

21. Model of Activities

Índice

I. Introducción	1
1. Perfil y Objetivo del Manual de Actividades	1
2. Pertenencia del Desarrollo Turístico	2
3. Zonas de Potencial Turístico Elevado en la Región Oriental	3
4. Sistema de Promoción del Desarrollo Turístico	6
II. Hacia la Creación del Comité de Desarrollo Turístico (CDT).....	8
1. Comités de Desarrollo Turístico (CDT).....	8
2. CORSATUR/CAT	12
3. Necesidad de Cooperación con el Municipio (Cooperación Público Privada).....	13
4. Etapas de desarrollo del CDT y cambios cualitativos de la colaboración público-privada	14
III. Estructura Organizacional del Comité de Desarrollo Turístico y Contenido de Actividades.....	16
1. Sistema Organizativo del CDT	16
2. Contenido de actividades del CDT	18
3. Fortalecimiento Institucional del CDT	19
IV. Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico	23
1. Proceso de Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico	23
2. Participantes de la Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico y Conformación de un Comité.....	24
3. Organización sobre la condición actual del desarrollo turístico en el municipio	25
4. Revisión del Plan de Desarrollo Turístico y su relación con los lineamientos del Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental	28
5. Elaboración de la Visión del Desarrollo Turístico.....	28
6. Elaboración de los Proyectos de Desarrollo Turístico y Plan de Desarrollo a mediano y largo plazo	29
7. Selección de Proyectos Prioritarios.....	30
8. Elaboración de la Propuesta	31
V. Ejecución de Proyectos de Desarrollo Turístico.....	32
1. Identificación de los Recursos Turísticos.....	32
2. Sensibilización y Capacitación de los Actores Involucrados en el Proyecto	32
3. Ejecución de Proyecto de Desarrollo Turístico	35
4. Monitoreo-Retroalimentación	45

VI. Plan de Promoción y Mercadeo de Productos Turísticos	47
1. Plan de mercadeo	47
2. Plan de Promoción.....	49
3. Participación en actividades de promoción	54
4. Recomendaciones para la preparación de herramientas promocionales.....	57
5. Promoción en los Recursos Turísticos de los Municipios	58
6. Cronograma	59
VII. Retroalimentación.....	62
1. Normativa internas del Comité/Asociación de Desarrollo Turístico y Plan de Actividades Anual	62
2. Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico	62
3. Difusión Eficiente del Modelo de Actividades	62
4. Ciclo de la retroalimentación	63

Anexos

Anexo-1: Ejemplo de Normativa Interna de los CDT's

Anexo-2: Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental

Anexo-3: Manual de Procedimiento de las Capacitaciones

Anexo-4: Casos de Proyectos de Desarrollo Turístico

Anexo-5: Diagrama Flujo de la Selección de los Proyectos Piloto

Anexo-6: Manual de Procedimiento de los Proyectos Piloto

I. Introducción

1. Perfil y Objetivo del Manual de Actividades

El Proyecto para el Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural en la Región Oriental de El Salvador (Proyecto JICA), fue ejecutado durante el periodo de agosto de 2010 a junio de 2013, siendo la contraparte el Ministerio de Turismo/Corporación Salvadoreña de Turismo (MITUR/CORSATUR), con el objeto de estructurar un sistema de desarrollo turístico sostenible en la región Oriental de El Salvador para beneficio de la comunidad local con la cooperación entre el sector público y privado.

El presente modelo de actividades es una recopilación y análisis de actividades desarrolladas durante la ejecución del proyecto JICA en los 13 municipios de la región del Golfo de Fonseca considerados para la implementación de los proyectos piloto; estos resultados fueron organizados en un modelo, para ser utilizado por el MITUR/CORSATUR juntamente con los Comités de Desarrollo Turístico (CDT) y municipios de otras zonas que cuentan con recursos turísticos, para la promoción del desarrollo turístico local. En principio, el alcance de aplicación del presente modelo de actividades son los 4 departamentos de la región oriental; sin embargo, este modelo de actividades puede ser aplicado en otras regiones, realizando las adaptaciones necesarias de acuerdo con las características de los recursos turísticos de estas regiones.

El eje de este modelo es el CDT, que cumple un papel central efectivo en el desarrollo turístico local, e incluye las responsabilidades de las otras instituciones relevantes. Para los municipios que actualmente todavía no cuentan con un CDT, la primera meta es la creación del mismo, y para aquellos municipios que ya cuentan con un CDT, la expectativa es que se logre el fortalecimiento institucional del mismo.

A seguir, se indica el marco del modelo de actividades (Gráfico 1-1). Como marco general para la revitalización del desarrollo turístico local, los CDT's serán creados con el soporte del MITUR/CORSATUR, para ocupar un lugar central en la zona para la promoción de las actividades. A través de la realización de estas actividades, al mismo tiempo en que se logra el fortalecimiento del CDT, se lleva a cabo en una secuencia, la formulación del concepto de desarrollo turístico local, la implementación de proyectos de desarrollo turístico, la realización de actividades de promoción y mercadeo de los productos turísticos desarrollados; además, se efectúa la retroalimentación de los correspondientes ítems de actividades del modelo, a través de los conocimientos adquiridos en el desempeño de estas actividades.

Esta es la versión inicial del modelo de actividades y se recomienda que sea modificado, al agregar nuevos conocimientos obtenidos con la aplicación de este modelo de actividades en el futuro.



