

CAPÍTULO I.

GENERALIDADES DEL SECTOR TURISMO.

A) SECTOR TURISMO.

1. Reseña histórica del turismo.¹

Uno de los aspectos de mayor importancia, para conocer integralmente el significado del turismo, es su historia, pues por su carácter multidisciplinario, sus orígenes, la evolución y las numerosas relaciones con el quehacer humano a través de los tiempos, hacen de esta actividad un producto de reciente concepción, pero que se sustenta en todo lo que el hombre ha hecho en su devenir histórico.

De esta manera aunque el turismo es un fenómeno sociocultural y económico muy reciente en la historia de la humanidad, los viajes y el disfrute de lo que la naturaleza dispone y de lo que el hombre ha realizado es muy antiguo, ya que desde tiempos inmemoriales se ha viajado con el objeto de conocer otros sitios y personas distintas.

Es así, como a continuación se presenta un análisis de los principales rasgos y hechos históricos, que han caracterizado al turismo en el correr de los años.

1.1. Los viajes en la antigüedad.

Primeramente debe entenderse por edad antigua aquel periodo de la historia, que se inicia desde la invención de la escritura hasta la caída del Imperio Romano de Occidente (Siglo V d.C.). La civilización occidental, tuvo sus orígenes en los pueblos mediterráneos de Fenicia; actualmente Líbano, Israel y Grecia.

¹ QUESADA CASTRO, RENATO. *Elementos del turismo*. 1ª ed. 2ª reimpresión. San José, Costa Rica, CR: Universidad Estatal a Distancia (EUNED), 2005. Págs.45-73. 9968-31-057-3.

1.2. Los Fenicios.

Los Fenicios se caracterizaron, por ser hábiles navegantes que establecieron siete ciudades marítimas, dedicadas al comercio con sus numerosas colonias mediterráneas, que se extendían por el norte de África hasta el sur de España.

Los Fenicios, además de navegantes, desarrollaron un alfabeto que contribuyó a difundir el conocimiento a través de las letras.

1.3. Los Asirios.

Otra civilización de gran importancia fue la de Asiría de Mesopotamia, que se ubicó en el valle de los Ríos Tigrís y Eúfrates. Una de sus ciudades más famosas fue la de Babilonia, que se construyó en la metrópoli de Asia Menor y en la de mayor poder de oriente.

Por Babilonia cruzaron infinidad de caravanas de comercio, cuyos integrantes contemplaron extasiados esas magnas obras arquitectónicas.

1.4. Los Hebreos.

La civilización hebrea se caracterizó por la influencia que en ella ejerció La Biblia, sobre el llamado Pueblo de Dios y la Patria de Cristo; destacándose además por su religiosidad monoteísta.

La historia de este pueblo se encuentra relatada de manera sublime en el Antiguo Testamento, donde se narran sus costumbres y los viajes que ellos realizaron con propósitos de exploración, conquista y religión.

1.5. Los Egipcios.

Los Egipcios se asentaron a lo largo del Río Nilo; eran politeístas y sus artes, comercio y demás actividades estaban dedicados a honrar a dioses. Su civilización es de las más antiguas.

Los viajes y aventuras por sus dominios eran frecuentes.

1.6. Los Griegos.

Una de las civilizaciones más importantes, fue la griega, la cual ocupó una posición geográfica privilegiada, permitiéndoles mantener comunicación con Asia y el Mediterráneo, además de los mares secundarios, que fueron sitios donde floreció el pueblo griego, cuya influencia artística, literaria, filosófica, religiosa, política, etc., se hizo sentir por doquier, y a través de los tiempos, hasta nuestros días. Ejemplo de ello son los juegos olímpicos que se celebraban cada cuatro años y que constituían una fiesta nacional dedicada al dios supremo Júpiter. La ciudad de Olimpia, debido a sus juegos, se convertía en el destino deportivo y cultural del mundo griego; esos deportistas y visitantes venidos de otras partes, fueron por sus motivaciones, los primeros practicantes de lo que hoy denominaríamos como: Turismo Deportivo.

1.7. Los Romanos.

Los viajes en la antigüedad, así como el disfrute del ocio, alcanzaron su apogeo durante la época del Imperio Romano, pues este extendió sus dominios por toda Europa y demás pueblos mediterráneos del norte de África y de Asia Menor. Este inmenso imperio estuvo comunicado por medio de las llamadas vías romanas.

Estas vías (Apia, Latina, Flamina, Emiliana, Aurelia, Sacra, etc.), por su extensión y por la importancia militar y comercial, fueron las que de manera justificada dieron origen a la expresión popular de: “Todos los caminos llevan a Roma”.

Estos lugares, así como las otras maravillas del mundo antiguo, motivaron e hicieron de los romanos los primeros “turistas” que viajaron con propósitos culturales y de salud; los desplazamientos que realizaban por el imperio los hacían en galeras de remos, en bestias, en caravanas o incluso, caminando, todo dependía del lugar a visitar y de la riqueza o poder propio de cada visitante.

Con el advenimiento del cristianismo, ésta religión se fue poco a poco propagando por el Imperio Romano y muchos de sus adeptos viajaron a Tierra Santa (peregrinaciones), naciendo así el: “Turismo Religioso”.

1.8. Los viajes en la Edad Media.

El Imperio Romano, en virtud de su extensión, se dividió (395 d.C.) en dos grandes territorios: el occidente, que tenía a Roma como su capital y el de oriente, cuya capital fue Constantinopla (actual Estambul).

Todos los viajes realizados durante este periodo fueron de carácter religioso, que culminaban con las peregrinaciones realizadas principalmente en tres lugares: Jerusalén, Roma y Santiago de Compostela, que eran considerados como sitios sagrados por estar allí enterrados: Jesús, San Pedro y el apóstol Santiago.

De esta manera las peregrinaciones a Roma, Jerusalén y Santiago, le dieron a la Edad Media una identidad turístico-religiosa, única en la historia del turismo internacional.

1.9. Los viajes en la Edad Moderna.

El desarrollo logrado durante la Edad Moderna, sirvió de motivación para que, en la Inglaterra del siglo XVII, se instaurara la costumbre de emprender viajes a Europa continental, con propósitos de ilustración y en particular a Italia (cuna del Renacimiento) y Francia, participaban en estos desplazamientos los hijos de nobles ingleses, acompañados de sus tutores.

Esos viajes, según fuera su duración (hasta tres años) y lugares visitados, se empezaron a denominar: “Grand Tour” y “Petit Tour”; consecuentemente quienes participaban en éstos, se les llamo posteriormente: *tourist*, es decir, turistas.

Para esos viajeros, se empezaron a publicar guías, donde se recomendaba todo lo necesario para realizar esos viajes, completando la enseñanza de estos jóvenes

estudiantes, quienes se convirtieron así en los primeros turistas etimológicamente dichos.

Paralelamente, esos tours contaron con personas que se encargaban de la atención de estos “turistas”.

Además de estos viajes, en esta época también cobro importancia “el balnearismo”, destacándose lugares como Bath (Inglaterra), Baden- Baden (Alemania) y Vichy (España).

De esta forma, todos los aspectos reseñados incidieron, de un modo o de otro, en el nacimiento del turismo en esta etapa, aunque todavía los viajes de placer eran incipientes, pues participar en ellos era difícil y costoso, incluso elitista.

1.10. El turismo en la Edad Contemporánea.

Este periodo de la historia comienza con la Revolución Francesa (1789) y se prolonga hasta nuestros días. Por todo lo acaecido, es la etapa más importante, pues se caracteriza por grandes cambios que transformaron por completo la faz de la tierra.

Con el propósito de facilitar aún más su comprensión, se ha procedido a ordenar esta información en tres subgrupos, que versarán sobre los aspectos históricos de mayor importancia para el turismo según la siguiente división:

- Acontecimientos históricos.
- Desarrollo de los transportes.
- Otros hechos relevantes.

1.11. Acontecimientos Históricos.

La Revolución Francesa trajo consigo, entre otras consecuencias, la de sustituir el absolutismo monárquico por un sistema político liberal y democrático, que originó,

por una parte una sociedad distinta y por otra la división de Europa en nuevas naciones.

Las condiciones laborales impuestas al hombre en las fábricas y demás industrias asociadas, atentaban contra su bienestar, pues estaba casi esclavizado con su trabajo, así, las extenuantes jornadas laborales y el trabajo indiscriminado de niños, mujeres y de todos por igual, trajo consigo el repudio social, lo que paulatinamente presionó para reducir la jornada de trabajo, el descanso semanal y las vacaciones pagadas, con las que se garantizaba el tiempo libre para ser empleado, entre otras cosas, en la práctica del turismo.

El turismo como ninguna otra actividad humana, permite, gracias a esa evolución tecnológica y sociocultural, disfrutar de ese inmenso legado histórico que cada pueblo ha forjado a través de los tiempos; hoy esas manifestaciones de la evolución de las sociedades antiguas, medievales, modernas y contemporáneas, son accesibles por remotas que se hayan, pues el turismo como fenómeno multidisciplinario y consecuencia de la modernidad, ha puesto al mundo al alcance de todos.

