Fundación Nacional para el Desarrollo

Proyecto: "Dialogo Interinstitucional Pro-Desarrollo de la Pequeña Empresa Agro-Rural en El Salvador"

Consultoría

ANÁLISIS DE CADENAS PRODUCTIVAS:

SUBSECTOR TURISMO RURAL

Borrador final

Presenta: Teodoro A. Romero

18 agosto de 2008

I. Introducción

La Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE) con la cooperación del Gran Ducado de Luxemburgo a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ejecuta el proyecto denominado **"Dialogo Interinstitucional Pro Desarrollo de la Pequeña Empresa Agro- Rural en El Salvador"**.

La estrategia del proyecto se orienta a promover y facilitar un proceso de diálogo entre productores y emprendedores rurales, y entre éstos y el gobierno central, gobiernos locales y organismos de cooperación.

En este marco, surge la presente consultoría que tiene como propósito estudiar la cadena en el sub sector turismo rural, para conocer sus condiciones actuales y proponer líneas de acción que los productores y empresarios puedan gestionar ante el gobierno y la cooperación, para fortalecer sus capacidades productivas y empresariales y en consecuencia su competitividad. Como una muestra del comportamiento del sub sector, se analizaron cuatro zonas turísticas: Morazán, Sierra Tecapa, Los Nonualcos y Cayaguanca.

El desarrollo de la consultoría se basó en la premisa que existen suficientes estudios, diagnósticos, planes, proyectos, organización social local y emprendimientos orientados al desarrollo del turismo rural, pero la capacidad local de coordinación y gestión no es suficiente, ni existen los apoyos institucionales necesarios para concretar las acciones de los planes.

Además, se consideró que no pueden establecerse recomendaciones de carácter general para el sub sector turismo rural, sino, recomendaciones específicas para cada zona, de acuerdo a sus particularidades.

En tal sentido, se hizo una investigación y análisis de la información disponible, y entrevistas con actores clave de cada zona para determinar los cuellos de botella e identificar acciones que sean la llave del desarrollo de los encadenamientos turísticos, cuya implementación desencadene verdaderos impactos.

En virtud de lo anterior, tanto el análisis como las propuestas surgidas, corresponden a las condiciones particulares e inquietudes de los líderes en el momento actual de cada una de las zonas estudiadas. Por ello, las propuestas son puntuales, sencillas y prácticas, que requieren atención urgente para lograr las transformaciones requeridas.

Estas propuestas, podrían convertirse en un proyecto concreto de apoyo al sector turístico rural.

II. Objetivo

Identificar acciones clave en donde la inversión pública y el sector privado podrían concentrarse para lograr un efecto desencadenante y mayor impacto en el desarrollo de los encadenamientos del sub sector turismo rural.

III. La situación del turismo nacional y sus perspectivas

El turismo es actualmente uno de los sectores más dinámicos de la economía de El Salvador. Y aunque este sector se ha desarrollado rápidamente en los últimos años, aún está en una fase incipiente. Esta industria se está desarrollando a lo largo del país, en pequeñas regiones que concentran los proyectos más significativos.

Desde la creación del Ministerio de Turismo en el año 2004, se formuló la Estrategia y el Plan Nacional de Turismo 2014, con proyecciones bien claras del crecimiento del sector.

En el año 2006, el sector creció casi 9%, superando con creces las proyecciones establecidas en el plan 2014.

Otro dato interesante que muestra el crecimiento del sector es la llegada de turistas del exterior durante la temporada de semana santa del presente año 2008. En comparación al año 2007, hubo un incremento del 8% en las llegadas de turistas fuera del área centroamericana, y del 17% de los turistas procedentes de Guatemala. (Estadísticas MITUR, abril 2008)

Según datos oficiales del Ministerio de Turismo, este año 2008 se espera un crecimiento del 8% del sector turismo.

Por otro lado, la tendencia hacia el incremento en el gasto por turismo internacional, (un importante indicador del turismo receptivo), refleja que los 1.3 millones de turistas internacionales que ingresaron el año 2006 gastaron alrededor de 862.29 millones de dólares, representando un crecimiento del 35.9% con relación al 2005, es decir 227.84 millones de dólares más. (Boletín Estadístico 2006)

CORSATUR indica que el turista internacional general gastó durante su estadía un promedio de $93.9 dólares diarios, y tuvo una estadía de 7.3 noches. En cambio, el turista salvadoreño residente en el extranjero tuvo una estadía promedio de 10 noches y un gasto de $100 por día.

En cuanto al empleo generado, CORSATUR señala que más de 45 mil personas están directamente empleadas en la actividad turística de hoteles y restaurantes, representando el 1.7% de la población económicamente activa de El Salvador. Si se suman los puestos indirectos, existen un aproximado de 140 mil personas (3 empleos indirectos por cada directo) que dependen directa o indirectamente del turismo.