Gráfico 1-1: Marco del Modelo de Actividades

2. Pertenencia del Desarrollo Turístico

De acuerdo con el plan de políticas de 2004 a 2009 en El Salvador, el desarrollo turístico fue posicionado como un sector relevante para el desarrollo económico nacional, importante para revitalizar las actividades económicas y expandir el empleo, disminuir las disparidades económicas entre la capital y el interior del país, e impulsar la reactivación y promoción de la industria en diferentes lugares. Las entidades relevantes consideradas para llevar a cabo este propósito de promover la revitalización del turismo fueron la Corporación Sa3lvadoreña de Desarrollo (CORSATUR), el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA); además, en 2004 fue creado el Ministerio de Turismo (MITUR), en 2005 fue creada la ley básica del Turismo “Ley del Turismo”, y en febrero de 2006 fue elaborado el “Plan Nacional de Turismo 2014”, que incluye metas concretas, tal como la creación de Comités de Desarrollo Turístico (CDT) en todos los municipios.

Como resultado, el sector turismo de El Salvador que en 1998 representaba solamente el 1% del PBI, llegó a 2.6% en 2004, y 4.5% en 2006. Debido a la ocurrencia de desastres y la crisis económica, hubo una reducción de participación de este sector para 3.3% en el año 2008, pero aún así, los ingresos del sector turismo a partir de 2001, se ubican en segundo lugar, solamente detrás de las remesas del exterior, de manera que el sector turismo representa una fuente vital de ingresos de moneda extranjera para El Salvador, juntamente con la exportación de productos tradicionales como el café y el azúcar. Por lo tanto, la revitalización del sector turismo es una actividad muy importante para el desarrollo económico de El Salvador, de manera que el MITUR, como entidad responsable por el establecimiento de políticas y el CORSATUR como entidad ejecutora del desarrollo y revitalización turística han establecido los CAT (Centro de Amigos del Turista) que son entidades a cargo de la promoción de la revitalización turística en los principales centros urbanos, bajo la coordinación general de CORSATUR.

Por otro lado, gran parte de las zonas turísticas desarrolladas se encuentran concentradas en

la región occidental y pese a que la región oriental cuenta con diversos recursos turísticos potenciales, con una naturaleza muy diversa con volcanes, lagunas, marismas, bosques de manglares y playas, además de la cultura de pueblos originarios y sitios arqueológicos, la infraestructura turística todavía se encuentra rezagada. El grado de sensibilización de la población local con relación al desarrollo y revitalización del turismo es deficiente y el aprovechamiento inadecuado de los recursos turísticos para el desarrollo socioeconómico de la región es un tema que queda pendiente.

A través de los proyectos piloto de desarrollo turístico implementados bajo el Proyecto de JICA en los 13 municipios de la región Oriental del golfo de Fonseca bajo la jurisdicción del CAT La Unión, “Proyecto de educación turística y ambiental”, “Proyecto de elaboración de mapas turísticos” y “Proyecto de instalación de señalización turística” fue posible elevar el nivel de sensibilización de la comunidad local con relación al turismo, y fueron desarrollados los productos turísticos “Proyecto de tour de las islas” y “Proyecto de tour de los manglares”, que actualmente ya reciben la visita de millares de visitantes. Además, como resultado de las capacitaciones como en artesanía, al mismo tiempo en que se logró incrementar el grado de sensibilización sobre la zona turística local, algunos participantes tuvieron la oportunidad de iniciar la venta de productos artesanales, abriendo el camino para la revitalización del desarrollo turístico de la región. Este tipo de iniciativas pueden ser realizadas en los otros 4 departamentos de la región oriental también, por lo que se requieren de iniciativas planificadas de desarrollo turístico.



3. Zonas de Potencial Turístico Elevado en la Región Oriental

1) Zonas de Potencial Turístico Elevado en los 4 departamentos de la Región Oriental

El MITUR/CORSATUR ha efectuado un análisis regional de corredores con potencial turístico elevado (por ejemplo, la ruta de las flores, la ruta arqueológica (ruinas maya), ruta de la artesanía, ruta de la paz) para la revitalización turística en El Salvador y estos corredores son los ejes centrales de desarrollo. Los potenciales recursos turísticos de la región oriental son E, F y G, como se indica en el mapa abajo (Gráfico 1-2), y representan el eje central de desarrollo turístico en el futuro. El Corredor E corresponde a la Ruta de la Paz, el potencial turístico del corredor F está en la costa, centrado en la Bahía de Jiquilisco y el corredor G es la zona de potencial turístico que comprende el golfo de Fonseca y se conecta al municipio de San Miguel.

Es importante que en adelante, los planes de desarrollo turístico de cada municipio sean llevados a cabo basados en relación con las zonas potenciales y los lineamientos de desarrollo turístico del MITUR/CORSATUR.