1.11.1. Desarrollo de los transportes.

El turismo acontece por los desplazamientos hechos por las personas entre su lugar de residencia y el destino. Dentro de ese contexto, la evolución de los vehículos ha sido determinante para el desarrollo del turismo moderno, pues este ha sustentado su crecimiento en el mejoramiento (velocidad, capacidad, comodidad), de los transportes que han hecho accesible los destinos, por remotos que estos sean. Hoy, por estas circunstancias, el turismo es una actividad que ya no es un sueño al alcance de pocos, sino una realidad que disfrutan muchos.

Con la Revolución Industrial (siglo XVIII) se inició también la transformación de los tradicionales medios de transporte terrestres y marítimos, por otros que emplearon la máquina de vapor como fuerza motriz. Entre estos destacan:

- Transporte Ferroviario.

- Transporte Automotor.
- Bicicletas y motos.
- Transporte Acuático.
- Transporte Aéreo.

1.11.2. Otros hechos relevantes.

Las palabras turista y turismo fueron empleadas en un diccionario inglés por primera vez en 1800 y 1811, respectivamente. De esta forma, turista se emplea para designar a quien participaba en el Grand Tour y turismo, para referirse a la: “Teoría y Práctica” de esos viajes.

1.11.2. 1. Thomas Cook.

El desarrollo del ferrocarril permitió rápidamente la comunicación entre muchas ciudades, lo que favoreció el comercio y los viajes con propósitos muy diversos. En 1841, se realiza un congreso antialcohólico en Leicester (Inglaterra), hacia donde, había que trasladar 570 personas a Loughborough. La organización de ese viaje (ida y regreso) de 35 kilómetros, fue encomendada al misionero bautista Thomas Cook (1808-1892), quien alquiló un ferrocarril y cobró un chelín por pasajero; por ese monto se cubrieron además del transporte, servicios extras a bordo como té, bollos y una banda militar.

El viaje, realizado el 5 de julio, fue todo un éxito y constituyó la primera excursión organizada en la historia del turismo. De esa manera, y motivado por esa experiencia, Cook decidió, cuatro años más tarde, dedicarse a la organización de todo tipo de viajes. Las excursiones y tours, por él coordinados, se realizaron primeramente en Inglaterra, Escocia y luego en Europa. Para esos viajes empleaba trenes y barcos, y por cada pasaje vendido cobraba una comisión a los transportistas.

1.11.2.2. Henry Wells.

Otro hecho muy significativo tuvo lugar en Estados Unidos, cuando en ese país, en 1850, nace la empresa American Express Company, como una subsidiaria de la legendaria línea de diligencia Wells Fargo, el fundador de estas comenzó también a organizar viajes e introdujo, en 1882, el Money Order, que pronto comenzó a denominarse Travel Checks, es decir cheques de viajero.

1.11.2.3. César Ritz.

En el campo de la hostelería el pionero fue César Ritz (1850-1918), quien trabajó en varios oficios en Francia, empezó a forjarse como hotelero en el Grand Hotel Nacional, que era uno de los más prestigiosos y exclusivos hoteles suizos. En ese establecimiento se destacó y se dio a conocer entre la alta sociedad y los políticos que frecuentaban el Nacional. Sus grandes e innatos atributos para la hotelería, se fortalecieron con la cooperación del chef de cocina francés, Augusto Escoffier.

2. Evolución Histórica del Turismo En El Salvador.²

2.1. La década de los años 60.

Se considera el punto de partida del análisis de la evolución del turismo en El Salvador, porque es, en éste momento, cuando el turismo se organizó de una manera más sistemática, y cuando se crearon las instancias oficiales para su promoción.

El turismo arrancó en un ambiente de relativa bonanza económica. El Programa de Integración Económica Centroamericana, que se fortaleció a inicios de los años 60, le dio cierto dinamismo a la economía, expandiendo las exportaciones y acarreando

² JAVIER MORENO; GUSTAVO SEGURA; CRIST INMAN. *Turismo en El Salvador: El reto a la competitividad* [en línea]. cen620, CLACDS/INCAE, agosto, 1998. [citado 12 de marzo 2008]. Disponible en <<http://www.incae.edu/ES/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen620filcorr.pdf>>

cierta modernización; a esto debe añadirse el precio favorable del café en los mercados internacionales, inducido por la puesta en marcha del Tratado Internacional del Café.

Varios factores explican la importancia del turismo en El Salvador a partir de los años 60; por un lado, la modernización del transporte (ampliación de la infraestructura de caminos, aumento de los vuelos con la creación del Aeropuerto Internacional de Ilopango); por otro lado, el nacimiento del Turismo Masivo, cuya onda expansiva alcanzó también a Centroamérica.

En 1961, se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora. Sus principales atribuciones eran: la elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo del sector, la regulación de empresas turísticas, el manejo del patrimonio y la presentación de informes regulares sobre la evolución del sector.

El monitoreo del sector se facilitó desde 1968, cuando el ISTU comenzó a publicar boletines estadísticos detallados sobre el flujo de turistas hacia El Salvador.

La conformación del marco institucional se reforzó con la emisión de la Ley de Fomento de la Industria Turística en 1967, la cual dotaba de incentivos fiscales a las empresas que se acogieran al sistema nacional de turismo.

El panorama financiero también mejoró para la industria, con la apertura de líneas de crédito para promover la inversión turística.

El Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva, creado en 1966, contemplaba el otorgamiento de créditos a proyectos de construcción de infraestructura turística. No obstante, el impacto de estas políticas no parece haber sido muy significativo; para 1969 existían únicamente 320 habitaciones disponibles (Hotel El Salvador Intercontinental 210; Gran Hotel San Salvador 90 y Parker House 20).

En resumen, la década de los 60 es el período en el cual se dieron los inicios del desarrollo organizado del turismo; sin embargo, se tuvo una visión de una actividad marginal complementaria a la economía agroexportadora y a la naciente industria no

se le dio importancia en sí misma; se careció también de lineamientos estratégicos específicos de desarrollo. Los programas estratégicos de fomento del turismo aparecieron en la década siguiente.

2.2. La década de los años 70.

Estos se han considerado los años de oro del turismo en El Salvador, con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad.

En los albores de la década, el turismo aún no era considerado como un área estratégica para los tomadores de decisiones. Pese a ello, algunas políticas claves fueron implementadas, como fue la construcción de cuatro hoteles en San Salvador: Camino Real, Ritz, Alameda y Terraza; también entró en operación el Hotel de Montaña Cerro Verde.

Dos factores impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera:

- La motivación de la iniciativa privada al identificar la rentabilidad de este tipo de inversiones;
- Los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas al sector.

Con la llegada al poder del Coronel Arturo Armando Molina, en 1973, se implantó un estilo de gobierno planificador con argumentos sistemáticos para la priorización de ciertos sectores de la economía. Es en esta época cuando el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, lo cual conllevó el despegue de la actividad; algunos parámetros son reflejo de este hecho: el número de visitantes extranjeros en ese año se incrementó en un 35%, manteniendo esta tendencia creciente hasta alcanzar un máximo de 293,000 turistas en 1978 (la mayoría de los cuales provenían de la región centroamericana). Algunos factores clave de este despegue son:

- Se definió una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa, y se determinaron las tácticas de mercadeo necesarias para impulsar su inserción en el mapa turístico internacional, especialmente en el mercado de Estados Unidos.
- Se perfiló un Plan Maestro para promover el desarrollo de la zona costera, tomando como área prioritaria al Estero de Jaltepeque, en la Costa del Sol. Acorde con esa planificación, se decidió la edificación de varios hoteles: Pacific Paradise, Izalco Cabañas Club y Tesoro Beach con categoría de lujo.

En este mismo período se construyeron más obras de infraestructura que beneficiaron directamente al turismo: se modernizaron algunas carreteras y se construyó el Aeropuerto Internacional de Comalapa; paralelamente, en la capital aparecieron otros hoteles: Siesta y Presidente.

En 1979, fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desembocó en el estallido de la guerra civil un año después. En ese periodo aumentaron las desapariciones y asesinatos y algunos hombres de negocios fueron secuestrados por las organizaciones militares de izquierda (tal fue el caso del presidente del ISTU, don Roberto Poma).

La prensa internacional difundió la imagen de beligerancia y el país fue declarado como peligroso para los turistas. Es así como la afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás; en 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes.

2.3. El turismo durante el conflicto armado (1980-1992).

La violencia borró del mapa turístico internacional a El Salvador. En el mercado estadounidense, por ejemplo, además de las advertencias para no acudir al país, las solicitudes de visa de ingreso eran sometidas a estrictas investigaciones para impedir el ingreso de simpatizantes de los movimientos de izquierda. De esta forma, las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedó estancada.

Los únicos visitantes extranjeros estaban ligados con el conflicto armado: asesores militares, personas afines a tendencias izquierdistas, funcionarios de organismos internacionales, periodistas o curiosos acerca de la situación de la guerra.