Con relación a las llegadas de turistas, la mayoría procede de Centroamérica (73.3%) y de Norte América (21.4%). Ver figura siguiente.

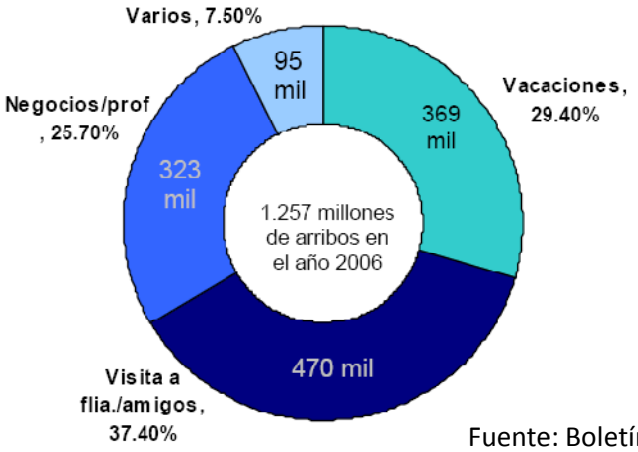
Procedencia por región

Principales regiones	Llegadas	Part.%	Crec.%
CENTROAMERICA	922,364	73.3	13.9
NORTEAMERICA	269,047	21.4	-3.4
SURAMERICA	25,284	2.0	15.2
EUROPA	27,764	2.2	-9.2
OTROS	13,493	1.1	-0.6

Fuente: Boletín Estadístico 2006, CORSATUR

En cuanto a las llegadas según el motivo del viaje, las principales motivaciones son por visitas a familiares y amigos (se consideran en este ámbito a los salvadoreños residentes en el exterior), en segundo lugar por vacaciones y en tercer lugar por negocios. Ver figura siguiente.

Llegadas según motivo de viaje



Fuente: Boletín Estadístico 2006, CORSATUR

Esto indica que la mayoría de turistas que ingresan a El Salvador son salvadoreños residentes en el exterior y centroamericanos, con quienes se puede promover paquetes turísticos fuera del área metropolitana, es decir un turismo de carácter rural, natural, cultural, de montaña y de playa.

IV. Estudios y documentos existentes

Tal como se señaló en la premisa de la introducción, existen abundantes estudios, diagnósticos, proyectos y planes de desarrollo, patrocinados especialmente por la cooperación nacional e internacional. Algunos de ellos se listan a continuación. (Ver en anexo I más información sobre el contenido de los documentos)

Micro región Cayaguanca

- Desarrollo del Corredor Turístico Montecristo – Guija - Cayaguanca, Comisión Trinacional del Plan Trifinio, Dirección Ejecutiva Nacional, 2006
- Desarrollo corredor turístico Cayaguanca, Plan Trifinio, 2006.
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, ODATUR, 2007, elaborado por Bernardo Trujillo León, Consultor en Turismo.
- Plan Estratégico, Asociación de Municipios Cayaguanca, 2005.
- Catálogo Turístico de desarrollo agro turístico Binacional Ocotepeque - Chalatenango. Febrero de 2007.
- Identificación de oportunidades de mercado y potencialidades de negocio, derivadas de actividades agropecuarias y servicios turísticos para la Zona Alta del Departamento de Chalatenango, ADISAL, 2004.
- Diagnóstico de la cadena agropecuaria de ADIZAL, 2000
- Plan de Ordenamiento Territorial Turístico, de la zona alta de Chalatenango, 2003,
- Plan de Acción Trinacional para impulsar el desarrollo del turismo sostenible en la cuenca alta del río Lempa.

Micro región Los Nonualcos

- Identificación y análisis de iniciativas económicas rurales con mayor potencial de desarrollo, 2004.
- Microrregión Los Nonualcos, 2007
- Estrategia de Desarrollo Económico Local para la Microrregión de Los Nonualcos, 2007,
- Oferta Turística en municipios costeros de la Microrregión Los Nonualcos, 2005
- El Turismo Competitivo para el Desarrollo de la Microrregión de Los Nonualcos, Plan Estratégico de la Mesa de Turismo
- Proyectos de desarrollo social, Micro Región Los Nonualcos, 2004
- Página web de La Costa del Sol, http://www.elsalvadorcostadelsol.com/
- Página Web blog de San Juan Nonualco, http://sanjuanlite.blogspot.com/
- Página Web de San Rafael Obrajuelo,
- http://sanrafaelonline.net/
- Página Web blog de San Pedro Nonualco, http://www.sanpedrononualco.blogspot.com/

Micro región Sierra Tecapa

- Componente de circuitos y rutas turísticas en la zona del complejo los volcanes, en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate, y en la Bahía de Jiquilisco en el departamento de Usulután, para el Desarrollo Sostenible de actividades turísticas", 2005,
- Plan de Desarrollo Turístico del circuito de La Sierra Tecapa - Chinameca, 2004.
- Plan Operativo anual para el municipio de Alegría 2008 – 2009

Morazán

- Ruta de Paz Lenca, 2006
- Plan de Desarrollo Territorial para la región de Morazán, 2007
- Plan de Ordenamiento Territorial Turístico, Microrregión Norte de Morazán, 2005
- Panel: Roles y desafíos actuales de las nuevas alianzas para el turismo comunitario. Parte 1: Redes y federaciones de turismo comunitario, PRODETUR, Perquín, El Salvador. 2007.
- Estrategia y plan de desarrollo transfronterizo Marcala – Perquín, 2004.