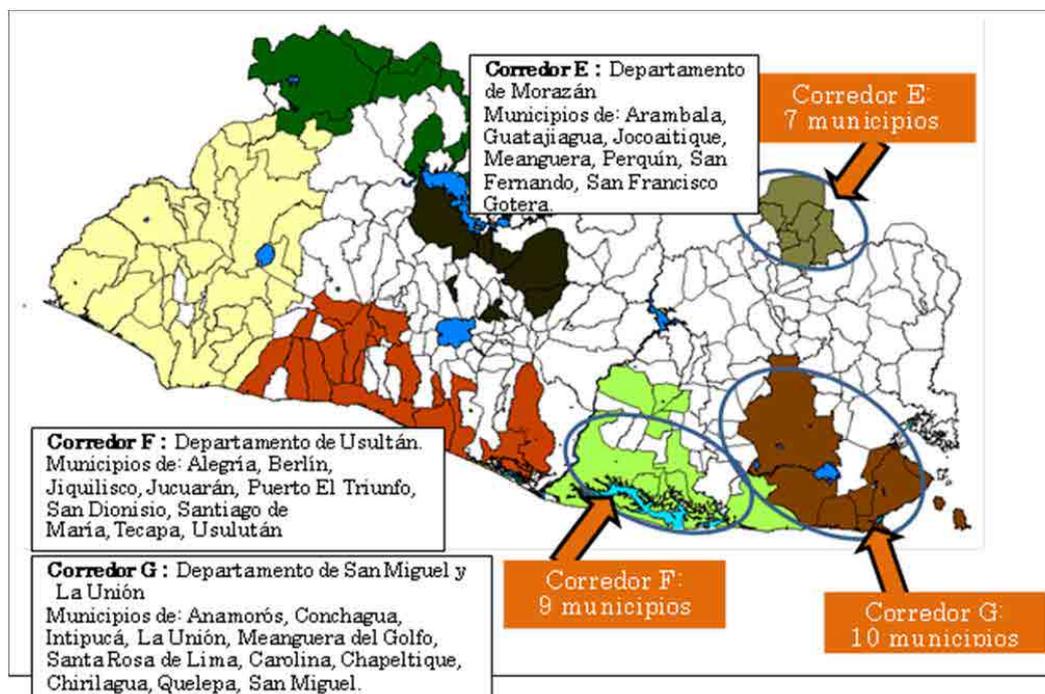


Gráfico 1-2: Mapa de ubicación de potenciales turísticos en los 4 departamentos de la Región Oriental

2) Áreas de potencial turístico elevado en la zona de los 13 municipios del Golfo de Fonseca

Es difícil relacionar todos los municipios con los corredores, de manera que es importante que cada uno de ellos cuente con sus propios recursos turísticos. El Proyecto JICA tuvo inicio a partir de la identificación de los potenciales recursos turísticos de los 13 municipios. Así, se espera que en este caso sea tomado como referencia para reconocer los recursos turísticos con potencial elevado en otras regiones.

Las características de los recursos turísticos de esta región se indican en la siguiente Figura (Gráfico 1-3). En la zona de la costa se encuentran las playas, las islas, los bañados, los manglares, las caletas de pescadores; quiere decir, recursos turísticos relacionadas con el “sol y las playas”, además de los volcanes y lomas con conexión a la costa, y así, cuentan con diversos tipos de recursos turísticos. En el interior, los recursos turísticos no son numerosos y la principal característica es la “cultura rural” perteneciente a las distintas comunidades. En la frontera con Honduras se puede mencionar la “ruta de la frontera”. Además, cada municipio cuenta con recursos turísticos propuestos durante la formulación del concepto de desarrollo turístico, de lo que se puede inferir que la región todavía cuenta con recursos turísticos no desvendados.

Sin embargo, no siempre existe una conciencia común suficiente entre la población local, con relación a estos potenciales recursos turísticos. Así, el grado de reconocimiento de la población local con relación al desarrollo y rehabilitación turística no es suficiente y una cuestión es que el turismo no está siendo aprovechado adecuadamente para el desarrollo

socioeconómico local, de manera que es importante que los actores (público y privado) consideren el desarrollo turístico para llevar a cabo las actividades.

