contenido temático a desarrollar es:

- Costos.
- Contabilidad.
- Presupuesto.
- Administración Financiera.
- Proceso Administrativo.
- Diagnóstico Casos prácticos.
- Aplicación de tablas.
- Planillas.
- Técnicas.
- Costeo de recetas de paquetes turísticos, de artesanías, entre otros.

El apoyo para que la MIPME turística cuente con un manejo financiero adecuado en su administración, beneficia para la práctica de un apropiado control financiero,

que incluye declaración de impuestos, pago de planilla, IVA, entre otros, disminuyendo así la carga económica del país.

Con la ejecución del programa de capacitación se pretende sensibilizar al empresario sobre la importancia del análisis financiero para detectar las áreas de oportunidad y facilitar la toma de decisiones. El tema de Gestión Financiera desarrollará el perfil del administrador moderno, que toca aspectos contables, de análisis financiero, administración, costos y métodos de aplicación de precios, punto de equilibrio, facturación y otros.

**Público meta:** Actores del sector turístico como, empresarios turísticos y/o representantes de los Comités de Desarrollo Turístico, y/o representantes municipales, y/o representantes de CORSATUR, y/o participantes de Concursos Pueblos Vivos, y/o actores locales y sociales.



## Capacitaciones al Sector Turístico

### Curso de conversación básica en el idioma inglés para el servicio turístico, en la zona de El Puerto de La Libertad.

El poco o nulo manejo del idioma inglés en nuestros destinos turísticos, es una debilidad que debe ser atendida, principalmente en la MIPME turística, en la que se plantea la necesidad de atender la zona del Puerto de La Libertad, como un polo de desarrollo turístico, que recibe anualmente un considerable flujo de turistas internacionales, que requieren una atención en su idioma. Este apoyo se traduce en la mejora de la competitividad de nuestros actores y facilidad en el desarrollo de su labor de atención al turista.

El objetivo, es que esta temática permita armonizar adecuadamente a los turistas con los lugareños y actores locales, de cada destino, para lograr que los beneficiarios del curso del idioma inglés puedan comunicarse y tengan una conversación básica con los turistas, bajo el contenido temático:

- Unidad 1: Introductions, activities and jobs.
- Unidad 2: Talking about my Country.
- Unidad 3: International travel and culture.
- Unidad 4: Accommodation and tourism.

Desarrollo de diálogos, casos prácticos y dramatizaciones, sobre empresas turísticas como hotel, restaurante, operador, operador turístico, artesanos, donde deberá proveer todos los materiales, utensilios y otros necesarios para ello. Entre otros.

**Público meta:** Actores del sector turístico como, empresarios turísticos, y/o representantes de los Comités de Desarrollo Turístico, y/o representantes municipales, y/o representantes de CORSATUR, y/o participantes de Concursos Pueblos Vivos, y/o actores locales y sociales.



## Capacitaciones al Sector Turístico

### Capacitaciones mediante convenios de cooperación interinstitucional.

Desde la Gerencia de Planificación de CORSATUR, se atienden capacitaciones, mediante la ejecución de proyectos en el marco de convenios interinstitucionales, que se mencionan a continuación:

Proyecto Cooperación con MAIN.

Dando cumplimiento al acuerdo de Junta Directiva de CORSATUR 1941-256/2014 de fecha 11 de febrero de 2014, en donde se indica que se van a ejecutar de CORSATUR trabajos en desarrollo dentro del marco del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el cual participa el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), Ministerio de Agricultura y Ganadería, CENDEPECA, Ministerio de Turismo y CORSATUR, respecto a la incorporación de la Biodiversidad

BIO en las actividades de la pesquería y turismo que se llevan a cabo en el ecosistema costero marino. Sobre la zona, específicamente el Área de Asistencia Técnica de la Gerencia de Planificación, trabaja en la ejecución de los siguientes componentes:

- Diplomado en Biodiversidad y Turismo Sostenible con enfoque de adaptación al Cambio Climático.
- Proyecto Cartillas Infantiles, incorporando enfoque de protección de la biodiversidad en las actividades turísticas desarrolladas en la zona marino costera.
- Plan de Capacitación a Formador de Formadores para el uso sostenible de la Diversidad Biológica en el desarrollo de las actividades de turismo en Acapulca, los Cóbano y Metalo.