V. Los encadenamientos turísticos en el ámbito rural: fortalezas y limitaciones

De manera general, las diferentes zonas analizadas presentan condiciones similares, aunque también muchas particularidades. Los aspectos generales se detallan a continuación:

Fortalezas

- Las cuatro zonas están suficientemente estudiadas, existen abundantes estudios, proyectos, planes y propuestas, pero se ejecutan con dificultad y lentamente

- En las cuatro zonas se impulsan procesos de desarrollo turístico similares:
  - Existen múltiples emprendimientos de servicios turísticos
  - Existen comités turísticos que agrupan a empresarios principalmente y otras instancias con presencia local
  - Poseen planes de trabajo estratégicos y operativos
    - Definición de la marca
    - Creación de productos turísticos
    - Mejora de la calidad
    - Capacitación
    - Seguridad pública

    - Promoción
    - Alianzas institucionales
  - Tienen identificación de sitios con potencial de desarrollo turístico (con priorización)
  - Tienen diseñados paquetes turísticos
  - Tienen la intención o ya han creado tour operadores locales
  - Tienen oferta turística activa
  - Tienen líderes activos muy motivados, con orgullo

- Cada una de las zonas posee múltiples recursos naturales y culturales únicos, propicios para convertirlos en verdades atractivos turísticos

Limitaciones

- No existe un verdadero encadenamiento del sector a nivel nacional ni a nivel de cada zona. Considerando los encadenamientos como las relaciones que establecen las empresas turísticas rurales en nuestro caso, hacia atrás para conseguir insumos para su proceso productivo y hacia adelante para ofrecer servicios o consumo a otras empresas o particulares, se nota que no existe una verdadera articulación de los diversos segmentos. Cada uno actúa de forma separada, (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, asesores, capacitadores, instituciones de financiamiento, agencias de viajes, líneas aéreas, empresas de transporte, proveedores de alimentos, y otros). Los comités turísticos locales no han logrado articular a los diversos segmentos de la cadena.

  Por otra parte, no hay coordinación ni intercambio de experiencias entre las diversas iniciativas turísticas existentes al interior del país.

- Las organizaciones locales no poseen la suficiente capacidad de gestión y conducción para entender e implementar todas las proyecciones establecidas en los planes de desarrollo

- Existe insatisfacción en los agentes locales respecto del trabajo que realizan de las instituciones de apoyo (especialmente ONG), por varias razones: a) no han logrado transferir plenamente las capacidades de gestión e implementación de las acciones planteadas en los planes y proyectos de desarrollo, b) la oferta de servicios de apoyo responde más a las intenciones de las instituciones y muy poco a las necesidades y proyecciones locales, y c) muchos apoyos son muy puntuales y no se abordan los planes de manera integral

- La mayoría de la oferta existente es de hoteles y restaurantes y muy escasa oferta de recreación, debido al limitado equipamiento de sitios naturales con potencial turístico.

- La mayoría de establecimientos no cumplen con las condiciones mínimas de calidad exigidas actualmente por un visitante internacional, en cuanto a higiene, instalaciones y equipos Se trata en general de emprendimientos pequeños, ya que la media no alcanza a 10 habitaciones por establecimiento (a excepción de hoteles de cierta categoría como Pacific Paradise, Tesoro Beach, Pital High Land, Entre Pinos, Perkin Lenca, La Palma y otros que si cuentan con el servicio de calidad exigido a nivel nacional e inter-nacional). Gran parte de ellos, en especial aquellos ubicados fuera de los cascos urbanos, combinan su clientela del rubro alojamiento, con aquellos que sólo van por el día para almorzar y utilizar las instalaciones recreativas, y que constituyen el grueso de su demanda.

- La calidad de la oferta es irregular de un establecimiento a otro, debido a que no existen estándares de calidad ni sistemas de control.

- Mucho del personal de servicio posee limitado entrenamiento

- Los servicios y productos turísticos de alojamiento, alimentación, y artesanías son de elevado costo con relación a los servicios ofrecidos en el resto de países de Centro América (Costa Rica con algunas excepciones)

- Existe muy pocos recursos culturales e históricos estructurados como productos atractivos complementos al turismo. Los turistas tienen pocas posibilidades de conocer y compartir la cultura y la historia local.