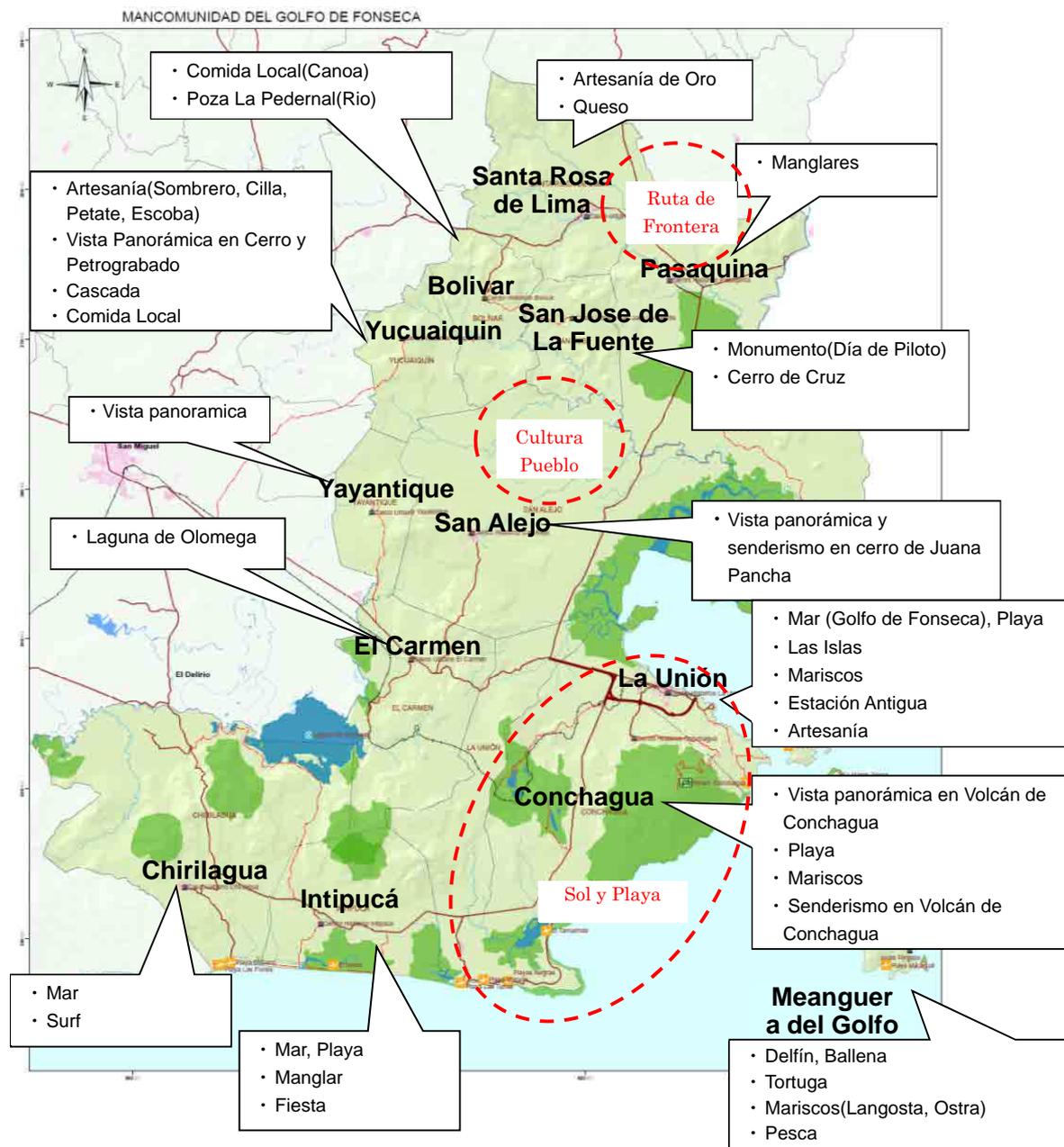


Gráfico 1-3: Recursos turísticos identificados durante el Estudio de Campo

4. Sistema de Promoción del Desarrollo Turístico

Actualmente, CORSATUR tiene 6 oficinas del Centro de Amigos del Turista (CAT) en todo el país que son sus representantes regionales, responsables por la gestión de temas turísticos en las respectivas zonas bajo su jurisdicción (Gráfico 1-4).

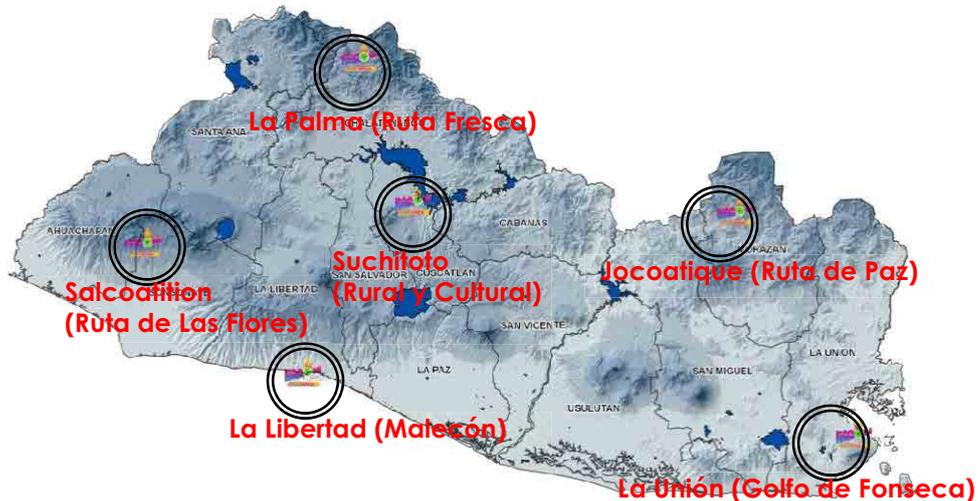


Gráfico 1-4: Mapa de ubicación de las oficinas de los CAT's

Los CDT's que operan en los municipios son grupos de representación local formados para desarrollar actividades relacionadas con la revitalización turística local y la CORSATUR tiene como objetivo crear CDT's en todos los municipios, a través del CAT.

La Región Oriental cuenta con dos oficinas del CAT, la primera el CAT La Unión, responsable por los departamentos de La Unión y Usulután y el CAT Ruta de Paz responsable por los departamentos de Morazán y San Miguel. Estas oficinas del CAT de cada región serán responsables por la implementación de actividades de difusión junto a los CDT's de cada municipio.

Los resultados del proyecto son compartidos por CORSATUR, CAT La Unión y los CDT's de los 13 municipios del golfo de Fonseca además de los CDT's regionales. Estas entidades que comparten los resultados del Proyecto, deben colaborar entre sí para apoyar en las actividades de difusión y la expectativa es que este Modelo de Actividades sea extendido para toda la Región Oriental.

A seguir, se muestra el esquema general de promoción del desarrollo turístico en la región oriental (Gráfico 1-5).