## Programa de Formación para el Sector Privado Turístico

### Sensibilización a Operadores de Turismo

**OBJETIVO GENERAL:** Contribuir al desarrollo competitivo de las empresas turísticas salvadoreñas, mediante la sensibilización en temas de interés para el sector turístico, fortaleciendo sus competencias en el trabajo desarrollado.

**OBJETIVO ESPECÍFICO:** Sensibilizar al menos a 25 Tour operadores nacionales, en temas de interés para el sector turístico, con el fin de formalizar y adoptar estándares de servicio y calidad, encaminados a su inserción en gremios turísticos, tales como ASOTUR.

**ALCANCE:** Empesarios - Tour Operadores Turísticos, Asociación de Tours Operadores Salvadoreños.

**DÍAS Y HORARIO DE EJECUCIÓN:** Lunes, martes y miércoles en horario de 1:30 a 4:30 pm. ó de 6:00 am. a 12:00 m.d.; Duración: 8 semanas.

**CONTENIDO:** MÓDULO 1: Generalidades

- Definición de TTOO: Importancia y participación en la industria turística; Conceptos más utilizados en el sector de TTOO.
- Buenas prácticas en el servicio de los TTOO: Se darán charlas de sensibilización en buenas prácticas aplicables a Tour Operadores.

- Organismo Salvadoreño de Normalización - Presentación y análisis de la NOR ORASATUR Operadores de Turismo. Especificaciones para la prestación del servicio. Diferencia entre TOTO y TOTO 360. Aplicabilidad, metodología y tipos de certificación.

**MÓDULO 2:** Formalización y afiliaciones a Gremios Turísticos y Registro Nacional de Turismo: Apoyos Interinstitucionales.

- Centro de desarrollo de la micro y pequeña empresa (COMAPE).

- 1. Características empresariales personales: Incluye la formalización.
- 2. Asociatividad.

- Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR).

- Requisitos y ventajas de pertenecer a la Asociación.
- Proceso de inscripción.
- Registro Nacional de Turismo (RNT). Beneficios y proceso de inscripción.

- CREES MIPME. Oficina de atención al inversionista, Ministerio de Economía y COMAMITE.

- Proceso de Formalización, registro de marca, etc.
- Apoyo en la formulación de propuestas de crédito.



## Programa de Formación para el Sector Privado Turístico

### Sensibilización a Operadores de Turismo

- Servicios de enlace a financiamiento.

- Acompañamiento antes, durante y después de la inversión productiva.

- Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO) Emprendimiento Dinámico "Capital Semilla".

- CAMARA DE COMERCIO.

- Trabajo en equipo.

- CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

- Estrategia de Promoción y productos para los mercados internacionales.
- Presentación y manejo estadísticas de 2009 - 2014.

**MÓDULO 3:** Comercialización y Mercados

- Empaqueamiento de Productos, Herramientas para poder crear un paquete turístico y promocionarlo en el mercado.
- Estrategias y acciones de Promoción de Mercado. Principales herramientas de mercado para TTOO, Marca y otros.
- Ética en el servicio: Competencia desleal, Ética de Ética Empresarial, charla de sensibilización en el tema.

- Calidad del Producto. Estándares de calidad en el producto que se ofrece al turista.

- Mercado de Productos Turísticos a nivel Nacional e Internacional. Técnicas de mercado de productos turísticos.
- Participación en Ferias y Ruedas de Negocio: en general o grandes negocios.

**RECURSOS:**

- Alimentación: Agua, café, galletas.
- Local, puede ser en CORSATUR, CASATUR.
- Recurso humano: Personal de CORSATUR, ASOTUR y gestiones con instituciones externas.
- Material de apoyo para las capacitaciones: Normas, presentaciones desarrolladas en los temas (en digital), libros, lapiceros.

**COMPROMISOS ASOTUR**

- La gremial se comprometerá a abrir las puertas para que los nuevos operadores puedan ser miembros, siempre y cuando cumplan con los requisitos mínimos establecidos.
- Asignar una categoría de afiliación.
- Informar a CORSATUR de dichas afiliaciones.



## Programa de Formación para el Sector Privado Turístico

### Difusión del Programa Regional de Calidad y Sostenibilidad.

En un esfuerzo de promoción de un turismo sostenible y para preservar la Biodiversidad, la Corporación Salvadoreña de Turismo, en coordinación con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) propone la difusión de las Normas de Calidad y Sostenibilidad para Alojamiento Turístico y Restaurantes del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad que se venían en un proyecto regional ejecutado con la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR).