La industria hotelera, en particular, fue afectada en los primeros años del conflicto armado, pero posteriormente su situación mejoró, mostrando niveles aceptables de ocupación a causa de la escasez de habitaciones que había en la capital para albergar a las personas mencionadas. Un caso especial fue el del Hotel Camino Real, el cual estaba considerado como el hotel más seguro, y que se benefició enormemente al ser escogido por la prensa internacional como su base de operaciones.

Los establecimientos que salieron más perjudicados fueron los situados en la costa, por su orientación al Turismo Recreacional.

2.4. La paz en El Salvador y el sector turismo (1992).³

Los acuerdos de paz entre el gobierno y las fuerzas de oposición (aglutinadas en el FMLN), fueron firmados el 16 de enero de 1992, en el Castillo de Chapultepec, México.

Numerosos observadores internacionales ingresaron al país para verificar el cumplimiento de los acuerdos, el “boom” de visitantes fue de tal magnitud y las expectativas acerca de las posibilidades futuras de El Salvador tan optimistas que de nuevo se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo.

Cuatro años después de ese momento histórico surgen algunas nuevas empresas turísticas. En 1996, el entorno sociopolítico es diferente del que se vivió durante el conflicto armado, este parece ser el momento adecuado para dinamizar la actividad turística, ya que con la constitución de un nuevo ente rector de la industria, en este caso la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), traería nuevas energías

³ JAVIER MORENO; GUSTAVO SEGURA; CRIST INMAN. *Turismo en El Salvador: El reto a la competitividad* [en línea]. cen620, CLACDS/INCAE, agosto, 1998. [citado 12 de marzo 2008]. Disponible en <<http://www.incae.edu/ES/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen620filcorr.pdf>>

y generaría los incentivos necesarios para hacer del turismo una actividad de calidad mundial.

3. Situación actual del turismo en El Salvador.⁴

La actividad turística, en el ámbito nacional e internacional reporta importantes y múltiples beneficios económicos. La Región Centroamericana, presenta expectativas de crecimientos significativos, con tasas que superan la de muchos otros destinos considerados maduros.

Consiente de ello, El Salvador, a través de su Gobierno Central, ha creído en la sinergia que se consigue uniendo esfuerzos, apostando por una integración que, efectivamente contempla el desarrollo turístico de la Región.

Para ello el Gobierno de la República de El Salvador estableció en el año 2004, el Ministerio de Turismo, con el objetivo de fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística.

El Salvador ha destacado en el entorno, por su estabilidad política y económica, pues con la creación de la Ley de Turismo, en el año 2005, se pretende fomentar, promover y regular la industria, los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, para que puedan gozar de los beneficios e incentivos que la ley contempla.

La creación de la “Marca País”: “El Salvador Impresionante” en el año 2006, ha sido sin duda un punto de partida importante ya que se ha logrado recrear una imagen de sostenibilidad, calidad y personalización de la experiencia turística nacional. Las ventajas competitivas que El Salvador ya posee y que asumirá en un futuro han sido captadas en una marca duradera y elocuente que llega a todos los niveles. Está

⁴ MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Nacional de Turismo 2014* [en línea]. San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, 2005.[citado 03 de marzo de 2008]. Disponible en <https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_IMG/PNT%202014%20PRESENTACION.PDF>

Marca destaca al país los siguientes aspectos: 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.

El país genera confianza, visión de futuro, evolución económica, honestidad, dedicación al trabajo, amabilidad, cordialidad y estabilidad. El Salvador es tierra de oportunidades para los ciudadanos del mundo para invertir, viajar, descubrir y trabajar.

Esto se puede comprobar con la llegada de 1.7 millones de visitantes internacionales a El Salvador en el 2007, con una estancia promedio de 7 días, un crecimiento optimista al primer cuatrimestre de 2008 (+ 28.3%), evidencia y ratifica los esfuerzos y acciones realizados en la búsqueda de uno de los objetivos más importantes del Plan Nacional de Turismo: el hacer de El Salvador un destino turístico sostenible, competitivo y referente en Centroamérica.

El posicionar a El Salvador como primer destino de negocios y reuniones, sin duda es un desafío pero cabe destacar la contribución que las empresas turísticas deben continuar asumiendo en la configuración de un destino competitivo, al grado de alcanzar las metas cuantitativas y cualitativas del desarrollo turístico en El Salvador.

4. Estructuración del turismo.⁵

La estructuración del turismo consta en consecuencia de cuatro elementos básicos: atractivos turísticos, infraestructura turística, planta y superestructura, a los que se suman las actividades turísticas.

⁵QUESADA CASTRO, RENATO. *Elementos del turismo*. 1ª ed. 2ª reimpresión. San José, Costa Rica, CR: Universidad Estatal a Distancia (EUNED), 2005. Págs. 183-208. 9968-31-057-3.

4.1. Atractivos Turísticos.

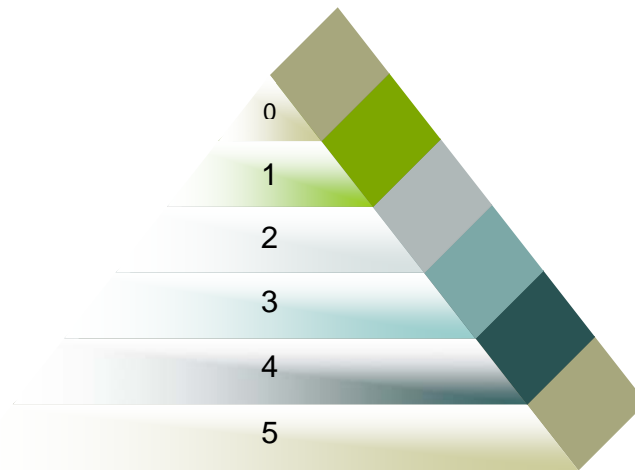
Los atractivos turísticos, son los que motivan y generan desplazamientos de los turistas hacia un lugar o núcleo receptor (lugar donde se encuentran destinos y atractivos donde los turistas se desplazan), para realizar en éste múltiples actividades propias de las características del destino y su equipamiento. Por esta circunstancia los atractivos turísticos son considerados como la materia prima del turismo, pues es en virtud de su existencia que surgen los núcleos receptores, para ofrecerle a sus visitantes todo lo necesario para su permanencia y disfrute.

Debido a su importancia como elementos motivadores de los viajes, los atractivos son la razón de ser de la planta turística, ya que esta última se construye en el lugar y con las características que propicien una explotación racional de atributos de los atractivos, que a su vez definirán, las actividades turísticas que realizarán sus visitantes.

Para conocer en detalle las características de los atractivos de un sitio, región o país, se procede a efectuar un inventario, mediante el cual éstos se clasifican, evalúan y ponderan, según sean sus peculiaridades, importancia local, nacional o internacional y posibilidades de desarrollo. En cada uno de los atractivos, se analiza consecuentemente todo aquello que sea de interés, especialmente los elementos que identifican y distinguen de otros atractivos; cuanto más notorios sean sus rasgos, mayor será su poder de atracción tanto a nivel interno como internacional, así la evaluación hecha a sus características determina los valores (jerarquías) asignados a cada atractivo en virtud del interés turístico que despierten.

Originalmente se establecieron cuatro jerarquías con los valores (0-3), donde “0” era un atractivo de poco interés y “3” de interés excepcional, no obstante, en muchos países de América esta ponderación ha sido ligeramente ajustada a otros valores más precisos (0-5). Como a continuación se describe:

Figura No.1
Jerarquización de los atractivos turísticos.



Fuente: Elementos del turismo, Quesada Castro, Renato.

Jerarquía 0: atractivos turísticos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

Jerarquía 1: atractivos sin méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

Jerarquía 2: atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.

Jerarquía 3: atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales)

Jerarquía 4: atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero enb

menor porcentaje que los de la jerarquía 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía 5: atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.

La jerarquía asignada a los atractivos debe ser muy bien ponderada y evitarse la subjetividad en su evaluación, pues se debe tener presente que estos son elementos que compiten con otros de su misma tipología a nivel internacional. De esta forma tenemos que cuanto mayor es la jerarquía de los atractivos en la clasificación, pocos son en número y a la inversa; así podríamos mencionar que ese carácter excepcional de los atractivos de jerarquía 5 corresponden a lugares como los declarados por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad (Isla del Coco, Galápagos, etc.). En contraposición con éstos, los atractivos de menor jerarquía (0-2) sólo son de importancia local, regional o nacional.

4.1.1. Clasificación de los atractivos.⁶

Estos se ordenan en virtud de sus características en cinco grandes categorías:

- a) Sitios naturales.
- b) Museos y manifestaciones culturales.
- c) Folklore.
- d) Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
- e) Acontecimientos programados.

⁶QUESADA CASTRO, RENATO. *Elementos del turismo*. 1ª ed. 2ª reimpresión. San José. Costa Rica, CR: Universidad Estatal a Distancia (EUNED), 2005. Págs.186.9968-31-057-3.

Los atractivos son también los principales elementos considerados para la división de un territorio (espacio turístico) en unidades de planeamiento turístico.