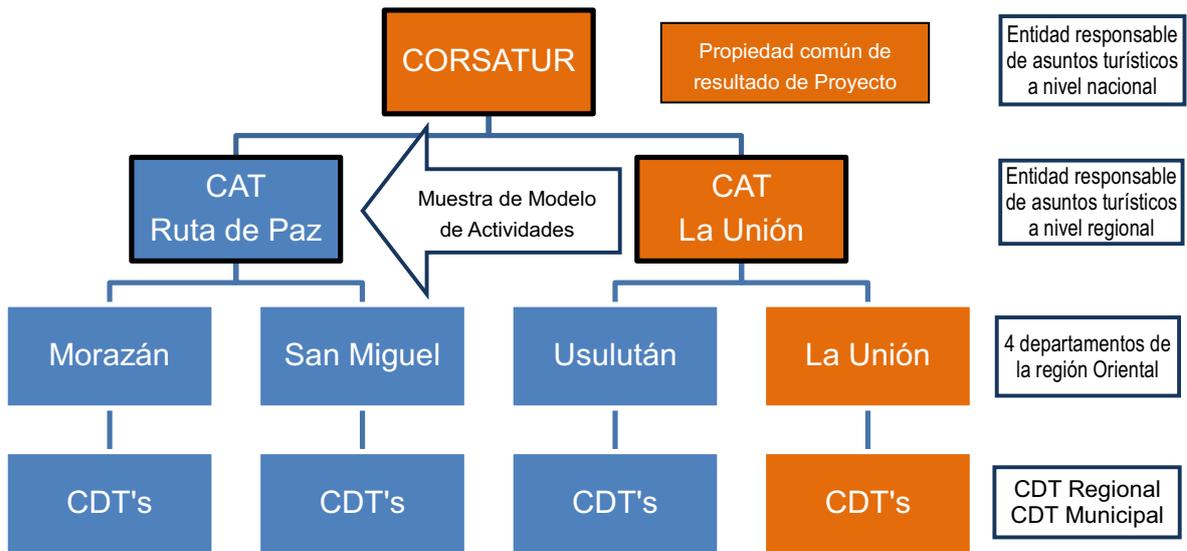


Gráfico 1-5: Esquema de promoción de desarrollo turístico en la región oriental

II. Hacia la Creación del Comité de Desarrollo Turístico (CDT)

Objetivo:

Dar a conocer el contenido de las actividades y la importancia de la asociación público privada particularmente para los miembros del sector público y privado que en adelante irán crear los Comités de Desarrollo Turístico (CDT).

Marco (Contenido) :

Se explica el contenido y la necesidad de colaboración entre:

1. Comité de Desarrollo Turístico (CDT).
2. Comité de Desarrollo Turístico Regional (CDT Regional).
3. CORSATUR/CAT.
4. El Municipio.

Para esclarecer el posicionamiento del Comité Turístico (CDT) según el objetivo arriba.

Puntos importantes y observaciones con relación a la implementación:

El Comité de Desarrollo Turístico (CDT) debe entender claramente acerca de cada entidad y organización que pueda asociarse para el desarrollo turístico local, además comprender acerca de la importancia de contribuir para la revitalización del sector turismo y la cultura local, como también expandir el desarrollo económico, centrado en el municipio.

1. Comités de Desarrollo Turístico (CDT)

El CDT es una asociación representativa de la sociedad civil local para realizar actividades concernientes con el desarrollo turístico local y es un elemento importante para el sector turístico del país. El CDT cumple un papel central para la promoción y el desarrollo turístico local así, el primer paso es la creación del CDT. El CAT y CORSATUR crean los CDT's y apoyan este para la realización de actividades relacionadas con el turismo local. Además de los CDT's locales, se encuentran los CDT's regionales. Por lo tanto, el propósito para la creación del CDT es la formación de asociaciones relacionadas con la reactivación y desarrollo turístico local, en colaboración con el MITUR/CORSATUR.

1) Papel del Comité de Desarrollo Turístico (CDT)

El objetivo y tareas de los CDT's se indican a seguir.

【Objetivo】

El objetivo del CDT es contribuir para la reactivación de los proyectos turísticos centrados en el municipio y el progreso del desarrollo de las actividades económicas y la cultura local.

【Contenido de los trabajos】

Para lograr el objetivo mencionado anteriormente, el CDT debe llevar a cabo los trabajos mencionados a seguir. El contenido de estos va desde acciones sencillas hasta actividades muy complejas y puede ser adaptado de acuerdo con las características locales y las capacidades de cada asociación.

i) Actividades rutinarias para el acondicionamiento del entorno local

- Relacionadas con el acondicionamiento y mejoramiento de las instalaciones turísticas y con su conservación.

- Relacionadas con el desarrollo de la preservación de los recursos turísticos.

ii) Organización de eventos

- Organización y participación en diversos tipos de eventos relacionados con el turismo

iii) Estudios y colecta de información

- Colecta de datos relacionados con el sector turismo y su divulgación
- Estudios de investigación

iv) Promoción del turismo local

- Divulgación e introducción de los sitios turísticos y captación de visitantes
- Divulgación de suvenires turísticos y típicos

v) Actividades de sensibilización

- Difusión sobre conceptos turísticos

vi) Otros

- (1) Comunicación con otras representaciones gremiales de turismo.
- (2) Otros ítems necesarios para lograr el objetivo de la Asociación.

2) Estructura Organizacional de los Comités de Desarrollo Turístico (CDT)

Los Comités de Desarrollo Turístico /Asociaciones de Desarrollo Turístico (en adelante, CDT/ADT), son grupos de personas representativas de una localidad, organizadas para ejecutar todas las actividades relacionadas con el turismo. El CDT tiene una posición de liderazgo en las actividades turísticas de la localidad y es socio de las actividades del municipio.