- En varios de los cascos urbanos principales de las zonas y en las calles de acceso se observa desorden y contaminación (basuras, rótulos grandes y antiestéticos, arquitectura estandarizada sin concepto)

- Todavía no existe cultura turística en la población residente en las zonas, por lo que no todos reconocen la importancia del saneamiento, la atención y orientación apropiada a los visitantes.

- La afluencia de las visitas es estacional, mayoritariamente en fin de año, semana santa y la primera semana de agosto. Durante el resto del año las visitas ocurren durante los fines de semana.

- Existe una tendencia hacia la disminución de visitas y la ocupación de las instalaciones existentes, debido a la crisis económica de los últimos meses

A continuación se detallan algunas características particulares destacadas de cada una de las zonas turísticas objeto de la presente consultoría.

Microrregión Morazán

- Ubicación / municipios
  Comprende los municipios de Perquín, Arambala, Joateca, San Fernando, Torola, El Rosario, Meanguera, Yoloaiquín, Cacaopera y Corinto

- Principales referentes y posicionamiento (atractivos e imagen turística)
  El funcionamiento turístico actual de Morazán, se estructura a partir de la Ruta de Paz, integrada especialmente por dos atractivos que ya están posicionados en el mercado turístico y recreativo de El Salvador. Estos productos son: La población de Perquín con su Festival de Invierno, el museo de La Revolución y el Eco Albergue Río Sapo.

- Principales atractivos y recursos turísticos potenciales
  Además de los atractivos principales, existen otros con un desarrollo incipiente en algunos casos, y nulo en otros, que podrían incorporarse a la Ruta de Paz de modo de diversificar y enriquecer la oferta, tales como:
    - Llano El Muerto / Bailadero del Diablo (Poza El Perol, Río Negro, bosque de pinos)
        - Cascos urbanos de San Fernando, Yoloaiquín, El Rosario
        - Carnaval Fogonero en Arambala
        - Hoteles, hostales y restaurantes de montaña
        - Río Araute, Río Torola, El Chorrerón
        - Artesanías de barro negro de Guatajiagua
        - Artesanías de tejidos de Cacaopera
        - Museo de Cacaopera

- Los actores clave
    - Asociación Pro Desarrollo Turístico de Perquín, PRODETUR
    - Perquín Tour

- Las prioridades locales
    - Marca e imagen turística
    - Promoción
    - Integración binacional
    - Tour operador local (Perquín Tour)
    - Sistema de calidad
    - Mejoramiento del Festival de Invierno
    - Desarrollo de 2 eventos anuales de atracción masiva
    - Desarrollo de la Ruta binacional Paz Lenca

- Relación con gobiernos locales
    - No existe mucha relación de cooperación y coordinación entre las municipalidades y PRODETUR.
    - Los gobiernos locales invierten muy poco en el sector turismo



Microrregión Sierra de Tecapa

- Ubicación
  Sierra de Tecapa, integrada por los municipios de Alegría, Santiago de María, Berlín y Jucuapa

- Principales referentes y posicionamiento (atractivos e imagen turística)
  La principal imagen y atractivo de la micro región Tecapa la constituyen la Laguna de Alegría y el parque cafetero, aunque todavía no han logrado posicionarse efectivamente en el mercado nacional.

- Principales atractivos y recursos turísticos potenciales

  En la región existen otra serie de recursos y actividades atractivas con cierto reconocimiento nacional tales como:
  - Los viveros ornamentales
  - Los beneficios de café
  - Los centros urbanos de Santiago de María, Alegría y Berlín
  - Fuentes de agua termal
  - Historia de Alberto Masferrer

- Los actores clave
  - Asociación de Desarrollo Turístico de Alegría, ADESTURA
  - Municipalidad de Alegría,

- Las prioridades locales
  - Desarrollar la Ruta de las cumbres
  - Fortalecer la tour operadora local
  - Establecer vínculos con la Bahía de Jiquilisco
  - Rescatar la historia de Alberto Masferrer

- Relación con gobiernos locales

  Existe buena coordinación y cooperación entre la Municipalidad de Alegría y PRODESTURA. La municipalidad tiene un delegado especial para apoyar el sector y coordinar acciones con la asociación, además, invierte en mejorar y mantener la imagen urbana.



Microrregión Cayaguanca

- Ubicación
  Municipios de La Palma, San Ignacio, Citalá, San Fernando y Dulce Nombre de María

- Principales referentes y posicionamiento (atractivos e imagen turística)

  La principal referencia e imagen turística de la microrregión la componen el centro urbano de La Palma, las artesanías en madera y el altiplano de Las Pilas y Los Planes. La oferta principal la constituyen las artesanías de madera con representaciones de la campiña salvadoreña y los hoteles y hostales de montaña, en general son productos de buena calidad y bien estructurados.