Según sean las características del espacio (extensión, distribución de los atractivos y planta turística), así serán las unidades que en relación con su complejidad e importancia se clasifican en: zonas, áreas, complejos, centros, unidades, núcleos, conjuntos, corredores de traslado y corredores de estadía.

Es decir, que los atractivos, son los que determinan las características de la oferta y de la demanda turística de un destino. Los atractivos de mayor jerarquía (3-5) son los que generan la mayoría de los desplazamientos turísticos internacionales

4.2. Infraestructura.

El concepto de infraestructura hace referencia al: “Conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna”. También su nombre denota a través de su preposición infra, el concepto de estructura inferior, es decir, aquella que se ubica debajo de otras, como son en el caso del turismo, la planta turística (estructura productiva) y la superestructura (organización del quehacer turístico).

Esos servicios básicos son por lo general obras de carácter público, que están dirigidas al beneficio de toda una colectividad, con el objeto de suministrarle los servicios necesarios para el funcionamiento y desarrollo de sus actividades sociales y económicas. Así, la infraestructura comprende los siguientes rubros: acueductos, energía, comunicaciones, drenajes, sanidad, seguridad, educación, sistema de transportes, obras urbanas (parques, plazas, etc.). Estos componentes de la infraestructura son los que promueven el sostenimiento de las actividades humanas en las poblaciones, asimismo, permiten la comunicación y transferencia de bienes y servicios con el resto del país, que de este modo se comunica internamente y con el exterior. Este componente a su vez debe tener implícito otros elementos como son: accesibilidad, acueductos, electricidad, comunicaciones, otras obras.

4.3. Planta Turística.

Este elemento es conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus reservas se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. La planta es entonces la encargada de atender y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas.

La planta turística cuando es planificada y no espontánea, se desarrolla tomando en cuenta las características y ubicación de los atractivos existentes en su área de influencia inmediata (o próxima) y las actividades que en virtud de éstos realizarán los turistas. Surgen así los núcleos receptores constituidos por el equipamiento e instalaciones que proveerán los servicios demandados por sus visitantes. En cuanto al equipamiento, este incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos; el segundo componente de la planta lo constituyen las instalaciones, bajo este rubro deben anotarse todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

Como ya hemos indicado previamente, los atractivos son los que generan las corrientes turísticas, y la infraestructura es la base sobre la que se sustentan la planta para poder operar adecuadamente. Estos tres elementos distinguen a un destino, confiriéndole su carácter e identidad turística. Son un conjunto que determinarán el grado de satisfacción y experiencia obtenidas por los turistas en sus viajes.

De este modo, la planta como tercer elemento del patrimonio turístico no funcionará sin los otros elementos que la nutren, tanto de materia prima (atractivos) como de otros insumos básicos (infraestructura) empleados para la producción de los servicios turísticos.

4.4. Superestructura.

Este cuarto elemento de la estructuración del turismo está conformado por aquellos organismos públicos o privados, que de manera indirecta o directa coordinan todo lo necesario para que el turismo se dé con éxito.

La superestructura, también conocida como supraestructura, se halla en el nivel superior de los elementos que constituyen el patrimonio turístico: atractivos, infraestructura, planta (estructura productiva) y supraestructura. Su función es precisamente propiciar por todos los medios a su alcance, el engranaje óptimo de los tres primeros elementos que en su conjunto forman el producto turístico de un lugar.

De acuerdo con las características de sus organismos, la superestructura se puede clasificar así: ámbito geográfico (internacional, regional, nacional, provincial o departamental, local), participación y actividad.

4.5. Producto turístico.

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los turistas para su consumo directo; bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista los percibe como uno sólo.

4.5.1. Clasificación de los componentes del producto.

- **Orientado hacia el turista:** Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo. Bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores. Éstos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas, información y otros.

- **Orientado a los residentes:** Bienes y servicios que son producidos principalmente para el uso y consumo de la población local, como puede ser la infraestructura, la seguridad, farmacias y hospitales, tiendas y muchas otras.
- **Producto integrado:** Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere mientras se encuentra lejos de casa, y que en términos generales es la suma de los bienes y servicios de las dos categorías anteriormente mencionadas.

Es decir que en conjunto con todos los componentes de la estructuración del turismo forman lo que se conoce como producto turístico.

5. Razón de ser del Turismo.⁷

Si procuramos dar una respuesta filosófica del porque del turismo, el principal argumento será el de que hay turismo porque existen personas que viajan. Así de sencillo es el asunto, pues el puesto que ocupa el hombre en su devenir viajero, origina una multiplicidad de factores y de condiciones que de no ser satisfechas, no harían posible su traslado y permanencia en otro lugar distinto a aquel en donde reside y sin ello, no acontece éste fenómeno que es el turismo.

Ahora bien, para que una persona pueda efectivamente emprender ese viaje, son menester múltiples satisfactores que le permitan llevar a cabo su propósito, el que a sí mismo no es igual para todos, pues en cada viaje priva lo que cada quién es como potencial consumidor turístico, o sea, que las razones y motivaciones de un viaje y de quienes lo realizan son diferentes, porque aunque similares en su origen, la percepción y experiencia que se obtenga en éste, tiene un significado único y particular para toda persona.

⁷ QUESADA CASTRO, RENATO. *Elementos del turismo*. 1ª ed. 2ª reimpresión. San José. Costa Rica, CR: Universidad Estatal a Distancia (EUNED), 2005. Págs.10-13.9968-31-057-3.

De este modo partimos de la premisa de que nadie es igual a otro, ni ningún viaje lo es tampoco. Así, podemos entender en principio que las características y resultados de un viaje turístico están supeditados por una parte al ser intrínseco y particular de cada turista y por otra, a las experiencias que él obtiene como producto del desplazamiento realizado.

Habiendo analizado algunos de los elementos que conforman el hecho turístico, veamos ahora otros referidos al hombre razón de ser del turismo. Partimos de lo ya esbozado, de que todos somos distintos y de que cada viaje es igualmente diferente, debido a que la percepción y experiencias logradas con ellos, que son el resultado de un conjunto de factores (genéticos, geográficos, sociales, económicos, psicológicos, motivacionales, etc.) que particularizan a cada viaje según sean los destinos seleccionados (clima, atractivos, servicios, etc.). De este modo los viajes que históricamente el hombre ha emprendido han sido producto de sus circunstancias personales y propias del momento y del lugar en que residió y al cual se desplazó. Ese ir y venir de los viajes, es entonces la respuesta individual o colectiva (sociedad) de quien (es) se desplaza (n); atendiendo sus propias razones o motivaciones, hacia un destino.

Esos viajes puede que sean realizados por razones o motivos de forzosas ejecución (trabajo, estudios, negocios, familiares, etc.) o bien por el libre albedrío, en cuyo caso las motivaciones tienen un mayor significado por el propósito implícito de esos desplazamientos, es decir, son éstos los viajes que en esencia definen y justifican la existencia del turismo como actividad renovadora, que recrea el espíritu y restituye las energías y los ánimos de quienes viajan.