El CDT debe realizar actividades de desarrollo, revitalización, educación turística, entre otras, en coordinación con su municipio. Debe participar activamente en las actividades auspiciadas por el Ministerio de Turismo en coordinación con el municipio. Por su parte, como líder de las actividades turísticas del municipio, debe realizar acciones de sensibilización junto a la población local, para construir una red de personas que participan en las actividades turísticas del municipio.

Requisitos para ser miembros del CDT

Toda persona mayor de 18 años, sin distinción de raza, credo e ideología política, debiendo solicitar a la Junta Directiva del CDT ingresar como miembro.

Requisitos concretos se observan abajo.

- Ser salvadoreño o extranjero legalmente residente.
- Ser de reconocida honorabilidad.
- Estar en goce de sus derechos civiles.
- Pertener a la localidad o región en donde funciona el Comité o residir en forma permanente.
- Estar debidamente reconocido como representante del Comité de Desarrollo Turístico.
- Empresario turístico.
- Cualquier miembro de la localidad interesado en el desarrollo turístico.

- Un representante de cada entidad del sector turístico organizado, como hoteles, restaurantes, tour operadores, agencias de viajes, etc.
- Un representante de las gremiales de turismo.
- Un representante de cada grupo organizado de la sociedad civil interesados en turismo.
- Cualquier miembro de la comunidad interesado en el desarrollo turístico del municipio.
- Es recomendable que el alcalde sea miembro del CDT, caso no sea posible, es deseable que un representante del municipio lo sea.

3) Sistema de Gestión y Presupuesto

Las personas que cumplen con el anterior “Requisitos para ser miembros del CDT” serán el personal para gestionar el CDT y este será autogestionado una vez definidas las funciones mencionadas en “III.1.1) División de funciones de los miembros del CDT”. El CDT puede ser disuelto por decisión unánime de los miembros.

4) Configuración del Comité de Desarrollo Turístico (CDT)

El CDT, tal como se menciona en **【Contenido de los trabajos】**, debe realizar: i) actividades locales rutinarias de acondicionamiento, ii) organización de diversos eventos, iii) estudios y colecta de datos, iv) promoción del turismo local; v) actividades de sensibilización y vi) Otros; por lo tanto puede desarrollar actividades muy diversas. Sin embargo, es necesario obtener la personería jurídica en casos como para la solicitud de asistencia financiera junto a entidades de apoyo nacionales e internacionales en el futuro, ya que esto facilita el proceso, o desarrollo de actividades en proyectos que generan ganancias. El proceso de formalización requiere de largo tiempo e implica costos; por el momento, la relevancia para la formalización de los CDT's no es elevada, debido al tipo de actividades que desarrolla. En realidad, aún los CDT's ya formalizados todavía no realizan actividades acordes con esa formalización.

Sin embargo, el CDT puede obtener la formalización con la asistencia de las entidades concernientes, y en esta ocasión su denominación cambia de Comité Turístico para Asociación Turística.

Esto amplía el alcance de actividades, una vez que permite la realización de actividades que generan utilidades. En la Siguiete Tabla (Tabla 2-1), se indican los tipos de comité/asociación turística.

Tabla 2-1: Tipos de Comité/Asociación Turística

Tipo de Comité/Asociación Turística	Lugar de Solicitud	Entidad de apoyo para la formalización	Características	Observaciones
Comité de Desarrollo Turístico (CAT)	CORSATUR/CAT	-	Entidad básica que realiza actividades turísticas locales. Promueve el desarrollo turístico del municipio a través de diversos programas y proyectos. No está formalizado por lo que no puede recibir donaciones para financiamiento de otras instituciones. Es una entidad sin fines de lucro y no puede efectuar actividades que generan ganancias (venta de paquetes turísticos y productos, por ejemplo).	Creado a través del CAT. Se requiere más de 15 miembros. Actividades sin fines de lucro.
Asociación de Desarrollo Turístico (ADT)	Gobernación	CONAMYPE (bajo jurisdicción del Ministerio de Economía)	Formalización para elevar el nivel de reconocimiento del comité para fines externos. La aprobación de la formalización es publicada en el diario oficial del gobierno. Está formalizada por lo que puede recibir donaciones para financiamiento de otras instituciones. Es una entidad sin fines de lucro y no puede efectuar actividades que generan ganancias (venta de paquetes turísticos y productos, por ejemplo).	Gasto inicial (\$300-400) y tiempo (Aproximadamente un año y medio). Actividades sin fines de lucro. Se requiere de más de 25 miembros.
Asociación de Desarrollo Comunitario (ADESCO)	Municipio	(Sindico, Consejo)	Se reconoce la personería jurídica dentro del municipio. Sin embargo, requiere de más de 25 miembros y la formalización es difícil para asociaciones pequeñas. Está formalizada por lo que puede recibir donaciones para financiamiento de otras instituciones. Es una entidad sin fines de lucro y no puede efectuar actividades que generan ganancias (venta de paquetes turísticos y productos, por ejemplo).	Los trámites son sencillos. Los costos son bajos (\$100 - \$150) y se requiere de cerca de un mes. Actividades sin fines de lucro.
Cooperativa	INSAFOCOOP	INSAFOCOOP (bajo jurisdicción del Ministerio de Economía)	Se crea cuando los miembros del comité de desarrollo turístico aportan capital para realizar actividades con fines de lucro. El CDT es una entidad a parte pero en algunos casos, todos los miembros del CDT se hacen miembros de la cooperativa. Está formalizada por lo que puede recibir donaciones para financiamiento de otras instituciones. Es una entidad con fines de lucro y puede efectuar actividades que generan ganancias (venta de paquetes turísticos y productos, por ejemplo).	Actividades con fines de lucro. Cerca de 3 meses.