- Principales atractivos y recursos turísticos potenciales

  La micro región es rica en recursos naturales de enorme calidad paisajística y clima agradable, propicios para convertirlos en productos de fuerte atracción permanente como:
  - Área natural El Pital y Miramundo
  - Cerros El Candelero
  - Peñón de Cayaguanca

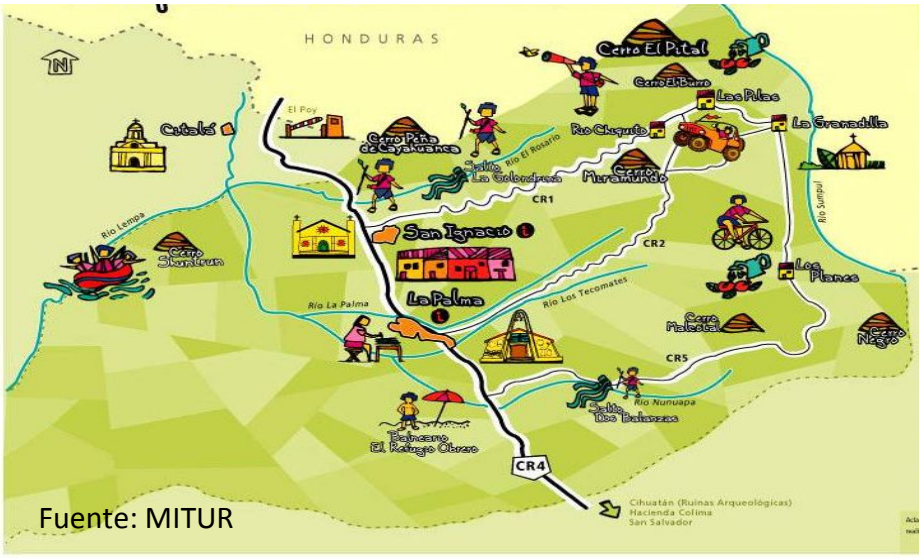
- Centros urbanos San Ignacio, Citalá, Dulce Nombre de María y San Fernando
- Bosques de pinos El Manzano
- Río Sumpul, río Sumpulito, río Chiquito, Río La Palma

Otro potencial importante, que puede convertirse en atractivo permanente es el hecho histórico del primer encuentro de diálogo de los acuerdos de Paz de El Salvador, realizado en el municipio de La Palma.

- Los actores clave
  - Grupo gestor turístico trinacional
  - Comité turístico La Palma – San Ignacio

- Las prioridades locales
  - Integración binacional y trinacional
  - Marketing

- Relación con gobiernos locales
  - Participación de los gobiernos locales y apoyo en la gestión de recursos, promoción y apoyo a los artesanos



Fuente: MITUR

Microrregión Los Nonualcos

- Ubicación
  La Micro región Los Nonualcos se compone de dos zonas: la zona costera, integrada por los municipios de San Luis La Herradura, San Juan Nonualco y Zacatecoluca.

  La zona propiamente Los Nonualcos, integrada por los municipios de Santiago Nonualco, San Juan Nonualco, San Pedro Nonualco, San Pedro Masahuat, San Antonio Masahuat, San Rafael Obrajuelo, Tapalhuaca, Santa María Ostuma, El Rosario y Zacatecoluca

- Principales referentes y posicionamiento (atractivos e imagen turística)

  Zona costera:

  La Costa del Sol, constituye la principal imagen y atractivo de la zona, con su variada oferta de hoteles y centros de recreación de sol y playa.

  Zona los Nonualcos:

  En esta zona no existe una imagen turística definida ni atractivos centrales que configuren la oferta, sin embargo, San Pedro Nonualco y San Juan Nonualco, concentran las mayores atracciones, referidas al ambiente natural, las celebraciones religiosas y la producción de frutas.

- Principales atractivos y recursos turísticos potenciales

  Zona costera:

  La línea de playa integrada por las playas San Marcelino, Costa del Sol, Los Blancos y La Puntilla; el estero de Jaltepeque con sus manglares y las islas Tasajera, El Cordoncillo y Ramazón, son los principales recursos naturales que posee esta zona, con potencialidades de crear en ellos sitios de gran valor paisajístico y natural para la recreación, la práctica de deportes náuticos y el descanso

  Zona Los Nonualcos

  La producción de frutas (piñas, naranjas, zapotes, guineos, plátanos y otras), el parque cafetero, y la riqueza histórica cultural constituyen los principales recursos potenciales de la zona.

  Dentro de la historia, el levantamiento del Indio Aquino, Rey de Los Nonualcos es una de las más reconocidas. Y dentro de las actividades culturales y religiosas, existen varios eventos importantes como la peregrinación del Niño Jesús, celebrada cada 6 de febrero, la entrega de la historia, celebrada cada 6 de enero con la participación de Los Historiantes Moros y Cristianos, la danza del Tigre y El Venado, la tradicional procesión de Las Palancas celebradas cada mayo, y otras.