**Objetivo General:** Implementar un programa de sensibilización sobre la Norma de Calidad y Sostenibilidad dirigida al sector de alojamiento y diseñada bajo el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).

**Objetivos Específicos:**

- Desarrollar un programa de sensibilización sobre la Norma Técnica SICCS.
- Realizar jornadas de sensibilización para dar a conocer la Norma Técnica de Calidad para el sector de alojamiento.
- Distribuir la Norma Técnica en los municipios seleccionados por CORSATUR, Proyecto Biodiversidad, Pesca, y Turismo MARN/PNUD y GEF y CASATUR.

**Productos:** Realización de 6 jornadas de sensibilización para dar a conocer la norma técnica de alojamiento bajo el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).

**ACTIVIDADES:**

- Elaborar la cartilla didáctica para las jornadas de sensibilización.
- Coordinar el proceso logístico para la realización de las jornadas de sensibilización, que incluye material de apoyo, contratación de sede y alimentación para el desarrollo de cada jornada.
- Realizar las 6 jornadas de sensibilización, las cuales se desarrollarán de la siguiente manera: 2 jornadas en El Tanco, 2 jornadas en La Libertad y 2 jornadas en San Luis La Herradura.

**DISTRIBUCIÓN DE LAS NORMAS TÉCNICAS SICCS DE ALOJAMIENTO.**

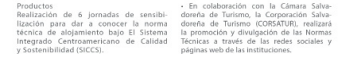
**ACTIVIDADES:**

- Identificar establecimientos de alojamiento en los destinos priorizados.
- Coordinar la distribución del material, de acuerdo a los destinos priorizados.

**PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA NORMA TÉCNICA SICCS DE ALOJAMIENTO.**

**ACTIVIDADES:**

- En colaboración con la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), realizará la promoción y divulgación de las Normas Técnicas a través de las redes sociales y páginas web de las instituciones.



## Capacitaciones en Cultura Turística

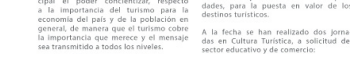
La Cultura Turística se refiere a los valores y prácticas propias que nos identifican, trascienden y rescatan el amor por nuestra cultura y nos motivan a proyectarla al mundo entero.

En ese sentido es importante destacar algunos de los principios básicos de la Cultura Turística:

- Recibe al visitante con calidez.
- Trátalo como si le gustaría que te traten.
- Ofrece siempre un servicio o apoyo amable y rápido.
- Interésate por capacitarlo e estudiar continuamente.
- Promueve con orgullo los atractivos de tu localidad.
- Cuida los parques, monumentos o zonas de interés.

En este marco, se vuelve importante fomentar y mantener una sensibilización a la población, con el desarrollo de jornadas de Cultura Turística, dirigidas a los diferentes actores del sector en las zonas turísticas del país que están germinando en el fomento del turismo.

Esta acción tiene como objetivo principal el poder concientizar, respecto a la importancia del turismo para la economía del país y de la población en general. De manera que el turismo cobre la importancia que merece y el mensaje sea transmitido a todos los niveles.



## Capacitaciones en Cultura Turística

Salicitudes del Sector.

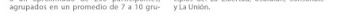
Es necesario revalorar al turismo ante el sector público, privado y fundamentalmente el social, a fin de mejorar la percepción y la actitud de la sociedad en su conjunto y crear conciencia del turismo, no solo por los beneficios económicos que este genera, sino por la oportunidad que representa aprovechar los atractivos que ofrece El Salvador.

Con la realización de las Jornadas de Cultura Turística a nivel nacional se busca sensibilizar desde las nuevas generaciones quienes son los responsables de dar sostenibilidad a los recursos turísticos, con los que cuenta nuestro país y hacer de El Salvador un destino sostenible y competitivo.

En las jornadas se tratan temas como: Concepto de Cultura Turística, datos generales de El Salvador, tipos de turistas para visitar, rutas y productos turísticos, expectativas del turista en el servicio y la importancia del turismo. Para todo ello, se requiere del desarrollo de una Cultura Turística, que permita armonizar adecuadamente a los turistas con los lugareños y actores locales, de cada destino.

Por tal razón, se emana del desarrollo de jornadas de capacitación de Cultura Turística, que propicien la sensibilización y fortalezcan las capacidades, para la puesta en valor de los destinos turísticos.