5) Comité de Desarrollo Turístico Regional (CDT Regional)

El Comité de Desarrollo Turístico Regional (en adelante CDT Regional) es integrado por representantes de los municipios asociados, empresarios de Hotelería, restaurantes, guías, tour operadores, Artesanos, etc., para ejecutar actividades turísticas dentro de un área turística más amplia.

[Objetivo]

El Comité de Desarrollo Turístico Regional (CDT regional) es el conductor de las actividades relacionadas con actividades turísticas y su objetivo es realizar actividades dentro de la esfera de turismo, en colaboración con los CDT's municipales y locales.

【Contenido de los Trabajos】

Coordinar acciones prioritarias que afectan el desarrollo de la región en su conjunto y enlace de los distintos CDT's locales para compartir experiencias, realizar proyectos conjuntos y generar sinergia en los programas de:

- Desarrollo de infraestructura y equipamiento
- Animación cultural
- Capacitación y sensibilización
- Promoción y mercadeo
- Desarrollo organizacional

El CDT Regional realiza actividades conjuntas que serían difíciles de ser ejecutadas individualmente, como las acciones promocionales, etc. También, al compartir experiencias entre los distintos CDT's municipales, el CDT Regional puede resolver temas comunes al área turística y prestar apoyo en la solución de problemas específicos de los CDT's de cada municipio. Particularmente debe, en coordinación con las municipalidades, apoyar las actividades del municipio o municipios, en las acciones auspiciadas por el Ministerio de Turismo.

【Estructura Organizacional】

Los miembros del CDT regional son los representantes o personas nombradas por los CDT's de cada municipio dentro de la zona establecida por CORSATUR. Cuando el número de CDT's municipales dentro de esta zona es elevado, cada cargo deberá ser ocupada por dos personas (alternos), y si aún así, el número es demasiado, se ajusta con el número de vocales.

Los cargos son Presidente, Vice-presidente, Secretario, Tesorero, Síndico y Vocales. Detalles de las funciones de cada uno se explican en detalles en III 1.1).

2. CORSATUR/CAT

La CORSATUR fue creada con el objeto de promover el desarrollo turístico y es responsable por la ejecución de las políticas y planes turísticos nacionales establecidos por el MITUR. Para tanto, la CORSATUR, a través del CAT que son sus oficinas locales o la CORSATUR, apoyan directamente la creación del CDT y les brinda orientación.

Abajo se indica el esquema organizacional para la promoción del desarrollo turístico regional (Gráfico 2-1).