- Los actores clave
  - Mesa de Turismo de Los Nonualcos
  - Comité de Turismo de San Pedro Nonualco
  - Comité de Turismo de San Juan Nonualco
  - Comité de Turismo de La Costa del Sol
  - Municipalidad de San Pedro Nonualco

- Las prioridades locales
  - Promoción de incentivos para el desarrollo del turismo
  - Consolidación de la Mesa de Turismo
  - Formulación de planes de desarrollo turístico municipales y regional
  - Identificación y fomento de iniciativas turísticas
  - Promoción turística
  - Formación laboral y fortalecimiento de capacidades locales

- Creación de la tour operadora
- Rescate de la historia del Indio Aquino
- Implementación del proyecto de 7 eco albergues
- Creación de la ruta de las frutas

- Relación con gobiernos locales
  - Existe muy buena relación con la Municipalidad de San Pedro Nonualco, las otras municipalidades participan muy poco o no colaboran con el comité.



VI. Acciones llave desencadenantes y transformadoras

Considerando que las principales debilidades del sector turístico rural son la falta de un verdadero encadenamiento de los diversos eslabones, la escasa ocupación de las instalaciones y la estacionalidad de la afluencia de turistas, se propone el desarrollo de tres actividades que con seguridad contribuirán a resolver dichas limitantes y se convertirán en desencadenantes del desarrollo.

A. Crear / fortalecer los productos turísticos principales que proporcionan identidad local

Crear productos únicos, correspondientes al patrimonio de la localidad y que generan identidad propia y por lo tanto se vuelven atractivos especiales permanentes. Se trata de generar el mayor valor agregado posible a cada zona turística.

B. Crear / fortalecer actividades y eventos de atracción masiva en cada zona relacionadas con su historia y patrimonio, para desestacionalizar la afluencia de turistas

El propósito es atraer la atención para mantener grados de ocupación de los servicios turísticos de manera más equilibrada a lo largo de todo el año, mejorando la gestión de sus servicios y la calidad del producto turístico

Con estas actividades, se promoverá la articulación efectiva de la oferta existente y de otros agentes vinculados con la cadena turística (operadores, promotores, asesores, transporte, gobiernos locales, comercio, y otros) en función de productos concretos.

También, deben orientarse al rescate de hechos y personajes históricos propios de cada lugar para contribuir al enriquecimiento histórico y cultural.

C. Crear / fortalecer tour operadores locales en cada zona turística

Los tour operadores son el eslabón clave de la cadena turística, son quienes promueven la vertebración de las diversas actuaciones turísticas de la zona y articulan a los oferentes de los productos turísticos con los turistas. Dado que su interés es netamente económico mediante la venta de paquetes turísticos, ellos desarrollan una serie de actividades de beneficio para todos: Lideran la gestión de la calidad de los servicios y los productos, porque conocen las exigencias de los turistas y sugieren a los propietarios la adecuación de sus servicios a dichas exigencias; organizan el montaje de actividades y eventos de atracción masiva, mediante la participación de los empresarios e instituciones vinculadas; diseñan, promueven y venden paquetes turísticos y; promueven la zona a nivel nacional e internacional.

Acciones específicas propuestas para cada zona

Morazán

- Proporcionarle calidad internacional al Festival de invierno
- Crear dos nuevos festivales de atracción masiva durante el año (ciclismo y aventura)

Justificación

El festival de invierno es un evento anual ya reconocido y posicionado a nivel nacional e internacional, es el principal producto de atracción masiva de turistas, atrae cerca de 30 mil visitantes durante la primera semana del mes de agosto cuando se desarrolla. Pero, su implementación en general todavía tiene muchas deficiencias que ponen en riesgo el reconocimiento y el interés por visitarlo. En parte, el festival no tiene mucha diferencia con una típica feria

patronal de pueblo, predominan las ventas de los tradicionales productos de feria (dulces, golosinas, artesanías de madera, de barro y bisutería, etc), persiste el desorden de los puestos de venta, ocurre aglomeración de personas en los espacios públicos, existe saturación del centro urbano de Perquín y, la atención a los visitantes y los servicios turísticos presentan baja calidad. Por lo tanto, se necesita mejorarlo y proporcionarle cualidades de calidad internacional.

Además, el festival se desarrolla solamente durante una semana al año, por lo que se necesita crear otros eventos durante otras épocas del año, aprovechando la diversidad de recursos naturales y culturales de la zona.