A la fecha, se han realizado dos jornadas en Cultura Turística, a solicitud del sector educativo y de comercio:



1) Complejo Educativo Guillermo Florja Nathan en Apopa, San Salvador donde se sensibilizó a docentes y estudiantes del complejo educativo.

2) Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, sede Santa Ana, se logró sensibilizar a docentes y estudiantes de la mayoría eran empresarios dedicados a la cultura turística.

Capacitaciones Programadas 2014

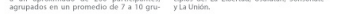
Es así que al hablar de la "Cultura Turística" estamos haciendo referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística, lo que implica el compromiso de concertar la para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser.

En el segundo semestre de 2014 se tiene programado la realización de jornadas de capacitaciones de Cultura Turística, las cuales deberán ser ejecutadas en un periodo de cuatro meses, beneficiando a un aproximado de 200 participantes, agrupados en un promedio de 7 a 10 grupos meta, los cuales se desarrollarán en la zona central, occidental y oriental del país.

Para el desarrollo de las jornadas de capacitaciones de Cultura Turística, se retomaron temáticas vertidas en documentos propiedad de la Corporación Salvadoreña de Turismo denominados Cartilla Salvadoreña de Cultura Turística, Cartilla Infantil Cultura Turística en el Pueblo Vivo, y apartado de Rutas Turísticas y Tours oficiales de CORSATUR.

Adicionalmente, se están apoyando proyectos interinstitucionales, tales como:

- Proyecto para creación y/o fortalecimiento de Agencias de Desarrollo Local (ADEL) en diferentes zonas de El Salvador, iniciativa bajo la cual se ha creado el Comité Interinstitucional de Apoyo al Desarrollo Económico Local (CIDALEL) del cual forma parte MITUR y CORSATUR, la Secretaría Técnica de la Presidencia, el MINEC, PRODUVART, MAGE, Ministerio de Relaciones Exteriores y COMAMPE. Se apoyará con el Comité de Cultura Turística en los municipios de La Libertad, Usulután, Sonsonate y La Unión.









# Propuesta de mejora en la línea gráfica para los materiales de difusión turística interna y externa del Ministerio de Turismo (MITUR).

Programa de Capacitación para el Recurso Humano CORSATUR												
01 Análisis de Casos:												
02 Curso de Redacción y Edición de documentos:												X
<b>SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN</b>												
03 Diplomado en Turismo:											X	
04 Diplomado en Cultura Moderna de Marketing:											X	
05 Curso de Habilidades Turísticas:											X	
06 Taller de Recursos:											X	
07 Manejo Estratégico de Recursos:											X	
08 Promoción y Publicidad:											X	
09 Planificación Estratégica de Mercados:											X	
<b>SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN EMPRESARIAL</b>												
10 Formación y Evaluación de Proyectos:											X	
11 Operación de Obras Civiles:											X	
12 Control de calidad y seguridad en la industria de la construcción:											X	
13 Planificación y programación de obra de construcción con programa MS PROJECT:											X	
14 Diseño y dibujo de planos arquitectónicos y espacios desde el Ingeniero en AutoCAD:											X	
15 Diseño Arquitectónico y Paramétricos 3D en REVIT:											X	
<b>SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN EMPRESARIAL</b>												
16 Introducción de Software Técnico:											X	
17 Diplomado en Desarrollo Técnico:											X	
18 Bases de Negocios y Montaje de Planes:											X	
19 Manejo para el comercio de consumidores:											X	
<b>SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN EMPRESARIAL</b>												
20 Gestión Turística en el Estado y Cultura Turística:											X	
21 Actualización en herramientas tecnológicas:											X	
<b>SEMINARIOS DE ESPECIALIZACIÓN EMPRESARIAL</b>												
22 Referencia acerca del Conocimiento de INSAFORP:											X	
23 Elaboración de Servicios de Referencia de INSAFORP:											X	
24 Gestión de Recursos Humanos:											X	
25 Diplomado en Desarrollo y Evaluación Gerencial:											X	
26 Diplomado en Gestión Estratégica Empresarial:											X	