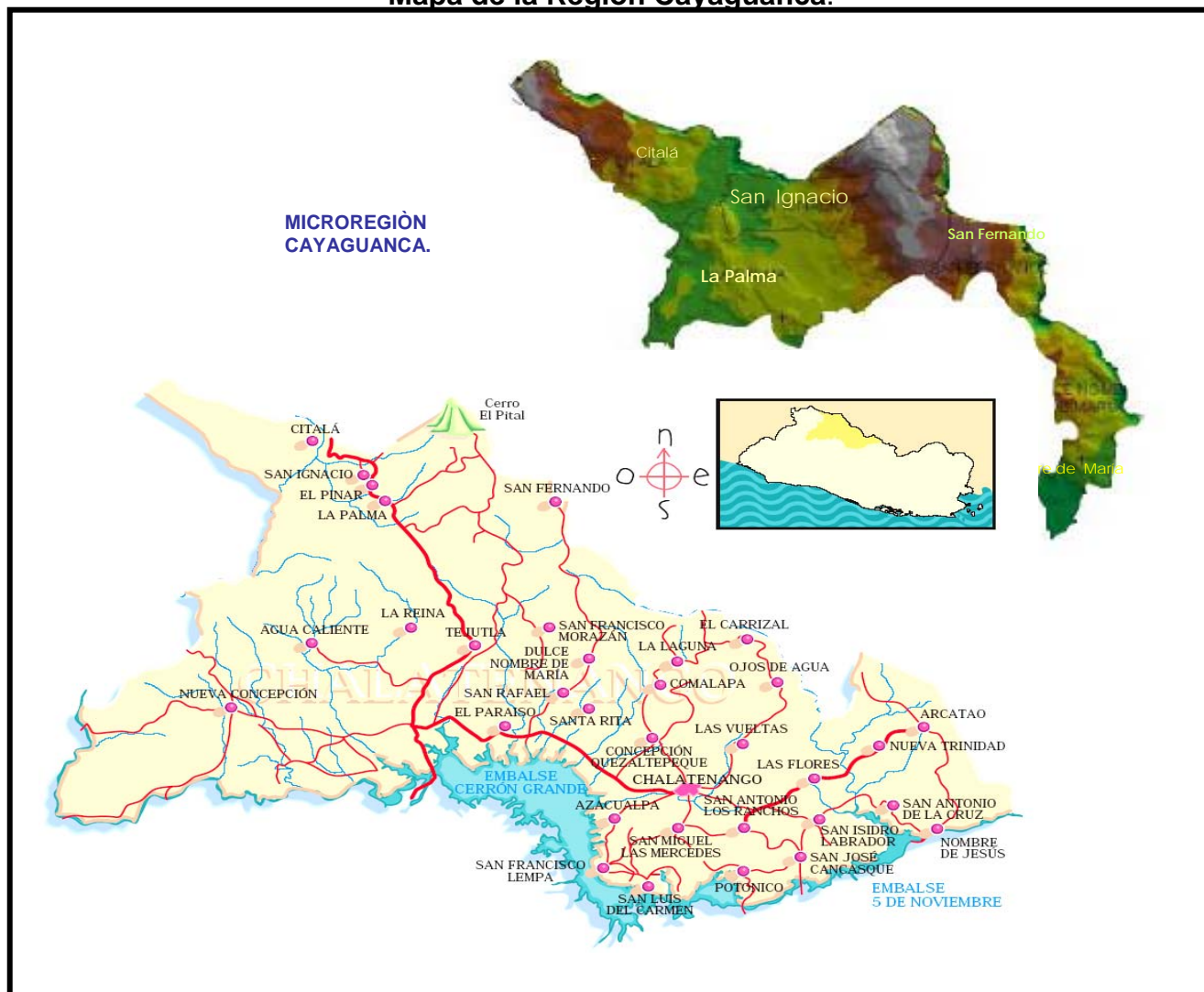
Ese devenir de los viajes, representa en su origen una idealización de lo que se hará en el destino. Es el deseo y la imagen a priori de lo que al turista le agradaría encontrar y hacer es cuando sin haber iniciado la experiencia misma del viaje, se crean a su alrededor múltiples expectativas. Es aquí cuando entonces cobra vida la expresión popular “viajar es pasear en un sueño”.

De esta forma, el turista con sus expectativas y necesidades, se convierte en el sujeto del turismo, para lo cual, éste último deberá responder facilitándole todo lo requerido para su desplazamiento y permanencia temporal en el destino. Esto implica un profundo conocimiento del qué ofrecer y a quién ofrecerlo. Por tanto es necesario optimizar los recursos disponibles, para que estos con su debida organización y puesta en valor, satisfagan a plenitud lo que las personas esperan encontrar y desean que les proporcionen los prestatarios turísticos; así, las necesidades turísticas de cada quien generan una multiplicidad de relaciones entre todas las personas, entidades y empresas que tienen que ver con la promoción, planeación y dotación de los servicios implícitos en los viajes, que emprendan los turistas; según sean esas peculiaridades que les identifican y definen como consumidores potenciales o reales de lo que el mercado nacional e internacional les ofrece.

Ese idealismo por un viaje, se transforma en un apetito que sólo puede ser saciado cuando el turista realiza lo que anhela, en el lugar, momento y forma que le convenga, según lo que él es o pretende ser como consumidor turístico. La experiencia positiva o no de su viaje, dependerá de que todo lo imaginado, deseado y ofrecido sea satisfactorio y para lograr esto requiere que esa imagen turística idealizada se convierta en una fotografía realista que corresponda a la percepción inicial del destino en su defecto, el ensueño de un viaje puede convertirse en una desilusión.

B) ASPECTOS GENERALES DE LA ASOCIACIÓN DE MUNICIPIOS CAYAGUANCA.

Figura No. 2
Mapa de la Región Cayaguana.



Fuente: Asociación de Municipios Cayaguana.

1. Antecedentes de la Asociación de Municipios Cayaguanca.⁸



La Asociación de Municipios Cayaguanca, inicia los procesos organizativos a finales del mes de octubre del año 2004, constituyéndose en Febrero del año 2005. Se encuentra ubicada al Norte del departamento de Chalatenango.

Está conformada por los municipios de San Ignacio, Citalá , La Palma, San Fernando y Dulce Nombre de María. Esta Región limita al norte con la Republica de Honduras, al Sur y al Este con los municipios del departamento de Chalatenango de El Salvador y al Oeste con el municipio de Metapán del Departamento de Santa Ana, que forma parte de la Asociación de Municipios El Trifinio, el cual comparte e interconecta por medio de Citalá.

1.1. Visión.

Una Asociación de Municipios que facilita y gestiona el desarrollo sustentable de la Región Cayaguanca, en los ámbitos social, político, ambiental, cultural, económico y territorial, a través de la integración y articulación de los esfuerzos de todos los actores claves de los municipios con un enfoque transparente y equitativo.

1.2. Misión.

Somos una Asociación concertadora de un modelo de sostenibilidad económica y técnica que genera el desarrollo sostenible de nuestros municipios, donde todos y todas accedan a los servicios públicos con calidad y de forma transparente.

⁸ LIC. WENDY MALDONADO; *Plan estratégico ODATUR.*; San Salvador, SV: Asociación Cayaguanca, 2007.pág.5-6.

1.3. Principios.

- **Transparencia.**

Manejamos los recursos y bienes de la Asociación de manera transparente, y fomentamos procesos de rendición de cuentas entre nuestros miembros.

- **Equidad.**

Todos y todas trabajamos para lograr el desarrollo de nuestros municipios de forma integral y paritaria.

- **Respeto y Confianza.**

Valoramos el respeto de las diferentes creencias e ideologías de sus asociados.

- **Trabajo en equipo.**

Creemos que la mejor manera de lograr nuestros objetivos es a través del trabajo conjunto de los miembros.

- **Participación.**

Actuamos de manera activa en la búsqueda de soluciones integrales a la problemática regional.

- **Concertación.**

Buscamos soluciones de manera democrática.

- **Responsabilidad.**

Asumimos con seriedad nuestro trabajo.

- **Calidad.**

Proporciona satisfacción en quien la produce y en quien la recibe por ello realizamos nuestro trabajo con efectividad, eficiencia y eficacia.

- **Solidaridad.**

Sentimos lo ajeno como propio.

1.4. Beneficios.

- Apoyo a la producción de altura.
- Apoyo al mejoramiento de los productos turísticos y artesanales.
- Fortalecimiento de las Mancomunidades.
- Infraestructura vial.

1.5. Programas Estratégicos.

- ***Fortalecimiento Institucional de la Asociación Cayaguanca y las municipalidades:*** fortalecer las capacidades técnicas administrativas en todos los niveles de Asociación Cayaguanca.
- ***Gestión del Territorio Intermunicipal:*** gestionar el ordenamiento territorial de la Región a través de la creación e implementación de herramientas e instrumentos técnicos legales y planificación del territorio y los recursos.
- ***Economía y Empleo Local:*** diversificación de la actividad económica local y el desarrollo del turismo sustentable.
- ***Gestión ambiental y Recursos Naturales:*** desarrollar un proceso permanente y sostenible de fortalecimiento de capacidades locales para la conservación, protección y restauración del medio ambiente.
- ***Participación Ciudadana:*** lograr una mayor gobernabilidad social y política a nivel municipal y regional.

- **Desarrollo Social y cultural:** mejoramiento y ampliación de la cobertura y calidad de servicios en las áreas de salud, educación y vivienda.
- **Género y Juventud:** integrar el enfoque de género en las políticas municipales e intermunicipales.
- **Apoyo a la Niñez:** fomentar espacios para la estimulación temprana de la niñez en los municipios miembros de la Asociación.

1.6. Proyectos en ejecución.

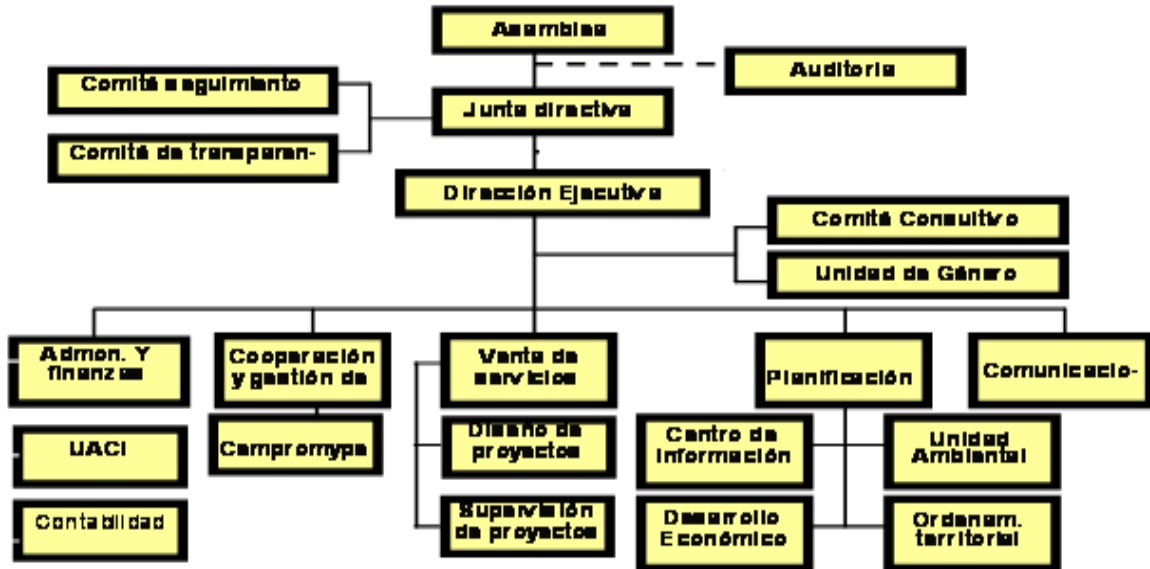
- Desarrollo Agroecoturístico Binacional Ocotepeque - Chalatenango.
- Agricultura sostenible en laderas
- Fomento al desarrollo económico local en los municipios de La Palma y San Ignacio.