Sierra Tecapa

- Crear a partir de la Laguna de Alegría, el producto e imagen turística de atracción principal de la micro región Sierra de Tecapa.
- Crear el museo de Alberto Masferrer para el rescate de la historia y como atractivo cultural permanente
- Fortalecer la tour operadora local

Justificación

La Laguna de Alegría es un recurso de gran valor y riqueza natural, único en su género a nivel latinoamericano. Es una laguna azufrada de aguas turquesas, ubicada en un cráter volcánico a más de 1200 m.s.n.m. Por esta razón, constituye el principal atractivo de la zona, pero curiosamente, no está desarrollada como producto turístico, por lo que la imagen y la oferta turística no están asociadas específicamente a ella.

Por otra parte, Alegría es la cuna de Alberto Masferrer, reconocido a nivel nacional e internacional como uno de los principales escritores nacionales. Fue maestro, filósofo, periodista, ensayista, poeta y político, que marcó con sus letras la literatura de la época de inicios del siglo XX. Su vida siempre fue una acción constante, discutido y atacado por unos, y querido y defendido por otros, su labor siempre fue seguida con interés, por lo que jamás pasó desapercibida. Por ello, es importante rescatar su historia mediante la creación de un museo dedicado a su persona y su legado, y que a la vez se convierta en un atractivo cultural importante para la localidad.

Existe en el municipio una micro tour operadora constituida por cinco jóvenes, quienes han recibido formación en la gestión de tour operadoras, y han promovido paquetes aunque sin mucho éxito. Fortalecer este esfuerzo será importante para consolidarlo y convertirlo en el dinamizador de la actividad turística.

Los Nonualcos

- Fortalecer y vincular los productos turísticos de playa en la Costa del Sol y de naturaleza y cultura en Los Nonualcos

Sub zona Costa del Sol:

- Crear una tour operadora local
- Crear actividades y eventos de atracción masiva dedicados al destino de playa y manglar
- Promover a la costa como destino apropiado para eventos y reuniones institucionales y empresariales, con una oferta complementaria de recreación

Justificación

Al igual que las otras zonas, el dinamismo del turismo en la Costa del Sol funciona por estacionalidad (temporadas altas y fines de semana) a pesar de la capacidad instalada caracterizada por la diversidad de productos y la buena calidad de sus servicios.

Varias instituciones y empresas realizan eventos y reuniones en algunos hoteles de la zona. Este reconocimiento es de aprovecharlo para posicionarlo como destino de eventos y reuniones, ofreciendo además otras actividades y entretenimientos de playa y manglar para los convencionistas.

Para atraer la atención durante todo el año, también se necesita el desarrollo de actividades y eventos de atracción masiva, que hagan uso de los diversos atractivos existentes tanto de playa, manglar y centros recreativos.

Sub zona Nonualcos

- Crear una tour operadora local
- Rescatar la historia del Indio Aquino y crear un producto de atracción turística, a partir de la reconstrucción de los hechos históricos
- Concretar el proyecto de construcción de 7 eco albergues turísticos promovidos por FODESTUR/GTZ
- Legalizar el comité turístico de San Pedro Nonualco, como referente y principal promotor del turismo del sector

Justificación

El indio Anastasio Aquino es uno de los líderes indígenas más populares de El Salvador, llamado Rey de los Nonualcos, quien protagonizó uno de los más grandes levantamientos indígenas en la época de la colonia. Comandó una peligrosa insurrección en la región de Los Nonualcos durante el año de 1833 ante la indignación por el trato que recibían los indios. El levantamiento cobró tanta fuerza que Aquino pudo penetrar con sus tropas a la ciudad de San Vicente y tuvo, además, la osadía de coronarse, el mismo, rey de Los

Nonualcos en el Cerro El Tacuacín. Aquino también dictó leyes draconianas ("Al que robe se le cortará una mano; al que robe de nuevo se le fusilará").

Es un hecho histórico muy importante del país que no está formalmente documentado, ni existen sitios de referencia para su conocimiento. Es además una historia rica en detalles, que involucra una serie de sitios de la región, por lo que merece rescatarse, reconstruirse y a su vez convertirse en un producto turístico histórico propio de Los Nonualcos.

Para ello es recomendable establecer rutas con estaciones que muestren los hechos históricos, equipadas con las facilidades necesarias para la visita de turistas, la documentación de respaldo pertinente y el desarrollo de actividades que reproduzcan los sucesos. Además, será necesaria la capacitación de guías turísticos especializados en la ruta del Indio Aquino.

A nivel general, Los Nonualcos no tienen muchos productos turísticos estructurados, aunque sí posee múltiples recursos con potencial de desarrollo. Existe un proyecto de creación de 7 Eco albergues, promovidos por FODESTUR/GTZ, que podrían convertirse en verdaderos atractivos naturales con facilidades de alojamiento, a partir de los cuales podrían vincularse otros servicios existentes en la zona como los campos de cultivos de frutas, la fabricación de vinos, los teñidos de añil, las fiestas patronales y otros.