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
Gerencias y unidades / Temas de capacitación:	
<b>Unidad de auditoría interna</b>	<b>Fortalecimiento al Sistema de Control Interno por medio de las Unidades de Auditoría Interna del Órgano Ejecutivo.</b>
Objetivo	Fortalecer el control interno a través de las Unidades de Auditoría Interna de las instituciones públicas.
Alcance	Personal de Auditoría Interna.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia financiera</b>	<b>Actualización de leyes tributarias.</b>
Objetivo	Darle cumplimiento a las obligaciones formales y sustantivas contenidas en las leyes tributarias del impuesto sobre la renta y del impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la generación de servicios.
Alcance	Personal de la gerencia financiera, mandos medios, técnicos y/o personal administrativo.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia financiera</b>	<b>Curso de gerencia financiera.</b>
Objetivo	Proporcionar las herramientas básicas de una gestión eficiente para que comprendan la lógica de la decisión financiera y así como de analizar y seleccionar la alternativa óptima de asignación de recursos, de diseñar y ejecutar las políticas financieras idóneas de corto y de largo plazo para alcanzar los objetivos operativos y estratégicos.
Alcance	Personal de la gerencia financiera, mandos medios, técnicos y/o personal administrativo.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia general</b>	<b>Comunicación gerencia efectiva.</b>
Objetivo	Reconocer el carácter estratégico de la comunicación como instrumento de gestión y dirección a través del manejo de herramientas que le permitan aplicarlas de manera eficaz y oportuna para lograr el desarrollo óptimo en las funciones.
Alcance	Jefe de Unidad - personal técnico - en el área, mandos medios, técnicos y personal administrativo.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia financiera</b>	<b>Comunicación Escrita, Actualización en Redacción y Ortografía Empresarial.</b>
Objetivo	Facilitar conocimientos que permitan optimizar la redacción y ortografía de documentos.
Alcance	Mandos medios, técnicos y personal administrativo.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia financiera</b>	<b>Curso en materia - Derecho Laboral.</b>
Objetivo	Desarrollar las habilidades y le otorga conocimientos para aplicar adecuadamente las leyes, normas e instrumentos legales, que regulan las relaciones laborales y la administración de su personal. Así como también intervenir en procesos judiciales, administrativos en representación de los intereses de CORSATUR.
Alcance	Jefe Unidad Jurídica, RRHH, técnicos de ambas unidades.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia administrativa</b>	<b>Diplomado en Administración de la Cadena de Almacén, Inventario y Logística.</b>
Objetivo	Dar a conocer los conocimientos y habilidades, con alto nivel de actualidad y aplicación práctica que les permitan elevar su desempeño con actividades relacionadas a procesos de negociación, logística, administración de cualquier clase de inventarios, manejo de almacenes, centros de distribución, planeación de producción, administración de flotas de transporte y operaciones de distribución local e internacional de bienes o servicios.
Alcance	Colaborador de Transporte y Mantenimiento y Encargado de Bodega.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia administrativa</b>	<b>Gestión del Talento Humano.</b>
Objetivo	Conocer la gestión estratégica aplicada a recursos humanos y sus diferentes indicadores de gestión para administrar de mejor forma el talento humano.
Alcance	Jefe de RRHH, personal técnico del área y mandos medios.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia administrativa</b>	<b>Normas de Seguridad Vial, Manejo a la defensiva y Automotriz.</b>
Objetivo	Desarrollar competencia en la seguridad vial y prevención de accidentes en el Estado y Cultura Turística.
Alcance	Personal encargado de transporte, motoristas y personal que maneja la flota vehicular de la institución.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia administrativa</b>	<b>Cana básica de Eficiencia.</b>
Objetivo	Conocer herramientas básicas, respecto a consonantes electrónicas para oficinas.
Alcance	Encargados y auxiliares de servicios generales.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Formación de Auditores Internos de Calidad Norma ISO 9001:2008 e ISO 19011:2011.</b>
Objetivo	Generar competencias para la generación, ejecución y seguimiento de auditorías internas en las Sistemas de Gestión de la Calidad según la Norma ISO 9001:2008 y aplicando las últimas reformas a la Norma de Auditores 19011:2011.
Alcance	Gerente de Planificación y Representante de la Dirección (RD).
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Manejo de la cadena de valor e indicadores de gestión proceso.</b>
Objetivo	Conocer los conceptos básicos para identificar los diferentes elementos que integran un proceso, así como técnicas para elaborar el mapa o diagrama de procesos.
Alcance	Gerente de Planificación y Representante de la Dirección (RD).
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Curso Internacional Auditor Líder Integrado en Sistemas de Gestión ISO 9001: ISO 14001 y OHSAS 18001.</b>
Objetivo	Implementar y dirigir procesos de auditoría para poder realizar mejoras en Sistemas Integrados de gestión de la calidad, ambiental y de salud ocupacional, a través del análisis de procesos para que se logre un sistema de gestión efectivo.
Alcance	Gerente de Planificación y Representante de la Dirección (RD).
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Seguimiento y Mejora del Sistema de Gestión de Calidad de CORSATUR.</b>
Objetivo	Sensibilizar al personal de CORSATUR bajo el enfoque de procesos, elaborando fichas de procesos, estructuras, indicaciones con el fin de brindarle un seguimiento y revisión al Sistema de Gestión de Calidad.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Balace scorecard.</b>
Objetivo	Conocer y aplicar la metodología de Balance Scorecard para identificar, alinear y desplegar objetivos estratégicos a objetivos funcionales del trabajo diario, a fin de asegurar la ejecución de la estrategia en la práctica.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Auditores Internos de Calidad de la Norma ISO 9001:2008.</b>
Objetivo	Desarrollar las competencias necesarias para que las personas que desempeñan el rol de auditor interno dentro del Sistema de Gestión de Calidad, lo realicen de manera eficiente, eficaz y generando valor agregado a cada auditoría realizada.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Acciones Preventivas y Correctivas.</b>
Objetivo	Definir la metodología para identificar, investigar y solucionar acciones correctivas, preventivas y no conformidades con el fin de promover la mejora continua tanto en los procesos como en el Sistema de Gestión de la calidad.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Indicadores y Objetivos.</b>
Objetivo	Identificar la naturaleza de los indicadores claves de desempeño (KPI), estableciendo su estrecha relación con la estrategia de negocio de la organización.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Sistema de Gestión de Calidad y Norma ISO 9001:2008.</b>
Objetivo	Facilitar a los participantes en las organizaciones la información sobre los beneficios y las etapas de implementación del sistema de gestión de la Calidad.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Proceso de Mejora Continua.</b>
Objetivo	Adquirir conocimientos para la búsqueda de mejoras, así como de Acciones Correctivas y Preventivas dentro de los Sistemas de Gestión de Calidad para participar activamente dentro de los procesos.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Análisis de Causas.</b>
Objetivo	Conocer y manejar herramientas para el análisis de causa, a través de la resolución de casos prácticos, para poner en marcha un proceso estructurado de análisis de las causas de los problemas más recurrentes en su organización, identificando y aplicando las medidas más apropiadas para su eliminación y mantener las mejoras alcanzadas.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.

Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo	
<b>Gerencia de planificación</b>	<b>Curso de Redacción y Edición de documentos.</b>
Objetivo	Aprender técnicas de redacción y edición para la creación de libros institucionales.
Alcance	Gerentes, Jefes, Especialistas, Técnicos y Apoyo Administrativo de CORSATUR.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de mercado</b>	<b>Diplomado en Turismo.</b>
Objetivo	Ofrecer una formación integral acorde a las necesidades del Sector Turístico. Promover conocimientos generales sobre Turismo. Facilitar las herramientas y técnicas para el desarrollo de empresas turísticas competitivas.
Alcance	Gerentes, Coordinadores, Especialistas y Técnicos de las diferentes unidades organizativas.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.
<b>Gerencia de mercado</b>	<b>Curso Moderno de Marketing.</b>
Objetivo	Complementar la formación con los conocimientos del marketing moderno necesarios para enfrentar el nuevo entorno competitivo e incorporar el potencial de las tecnologías de la información en los procesos de marketing.
Alcance	Gerente de Mercado y Coordinadores del área.
Fechas	
Costo	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.



# Propuesta de mejora en la línea gráfica para los materiales de difusión turística interna y externa del Ministerio de Turismo (MITUR).

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de mercado		Cálculo de Indicadores Turísticos.
Objetivo	Reforzar técnicas de cálculo de indicadores turísticos.	
Alcance	Jeft de Inteligencia de Mercado y especialista del área.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de mercado		Tecnia de muestreo.
Objetivo	Aprender a diseñar tamaños muestrales en investigaciones turísticas.	
Alcance	Jeft de Inteligencia de Mercado y especialista del área.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de mercado		Manejo Estratégico de Marcas.
Objetivo	Conocer el manejo y etapas de las marcas, para poder y saber cómo y dónde posicionarlas.	
Alcance	Gerente, Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