1.7. Instituciones cooperantes.

- Programa Binacional de desarrollo fronterizo Honduras - El Salvador.
- Cooperación Alemana, GTZ.
- CEMPROMYPE. (Centro para la Promoción de la Micro y la Pequeña Empresa en Centroamérica).
- MAG.
- Diputación de Barcelona.
- ONG' S.

1.8. Estructura Organizativa.

Figura No.3
Estructura organizativa



Fuente: Asociación de municipios Cayagua

A continuación se describe cada nivel:

- **Asamblea:** conformada por los alcaldes de los municipios que conforman la Región, su función principal es la de realizar actividades (proyectos) en pro del turismo.
- **Junta Directiva:** conformada por los alcaldes e instituciones cooperantes.
- **Dirección Ejecutiva:** conformada por la Asociación de Municipios Cayagua.
- **Auditoría:** conformada por auditores externos procedentes las instituciones cooperantes.
- **Comité de Seguimiento:** es el que realiza actividades de seguimiento a cada proyecto ejecutado por la Asociación.

- **Comité de Transparencia:** vela por el cumplimiento de los principios de la Asociación, así como el uso adecuado de los fondos.
- **Administración y Finanzas:** el área de administración tiene a su cargo todo lo relacionado con el personal. Comprende también la planeación, organización, integración, dirección y control de los recursos materiales; equipos y herramientas necesarias para realizar las tareas.

El área de finanzas se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

- **Cooperación y Gestión:** aquí se realizan gestiones para lograr el apoyo de instituciones que brinden el apoyo para ejecutar proyectos en beneficio de la Región.
- **Venta de Servicios:** el departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que se desea vender.
- **Planificación:** es la unidad que define los objetivos y metas de la Asociación respecto de las actividades que se realizarán en pro de los municipios de la Región.

C) DESCRIPCIÓN DE LOS MUNICIPIOS QUE INTEGRAN LA REGIÓN CAYAGUANCA.⁹

La Región Cayaguana está conformada por los municipios de San Fernando, San Ignacio, Citalá, Dulce Nombre de María y La Palma; éstos a su vez se encuentran ubicados en el departamento de Chalatenango, como a continuación se describe:

1. Reseña del departamento de Chalatenango.



El departamento de Chalatenango se encuentra ubicado en la zona central de El Salvador, con una extensión territorial de 1,985.74 Km.² correspondiendo al área rural 1,979.78 Km.² y al área urbana 5.96 Km.². La zona alta se ubica al norte del departamento y comprende los municipios de La Palma y San Ignacio. La principal vía de acceso a la zona es la carretera CA-4 Troncal del Norte, que es la única vía direccional que la atraviesa de norte a sur.

El programa Binacional de Desarrollo Fronterizo Honduras - El Salvador priorizó estos municipios por formar parte de la franja fronteriza considerada un área marginal con poca inversión que presenta los mayores niveles de migración.

En un estudio desarrollado por la empresa de Asesores Nacionales Especializados en Desarrollo (ANED) y en consulta con los diferentes actores locales se determinó que el potencial de la zona se enmarca en un proceso agroturístico por su riqueza natural.

Al potenciar esta actividad en la Región se pretende iniciar un proceso de desarrollo económico sostenible, disminuir la degradación ambiental y la migración hacia los

⁹ ENRIQUE ALVARADO; GUILLERMO DONAIRE. *Guía Turística: Ocotepeque- Chalatenango*. 1ª impresión. Honduras- El Salvador. SV.HN: Universidad El Zamorano. 2007; Págs. 25-59.

países del norte. Los servicios turísticos de la zona en su mayoría son de propiedad privada y su línea es el turismo de montaña; ofreciendo un ambiente placentero y ameno para el descanso en un clima agradable en un territorio de singular belleza natural.

1.1. Reseña del municipio de Citalá.

Tiene una extensión territorial de 86.89 km. 2 con una población aproximada de 7,000 habitantes. Esta comunidad se encuentra ubicada en la línea fronteriza con Honduras y próxima a la aduana El Poy.

En la zona alta de este municipio se encuentran las mejores plantaciones de café de El Salvador, la calidad de la producción de este grano ha permitido a esta zona ganar el reconocimiento, en varias ocasiones, del premio al “Mejor Café del Año”. Al establecer un proceso de asociatividad con productores de café, guías locales, operadores y gobierno local se traduciría en oportunidades para desarrollar recorridos agroturísticos con amplios beneficios para los involucrados.

Otras actividades productivas en la zona son la ganadería, el procesamiento de productos lácteos y el comercio principalmente a las orillas de la carretera Panamericana, son también elementos apropiados para iniciar trabajos de agroturismo o turismo rural a pequeña escala, especialmente para visitantes de un día, o viajeros en tránsito.

1.2. Reseña del municipio de Dulce Nombre de María.

Fundado por varias familias de origen español en el año de 1791, fue hasta el 22 de abril de 1903 que se nombró municipio. Limita al Norte con el municipio de San Fernando y al Sur con el municipio de Nueva Concepción; al Oeste con La Palma y al Este con la República de Honduras. La población aproximada es de 6,000 habitantes comprendida en el área urbana y rural.

Dulce Nombre de María está situado en terrenos bajos aproximadamente a 450 m.s.n.m. donde las temperaturas oscilan entre 25 y 30°C.

El patrimonio cultural se manifiesta a través de celebraciones como el Festival del Maíz, en el cual se elaboran variedad de alimentos derivados de éste grano. Este festival es apreciado a nivel nacional.

En la zona alta del municipio se encuentran sitios de interés turístico como el Parque Ecológico El Manzano, Cueva El Ermitaño, Chorro Blanco y el Río Sumpul.

Además sus pobladores se dedican al cultivo de plantaciones agroforestales y a la actividad piscícola; quienes actualmente han iniciado actividades de ecoturismo las que están siendo integradas a las redes locales y nacionales para la promoción y el desarrollo.

1.3. Reseña del municipio de La Palma.

Este municipio se encuentra ubicado al Norte del departamento de Chalatenango, aproximadamente a 83 km. de San Salvador. La población es de 26,000 habitantes entre el área urbana y rural. Limita al Norte con los municipios de Citalá y San Ignacio; al Sur con La Reina; al Este con el municipio de San Fernando y al Oeste con Metapán.

La Palma forma parte de la ruta turística “Paraíso Artesanal” siendo uno de los centros artesanales más importantes de El Salvador; se distingue por la elaboración de artesanías al estilo naif (arte que consiste en la representación de momentos de la cotidianidad de la vida rural, así como de la flora y fauna típicos del lugar).

Este municipio se caracteriza por sus hermosos parajes montañosos con temperaturas que no superan los 22° C y donde más de alguna vez los granizos han cubierto de blanco los picos más elevados. Ahí se encuentran acogedores hoteles y hostales.

En la zona alta sobresalen las extensas parcelas sembradas de hortalizas orgánicas que revelan un ambiente laborioso, a la vez ideal para la práctica del agroecoturismo.

1.4. Reseña del municipio de San Fernando.

Este municipio tiene un territorio de 42.24 km.², la población es de 2,300 habitantes aproximadamente y está compuesto por cinco cantones y 16 caseríos.

San Fernando constituye hoy en día una villa fronteriza con la República de Honduras, compartiendo el Río Sumpul. En la parte alta y próxima con La Palma, cuenta con una amplia actividad productiva de hortalizas y frutales de clima frío. Es uno de los pueblos más hospitalarios y con agradable temperatura del departamento de Chalatenango donde todavía se conservan costumbres y tradiciones que se ven manifestadas en las alegres fiestas populares con participación comunitaria.

La religiosidad de esta hermosa comunidad se refleja en las celebraciones anuales en honor a su Santo Patrono cuyas fiestas se ven favorecidas con la presencia de personas de comunidades vecinas.

1.5. Reseña del municipio de San Ignacio.

A 88 km. de San Salvador y a 8 Km. de la aduana El Poy, en Honduras, se encuentra el municipio de San Ignacio con una extensión territorial de 64.94 km.² y aproximadamente 17,000 habitantes.