Cayaguanca

- Crear una tour operadora local
- Crear y montar festivales internacionales permanentes de cultura durante todos los fines de semana
- Crear el museo de las artesanías con énfasis en Fernando Llort
- Crear el museo de La Paz, para rescatar el hecho histórico de la primera ronda de negociaciones de la paz en El Salvador.

Justificación

La Palma, el principal referente de la zona, tiene dos sucesos culturales e históricos muy importantes para el país: a) el surgimiento de las artesanías con pinturas coloridas hechas a mano, típicas de la campiña salvadoreña, creadas e impulsadas por Fernando LLort y representativas del arte salvadoreño a nivel internacional, b) El inicio de los encuentros de negociación de los Acuerdos de Paz de El Salvador, realizado el 15 de octubre de 1984, entre las delegaciones del gobierno salvadoreño y del FMLN, con el cual se logró poner sobre la mesa la posibilidad de una solución negociada al conflicto. Dicha reunión dio como resultado el "Comunicado Conjunto de La Palma"; con el único logro de constituirse en un acercamiento político en el proceso de diálogo. Por estos sucesos, La Palma es llamada Cuna de la Paz y cuna de las artesanías de El Salvador, pero ninguno de ellos ha sido rescatado, documentado y presentado al público como valores históricos.

Por esta razón, es recomendable crear un museo de La Paz, y un museo de las artesanías con énfasis en el personaje de Fernando Llort, como alternativa de rescate histórico y producto atractivo al turismo.

Para mantener el interés permanente por la visita a la zona, es recomendable también la creación de un festival permanente de arte y cultura, a celebrarse los fines de semana, en donde se desarrollen actividades culturales representativas de la zona, combinadas con actividades culturales internacionales. La Palma ya ha experimentado el montaje de éste tipo de festivales con mucho éxito a pesar que era una época difícil: Durante los años del conflicto armado y cuando la carretera era de tierra y en mal estado.

VII. Acciones de arranque propuestas

Los apoyos puntuales requeridos son de asesoría y acompañamiento a las organizaciones turísticas locales para transferir la capacidad de ejecución de las tres acciones llave desencadenantes propuestas al inicio del numeral VI.

1. Durante un año por lo menos, se recomienda contratar asesores para cada agrupación turística de cada zona, para el diseño, la gestión de recursos , el montaje de los festivales y la transferencia de capacidades, incluyendo la elaboración de un sistema de gestión de la calidad y un manual de operaciones.

   El sistema de gestión de la calidad establecerá estándares mínimos de calidad para cada tipo de servicio y producto: hospedaje, alimentación, recreación, transporte, guías, espectáculos y otras. Para ello será importante establecer un sello de calidad proporcionado a quienes cumplan con los estándares.

   El manual de operaciones contendrá una guía para la planificación, coordinación, montaje, operación y desmontaje de los festivales. Deberá establecer también los requisitos y normas de participación en los festivales, incluyendo la lista de actividades permitidas y no permitidas, la selección de sitios para cada una de las actividades a desarrollar, y los roles de los diversos actores: prestadores de servicios turísticos, municipalidades, tour operadores, instituciones colaboradoras, empresas externas, y otros vinculados al festival.

2. Contratación de asesores para el fortalecimiento o creación de empresas tour operadoras en cada zona, incluyendo el acompañamiento continuo hasta lograr la implementación de las siguientes actividades:
   - Legalización asociativa
   - Marca e imagen corporativa
   - Capacitación en gestión empresarial
   - Diseño, montaje y venta de paquetes
   - Gestión de la calidad de productos turísticos
   - Promoción

3. Contratación de asesores para la creación de museos temáticos, actividad que deberá incluir la recopilación y documentación de información relevante, diseño de la imagen y atmósfera interna, diseño de las instalaciones y equipamiento, definición de las colecciones y su forma de presentación, normas de conservación, organización de las actividades a desarrollar y la organización del sistema de administración.

4. Facilitar intercambios de experiencias entre las distintas agrupaciones turísticas existentes al interior del país, para que conozcan los procesos en marcha y compartan las lecciones aprendidas tanto las buenas que puedan replicarse como las no muy buenas que no deben repetirse.

Otras acciones necesarias

Las acciones anteriores se consideran clave y desencadenantes, por lo que son prioritarias de ejecutar en el corto plazo. Además, existen otras acciones que deberán desarrollarse con colaboración público – privado, impulsados especialmente por los comités turísticos locales. Entre ellas se mencionan:

A. Fortalecimiento de la asociatividad empresarial (Closters turísticos, visión y compromiso colectivo)

B. Creación de imagen y marca turística

C. Mejoramiento de calidad de la oferta existente

D. Creación de nuevos productos turísticos competitivos

E. Formación laboral

F. Mejoramiento de la imagen urbana: Estética y saneamiento municipal

G. Educación ambiental

H. Promoción

I. Seguridad pública

J. Apoyo a la gestión de respaldos institucionales