14

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de mercado		Planación y Publicidad.
Objetivo	Manejar las diferentes estrategias de promoción y publicidad.	
Alcance	Gerente, Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de mercado		Planación Estratégica de Mercados.
Objetivo	Realizar un análisis de situacional del mercado, poder seleccionar, dividir, medir la demanda y diseñar una proyección de marketing estratégico.	
Alcance	Gerente, Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de proyectos e inversión		Formulación y Evaluación de Proyectos.
Objetivo	Formar profesionales en la metodología y herramientas aplicadas al diseño, formulación, implementación, ejecución, monitoreo y evaluación, rendición de cuentas, dirección y gestión de proyectos, desarrollando y fortaleciendo las capacidades y competencias administrativas, analíticas y estratégicas de los profesionales que trabajan en el sector público.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

15

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de proyectos e inversión		Supervisión de Obras Civiles.
Objetivo	Actualizar los conocimientos en las áreas de administración de procesos, ingeniería sanitaria, electricidad, estructuras, materiales de construcción, pavimentos rígidos y flexibles, permitiendo que los participantes logren un manejo más eficiente en la función de supervisores, mejorando las capacidades para detectar las deficiencias más comunes y recomendar procedimientos de construcción en los procesos de ejecución de un contrato de construcción, desde la firma de este hasta la entrega del mismo.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de proyectos e inversión		Control de calidad y seguridad en la industria de la construcción.
Objetivo	Dar a conocer un enfoque administrativo de los procesos constructivos para el mejoramiento de la calidad y la seguridad de las obras en proceso.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

16

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de proyectos e inversión		Planificación y programación de obras de construcción con programa MS Project.
Objetivo	Introducción a la administración de proyectos de construcción, a los diagramas de redes, para luego adquirir las competencias para el control de los proyectos de construcción por medio de las herramientas de software, tal como: MS Project.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de proyectos e inversión		Diseño y dibujo de planos arquitectónicos y especialidades de ingeniería en autocad.
Objetivo	Actualizar la capacidad de realizar, modelar y presenta en forma profesional un proyecto de obras de infraestructura turística, apoyándose de las herramientas con las que cuenta autocad.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de proyectos e inversión		Diseño Arquitectónico y presentaciones 3D en REVIT.
Objetivo	Capacidad de modelar y presenta en forma profesional un proyecto de obras de infraestructura turística, apoyándose de las herramientas con las que cuenta REVIT.	
Alcance	Personal de la Gerencia de Proyectos e Inversión.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

17

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de turismo interno		Redacción de Informes Técnicos.
Objetivo	Adquirir y fortalecer los conocimientos de redacción.	
Alcance	Personal Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de turismo interno		Diplomado en Desarrollo Local.
Objetivo	Contribuir de manera calificada a la gestión del desarrollo territorial desde instancias públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales.	
Alcance	Gerentes, Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerencia de turismo interno		Ruedas de Negocio y Montaje de Ferias.
Objetivo	Conocer cómo se preparan, desarrollan y cierran las Ruedas de Negocios.	
Alcance	Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

18

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerencia de turismo interno		Técnicas para el montaje de Convertidores.
Objetivo	Adquirir conocimientos básicos de cómo se preparan y desarrollan los convertidores para ponerlos en práctica con los diferentes grupos y sectores que maneja la institución.	
Alcance	Coordinadores, Especialistas y Técnicos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Para todas las unidades		Actualización en herramientas tecnológicas.
Objetivo	Mejorar uso de herramientas tecnológicas y manejo de datos numéricos, Word, Excel y Powerpoint.	
Alcance	Gerentes, Asesores, Coordinadores, Especialistas, Colaboradores, Técnicos y personal administrativo de las diferentes unidades organizativas.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Capacitaciones para los administradores de contratos		Mejorar acerca del Conocimiento de LACAP - Elaboración de Términos de Referencia y/o Especificaciones Técnicas - Tipos de contrataciones.
Objetivo	Conocer los procedimientos a seguir en las adquisiciones y contrataciones de obras, bienes y servicios que deben celebrarse las instituciones de la Administración Pública para el cumplimiento de sus fines, entendiéndose para los alcances y efectos de la Ley LACAP.	
Alcance	Administradores de contratos.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

19

## Área técnica objetivos, alcance, impacto, fechas y costo

Gerentes, jefes y coordinadores		Diplomado en Desarrollo y Habilidades Gerenciales.
Objetivo	Sensibilizar acerca de las competencias gerenciales que permiten optimizar el desempeño en las empresas.	
Alcance	Gerentes, jefes y coordinadores.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