Este municipio es enriquecido por el patrimonio natural y cultural que puede apreciarse en la Feria del Agricultor la cual se celebra los fines de semana, en la calle principal del casco urbano; asimismo en la fiesta patronal en honor a San Ignacio de Loyola que anualmente se celebra del 23 al 31 de julio. Durante las celebraciones de San Ignacio se presentan una mezcla de actividades populares y

religiosas con énfasis en tradiciones como las carreras de cinta, la coronación de la reina y la danza de los moros y los cristianos.

A la altura de 1,010 m.s.n.m. San Ignacio presenta un clima subtropical, altura que también favorece la presencia de vegetación de pinos y cipreses; y de fauna, especialmente tepezcuintles, ardillas, guatusas y tigrillos; elementos esenciales para motivar la visita de turistas con vocación ecológica.

2. Oferta Turística de La Región Cayaguana.

La oferta turística es el conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones. El turismo en la Región Cayaguana, ha evolucionado a partir de la integración de los municipios que la conforman, esto ha conllevado a que se desarrollen recorridos turísticos que conforman la oferta turística por parte de la Región y que son un dinamizador de la actividad turística en los cinco municipios.

Cuadro No.1

Oferta Turística de la Región Cayaguana.

Oferta Turística	Descripción
Recorrido turístico: La Palma y San Ignacio.	Visita a tiendas, talleres e iglesias en el Municipio de La Palma, posteriormente salida a San Ignacio donde se realizarán visitas a talleres, iglesia, comedores, Parque la Loma de la Cruz. Tiempo aproximado del recorrido 3 horas con 15 minutos.
Recorrido turístico: San Ignacio.	Se realizará en el Municipio de San Ignacio: Recorrido por el polideportivo, después al Campo Scout finalizando en molienda. Tiempo aproximado de recorrido 2 horas y media.
Recorrido turístico: La Palma.	Recorrido en el Municipio de La Palma por tiendas, talleres, iglesia; finalizando en el Parque Ecológico El Refugio, donde los turistas decidirán realizar caminatas al Río Nunuapa o hacer un recorrido para apreciar la belleza escénica del lugar. Tiempo aproximado de recorrido 2 horas y media.
Recorrido turístico: San Ignacio.	Recorrido por el Municipio de San Ignacio por tiendas, talleres, iglesia, Parque Loma de La Cruz, Hotel Entre Pinos. Tiempo aproximado de recorrido 2 horas.
Recorrido turístico: San Ignacio.	Caminata a Piedra de Cayaguana partiendo de San Ignacio hora de salida: 7:00.a.m. tiempo de recorrido 3 horas y media aproximadamente de ida y dos horas de regreso. Caminata al Cerro el Pital, salida de San Ignacio a las 7:00.a.m. en autobús hasta llegar al Cantón Río Chiquito, luego iniciamos la caminata hacia El Pital con duración de 2 horas con 45 minutos, la salida del Pital debe de ser antes de las 2:00.p.m. tiempo de descenso 1hora con 30 minutos, hasta al Cantón Río Chiquito posteriormente el retorno a San Ignacio en autobús.
Recorrido turístico: San Ignacio y La Palma.	Caminata a Los Encuentros (Río Lempa). Partiendo de San Ignacio o La Palma en autobús hasta el lugar de inicio de la caminata. La hora de salida es a las 7:00.a.m. tiempo de recorrido en autobús es de 25 minutos caminata 1 hora con 15 minutos de ida y 1 hora con 45 minutos de regreso hasta la carretera para tomar nuevamente el autobús. Hora de salida de Los Encuentros debe de ser antes de la 2:15 p.m.
Recorrido turístico: San Ignacio y La Palma.	Caminata al Río El Rosario. Iniciando el recorrido en San Ignacio entre 7:00 a.m. y 10:0.a.m. hacia el río, finalizando en una agradable caída de agua. Tiempo de caminata 2 horas de ida y hora y media de retorno.
Recorrido turístico: Dulce Nombre de María.	Recorrido por el casco urbano de Dulce Nombre de María donde se podrá apreciar las pinturas que se han elaborado en cada una de las casas, las cuales representan los lugares turísticos con que cuenta el municipio, visita a la iglesia, tiendas y comedores. Tiempo 2 horas y media.
Recorrido turístico: Dulce Nombre de María.	Caminata por el Parque Ecológico El Manzano, cuenta con un museo, cabañas y restaurante; en la misma propiedad se encuentra el Río llamado Ereguan. Tiempo media hora en vehículo desde el casco urbano, y realizando la caminata desde el casco urbano es de un aproximado de 4 horas.
Recorrido turístico: Dulce Nombre de María.	Visita a los miradores y turicentros Tiempo 2 horas aproximadamente en vehículo
Recorrido turístico: Dulce Nombre de María.	Caminata extrema hacia la Cueva del Encanto y la Poza del Encanto; lugares con una gran belleza natural la cual usted puede disfrutar si es amante de la aventura. Tiempo aproximado de 4 horas de ida desde el casco urbano

Fuente: Asociación de Municipios Cayaguana.

3. Recursos turísticos de la Región Cayaguana.¹⁰

Cuadro No. 2
Recursos Turísticos de la Región Cayaguana.

Municipio	Recursos Turísticos	Ubicación	Puntos de interés
Citalá	Río Lempa.	Se encuentra ubicado en el tramo Citalá, Carretera Troncal del Norte, Km.95, Barrio El Poy.	Pozas naturales, observación de flora y fauna, safari fotográfico, caudal apropiado para practicar deportes acuáticos, áreas para acampar y senderismo.
	Cascada La Laguneta.	Se encuentra ubicado sobre la carretera Troncal del Norte, Km.95, ubicada al sur del casco urbano, rumbo a la comunidad de la Laguneta.	Pozas naturales, observación de flora y fauna, áreas para acampar y senderismo.
	Mirador Las Cruces.	Carretera que conduce al municipio de Metapán, a un Km. de la comunidad La Laguneta.	Belleza escénica, observación de flora y fauna y senderismo.
Dulce Nombre de María	Parque Ecológico El Manzano.	Carretera que conduce al municipio de San Fernando.	6 cabañas con baño privado y mini cocina y servicio de alimentación.
	Manantiales de La Montaña.	Del centro del municipio rumbo al Norte aproximadamente 10 km.	6 cabañas con baño privado; servicio a la carta y bebidas naturales.
	Los Miradores.	Carretera que conduce a San Fernando en el km.4, Mirador El Amor; en el km.8 Mirador La Paz y en el Km. 16; Mirador La Luna.	Belleza escénica.
	Río Sumpul.	En el tramo de Dulce Nombre de María aproximadamente a 10 Km. al norte del centro del municipio.	Actividades deportivas con base al recurso hídrico, toma de fotografías y observación de vida silvestre.
	Chorro Blanco.	A 5 km. del centro del municipio carretera que conduce a San Fernando.	Caída de agua, pozas, belleza escénica, toma de fotografías y senderismo.
	Cueva El Ermitaño.	Caserío la Cueva, carretera que conduce al municipio de San Fernando.	Práctica de espeleología, toma de fotografías y observación de flora y fauna.
	Turicentro Mi Pueblito.	A 2km. del centro del municipio, calle que conduce a la comunidad de Santa Rita.	Restaurante Y Piscinas.
	Asociación Cooperativa	Los Planes a 18 km. del	Cultivo de vegetales

¹⁰. ENRIQUE ALVARADO; GUILLERMO DONAIRE. *Guía Turística: Ocotepeque - Chalatenango*. 1ª impresión. Honduras- El Salvador. SV. HN: Universidad El Zamorano. 2007; Págs.24-59

La Palma	de Productores Orgánicos.	casco urbano de La Palma.	orgánicos.
	Complejo Deportivo La Palma.	Carretera Troncal del Norte km.84., Barrio San Antonio.	Canchas Deportivas.
	Río Nunuapa.	Cantón el Gramal, 6km. al Suroeste del casco urbano.	Pozas, pequeñas caídas de agua, caminatas, toma de fotografías y observación de vida silvestre.
	Cascada El Salto.	Los Planes a 21km del casco urbano.	Pozas, pequeñas caídas de agua, caminatas, toma de fotografías y observación de vida silvestre.
San Fernando.	Mirador El Pino.	Plan de Las Palomas a 1km del casco urbano.	Vista panorámica y observación de vida silvestre
	Peña Malespín.	Cantón Nuevo San Fernando.	Toma de fotografía, apreciación del panorama y vida silvestre.
	El Mal Paso.	Cantón Los Llanitos a 10km del casco urbano.	Formación rocosa, toma de fotografías y observación de la vida silvestre.
	Río Sumpul.	En la periferia del casco urbano, línea fronteriza entre Honduras y El Salvador	Caminatas a lo largo del río, safari fotográfico y observación de flora y fauna
San Ignacio.	El Cipresal.	Calle que conduce a Miramundo, a 13 km. del casco urbano	Belleza escénica, observación de vida silvestre, toma de fotografías y área para acampar
	Cueva El Partideño.	Carretera Troncal del Norte, Km. 88	Belleza escénica, observación de vida silvestre, toma de fotografías y área para acampar
	El Peñón de Cayaguanca.	Zona Salvadoreña, carretera Troncal del Norte, Cantón El Rosario.	Belleza escénica, observación de flora y fauna y caminatas.