Gerentes, jefes y coordinadores		Diplomado en Gestión Estratégica Empresarial.
Objetivo	Sensibilizar acerca de las competencias gerenciales que permiten optimizar el desempeño de las empresas a partir de una visión estratégica.	
Alcance	Gerentes, jefes y coordinadores.	
Fechas	Cuentan con apoyo de INSAFORP y el porcentaje va desde el 15% al 85%.	
Costo		

TEMA DE CAPACITACION Ley de ética y valores Meses: 9	Alcance -Personal de mandos medios, personal gerencial, jefaturas, especialistas, técnicos y de apoyo administrativo.
Seguridad y salud ocupacional Meses: 10	SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL Objetivo -Conocer las medidas de seguridad y salud ocupacional que deben de poseer los lugares de trabajo de acuerdo a las leyes en materia.
Área conductual objetivos y alcance Ley de ética y valores Objetivo	Alcance -Personal de mandos medios, personal gerencial, jefaturas, especialistas, técnicos y de apoyo administrativo.
-Incentivar a los usuarios a que practiquen y vivan los valores éticos y morales.	

20



21

## Presupuesto 2014: Acciones de Capacitación y Asesoría Técnica

Actividades	Presupuesto US\$	Responsable De Ejecución
Talleres de Asesoría Técnica para MIPYMES Turísticas en temas de: para actores del sector: Inicialidad Alimentaria, Gestión Financiera y Curso de Inglés Básico en Italiano	\$20,000.00	Gerencia de Planificación
Capacitaciones mediante congresos de cooperación interinstitucional: Apoyo técnico en el seguimiento y la ejecución del programa.	\$5,000.00	Gerencia de Planificación/ Fondos de Cooperación
Programa de Formación para el Sector Privado Turístico	\$18,000.00	Gerencia de Planificación/ Fondos de Cooperación
Jornadas de capacitación en Cultura Turística para los diferentes actores del sector	\$8,000.00	Gerencia de Planificación
Programa de Formación de Guías Turísticas Nacionales y Locales.	\$50,000.00	Gerencia de Planificación
Programa de Certificación Básica de Calidad Turística	\$10,000.00	Gerencia de Planificación
Programa de Fortalecimiento a la Inversión Empresarial Turística	\$ 13,481.80	Gerencia de Proyectos e Inversión
Capacitaciones y Asesorías Técnicas en los Territorios: Comités de Desarrollo Turístico, Centros de Amigos del Turismo y Pueblos Vivos	\$57,000.00	Gerencia de Turismo Interno
Capacitación a sector público y privado sobre Turismo	\$36,114.31	Gerencia de Mercado
Programa de Capacitación para mejorar los conocimientos de agentes de la Policía de Turismo	\$8,000.00	Gerencia de Planificación
Capacitaciones para el Recurso Humano de CORBATUR	\$8,000.00	Unidad de Recursos Humanos
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$223,596.71</b>	

22

## Referencias

1. Corporación salvadoreña de turismo (CORSATUR). Informe de rendición de cuentas junio 2009 -mayo 2014. San Salvador: CORSATUR.
2. McIntosh, R., Goeldner, Ch. y Ritchie, J.R.Brent : Tourism. Principles, Practices, Philosophies. John Wiley & Sons, Inc. New York. . 1995.
3. MITUR. (2009). Plan Nacional de turismo El Salvador 2020. San Salvador.
4. Mustellier, D. L (2006). Antecedentes Históricos del Turismo, La Habana, Cuba.
5. Portillo Contreras Marta Elizabeth, R M. (2009). Propuesta de plan para mejorar la competitividad del turismo en el cantón Los Naranjos, municipio de Juayúa, departamento de Sonsonate, El Salvador. San Salvador, El Salvador, Centroamérica.
6. Pueblos Vivos, (2014). Estrategia turística para el desarrollo humano. San Salvador: Pueblos Vivos.
7. Pueblos Vivos, (2014). Un destino encantador, bases del programa. San Salvador:
8. Historia del turismo Mundial (7 de febrero de 2011) Recuperado de <http://florencianur.blogspot.com/2011/02/ciencias-relacionadas-al-turismo>.
9. Real Academia Española. (2001). Turismo. En Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=Nxqmn76Ut2x5Fae8IN4>.