Fuente: Guía Turística, El Salvador- Honduras, 2007

D) INSTITUCIONES Y ORGANISMOS QUE APOYAN AL SECTOR TURISMO.

1. Ministerio de Turismo (MITUR).¹¹

El Gobierno de la República de El Salvador estableció en el año 2004, el Ministerio de Turismo con el objetivo de fomentar y ordenar el desarrollo de la actividad turística. El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, adopta como misión la de “Convertirse en el dinamizador de la economía nacional, el promotor del desarrollo humano y comunitario y el impulsador de la convivencia pacífica, estabilidad y gobernabilidad, a través de la creación, el desarrollo y la promoción de productos y servicios turísticos de calidad, un marco legal que lo posibilite, un financiamiento suficiente y oportuno y sobre todo, de una nueva y sólida cultura turística que convierta a cada salvadoreño en un gestor turístico permanente y eficiente en donde quiera que se encuentre”.

2. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).¹²

La Corporación Salvadoreña de Turismo, creada en 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita al Ministerio de Turismo. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible.

¹¹ MINISTERIO DE TURISMO. *Información general del Ministerio de Turismo*. [en línea] San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <www.elsalvador.travel>

¹² CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO. *Información general de CORSATUR*. [en línea] San Salvador, SV: Corporación Salvadoreña de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <www.corsatur.gob.sv>

3. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).¹³

El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) fue creado en 1961 y en la actualidad responde a la misión de promover el turismo nacional y la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad en los parques recreativos.

En 1948 se comienza la construcción de una red de turicentros a lo largo y ancho del país, con el fin de brindar un lugar de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas. Esta institución es responsable de 11 parques acuáticos (Agua Fría, Amapulapa, Apastepeque, Apulo, Atecozol, Costa del Sol, Altos de la Cueva, Ichanmichen, Toma de Quezaltepeque y Sihuatehuacán) y 3 parques naturales (Balboa, Cerro Verde y Walter Thilo Deininger). En definitiva, el ISTU ofrece diversidad de atractivos turísticos y recursos naturales tales como bosques, paisajes, playa, mar, lagos y lagunas, nacimientos de agua, piscinas, juegos para niños y áreas deportivas.

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

En la actualidad, las relaciones del ISTU con CORSATUR se reducen a intercambio de información, material promocional y participación en eventos y capacitaciones.

¹³ INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO. *Información general del Instituto Salvadoreño de Turismo*. [en línea] San Salvador, SV: Instituto Salvadoreño de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <<http://www.istu.gob.sv>>

4. Buró de Convenciones.¹⁴

El Buró de Convenciones de El Salvador es una entidad sin fines de lucro que tiene como principal objetivo promover el Turismo de Negocios, siendo ventanilla única ante el mundo de Turismo de Negocios, el Buró, es generador de la estrategia de país para crear un frente común capaz de proveer los servicios profesionales necesarios para dar apoyo en la coordinación y organización de eventos.

Se cuenta con un equipo especializado que coordina con los organizadores de eventos, visitas de inspección para la selección del local o salones adecuados, desarrollando durante la estadía, itinerarios y visitas que permitan maximizar el viaje a El Salvador.

Por eso nuestro país ha sido denominado como la puerta de Centroamérica al mundo de Turismo de Convenciones.

E) BASE JURÍDICA LEGAL. (LEYES Y ACUERDOS DEL TURISMO).

1. Ley de Turismo. Decreto Legislativo No. 899.¹⁵

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

Esta ley contempla que, toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro Nacional de Turismo, pueden gozar de los beneficios generales que a continuación se detallan:

¹⁴ BURÓ DE CONVENCIONES. *Información general del Buró de Convenciones.*[en línea] San Salvador, SV: Buró de Convenciones, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <<http://www.convencioneselsalvador.com.sv>>

¹⁵ MINISTERIO DE TURISMO. *Ley de Turismo.*[en línea] San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <<http://www.corsatur.gob.sv/leyturismo.htm> >

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

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

- Creación de un Registro Nacional de Turismo, el cual será administrado y controlado por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).
- Generación de un fondo extraordinario para la promoción del turismo, el cual se originará en el caso del alojamiento, mediante el pago por parte del usuario del 5% sobre la tarifa diaria del servicio, y en el caso de la salida del país vía aérea, mediante la contribución de US\$ 7.00 por salida y persona.

- Fomento de la industria turística mediante el establecimiento de diversos incentivos fiscales que impulsen la inversión tanto nacional como extranjera.
- Los emprendedores tendrán una exoneración del impuesto sobre la renta durante los primeros 10 años que opere el negocio.

2. Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Decreto Legislativo. Nº 779.¹⁶

La Corporación tendrá como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:

- La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero.
- Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. Como actividad complementaria a dicho registro, la Corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las empresas turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema.
- Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizar una publicación anual de un catálogo de

¹⁶ CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO. *Ley CORSATUR*. [en línea] San Salvador, SV: Corporación Salvadoreña de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <http://elsalvador.travel/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=56>

oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que prestan. Además realizar todas aquellas actividades que considere necesarias para promover el turismo nacional.

- Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país.
- Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El Reglamento de esta ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

3. Plan Nacional de Turismo. Visión 2014.¹⁷

- **Visión Turística.**

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

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

¹⁷ MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Nacional de Turismo 2014*. [en línea] San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_IMG/PNT%20014%20PRESENTACION.PDF>

Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de “Marca - País”, reconocida que se presenta como destino integrador de turismos temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica.

- **Objetivos 2014 – actividad turística.**
 - Crecimiento sostenido de la actividad turística.
 - Primar la mejora cualitativa de las llegadas turísticas respecto a la cuantitativa.
 - Incremento de la contribución del turismo al PIB de la nación.
 - Consolidar El Salvador entre los tres principales destinos de Centroamérica.

4. Estrategia Nacional para el desarrollo turístico en El Salvador.¹⁸

- **Visión de país respecto al turismo.**

El Turismo será el pilar fundamental del desarrollo económico y social del país y habrá contribuido a fortalecer la identidad nacional de una manera sostenible en lo ambiental, cultural, social y económico, para lo cual el sector privado en coordinación con el sector público diversificará, su oferta en términos de sus destinos, sus mercados y sus productos, el sector público estará consolidado como rector, promotor y facilitador de la industria y ambos sectores público y privado estarán en capacidad de motivar y captar la demanda nacional e internacional.

¹⁸ MINISTERIO DE TURISMO. *Estrategia Nacional de Turismo*. [en línea] San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, publicaciones 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <<http://www.corsatur.gob.sv/corsatur.htm>>

- **Objetivos estratégicos.**

- Lograr que el turismo se convierta en el eje y motor del desarrollo económico y social de El Salvador, mediante la articulación de acciones entre el conjunto de actores que participan, públicos y privados, con criterios de sostenibilidad, descentralización y desarrollo local.
- Propiciar la orientación de los actores gubernamentales, de forma que en el ámbito de sus competencias, realicen programas, proyectos y acciones, que coadyuven al desarrollo turístico del país.
- Definir los lineamientos básicos que permitan realizar una efectiva coordinación entre el Gobierno y el conjunto de actores privados que participan en el sector turístico del país.

- **Principios.**

- Sostenibilidad.
- Corresponsabilidad.
- Subsidiaridad.
- Compromiso de país.
- Inclusión.

5. Política de Turismo.¹⁹

La Política de Turismo proporciona orientaciones generales, como una base para conciliar las actividades, los intereses, necesidades y problemas de los actores que participan en el sector, con los recursos disponibles para su superación, haciendo

¹⁹ MINISTERIO DE TURISMO. *Política Nacional de Turismo*. [en línea] San Salvador, SV: Ministerio de Turismo, publicaciones 2008. [citado 08 de marzo de 2008]. Disponible en <<http://www.corsatur.gob.sv/corsatur.htm>>

énfasis en el rol articulador del mencionado Ministerio que por la naturaleza de las atribuciones que cumple en el campo de la Administración Pública, debe encaminarse a asumir un compromiso para facilitar el despegue y consolidación del desarrollo del sector turístico en el país.

El Salvador se constituye en un verdadero potencial turístico, quedando pendiente el determinar la vocación de cada recurso y la capacidad de atraer segmentos específicos del mercado turístico.

Para El Salvador, se pueden identificar los mercados: Nacional, Regional e Internacional, dentro de ellos los segmentos siguientes:

- Los turistas internos.
- Los salvadoreños en el exterior.
- Los turistas regionales (guatemalteco, hondureño, nicaragüense, etc.).
- Los turistas que ya visitan el país (negocios, comerciantes, congresistas, etc.).
- Los visitantes internacionales que ya están en la región (norteamericanos, europeos, asiáticos, etc.).