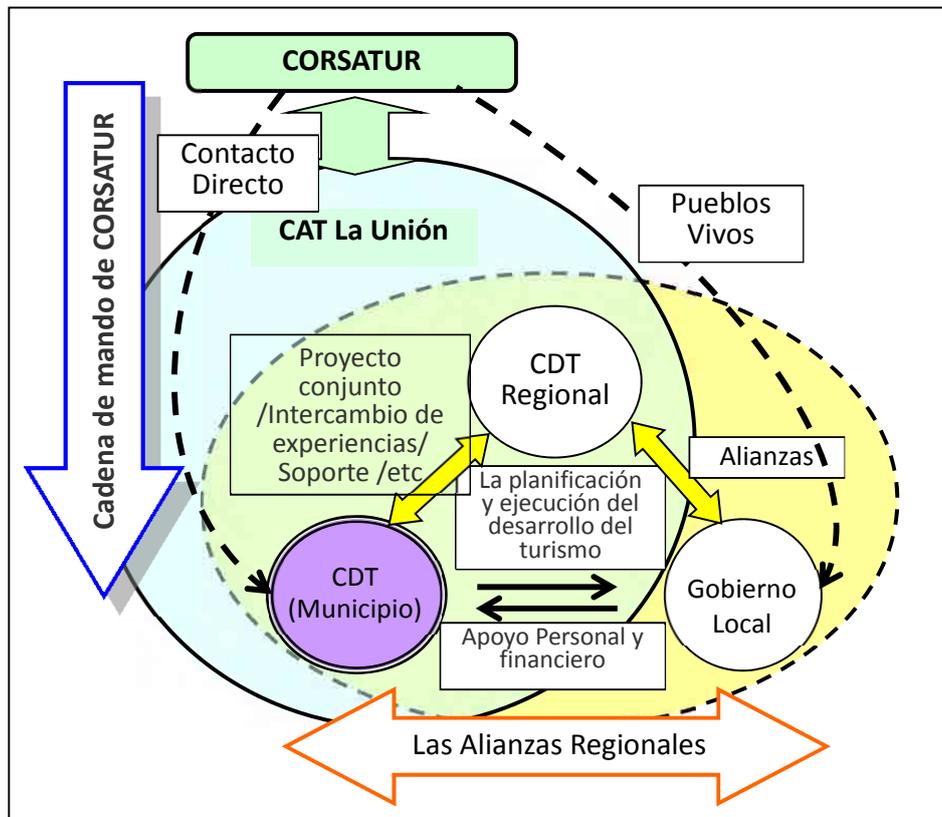


Gráfico 2-1: Organización para la Promoción del Desarrollo Turístico Regional

3. Necesidad de Cooperación con el Municipio (Cooperación Público Privada)

El municipio y el CDT se encuentran en una relación de complementariedad y para que se asocien, ambos deben reconocer las fortalezas y debilidades de cada uno, y además las ventajas de la asociación entre el sector público y el privado deben estar claras para ambos, para de esta manera, dividir las funciones de cada uno en la realización de las actividades y así, desarrollar el sector turismo local y elevar su atractivo, como también revitalizar la región como un todo. El CDT está a cargo del plan de desarrollo turístico y la municipalidad se encarga de la infraestructura turística básica y la implementación del desarrollo turístico.

Abajo, se muestra un cuadro ordenado de las “fortalezas, debilidades y ventajas de la asociación público-privada” entre el CDT y el municipio. (Tabla 2-2 y Gráfico 2-2).

Tabla 2-2 Fortalezas, debilidades y ventajas de la asociación público-privada entre el CDT y el municipio

	CDT	Municipalidad
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Mayores posibilidades de dar continuidad a las actividades sin sufrir influencias de factores como cambios de gobierno. • Apoyo a actividades que buscan el beneficio de la población, como el desarrollo de productos. • Cuenta con una red local estructurada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de planificar e implementar proyectos. • Cuenta con capital (Una vez asegurado el presupuesto). • Posibilidad de instalar infraestructura básica y conservación de recursos. • Facilidad de contacto con los donantes.
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capital para las actividades. • Pocos miembros. • Pocos miembros dispuestos a desarrollar actividades pagando membresía. • Pocas personas que se dedican al sector turismo o interesadas en el mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • No puede participar o apoyar actividades con fines de lucro. • Las políticas pueden cambiar grandemente por mudanzas en el gobierno y las actividades no son sostenibles. • Oscila de acuerdo al interés del alcalde con relación a proyectos turísticos.
Ventajas de la asociación	<ul style="list-style-type: none"> • Puede solicitar infraestructura básica en la etapa previa al desarrollo de proyectos. • Posibilidad de obtener subsidios del municipio. • Es posible impulsar la participación de la población con los auspicios del municipio. • Posibilidad de divulgación a otras regiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las actividades de la población. • Apoyo para pequeñas y micro empresas. • Aprovechamiento de la red local estructurada por el CDT de forma indirecta.
<p>Otros: Ventaja para los visitantes de zonas turísticas establecidas con la asociación público-privada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantía de seguridad para los turistas. • Mejoramiento de las comodidades para los turistas. 		

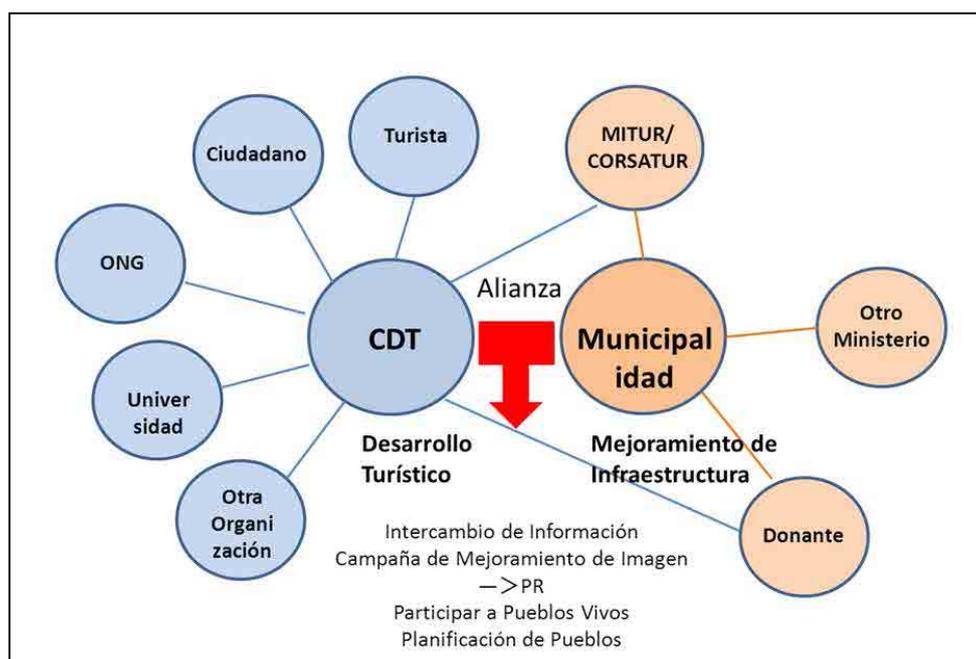


Gráfico 2-2: Colaboración del CDT y la Municipalidad

4. Etapas de desarrollo del CDT y cambios cualitativos de la colaboración público-privada

La sensibilización acerca del potencial de desarrollo local, tanto del municipio como de los pobladores (representantes) se eleva. Se forma un consenso de que la revitalización local a través del turismo es beneficiosa tanto para el sector público como el privado y se da inicio al movimiento dirigido a la creación del CDT.

A través de la divulgación y contactos del municipio, se genera el interés por el desarrollo turístico, con una amplia convocatoria dirigida a personas que puedan actuar como miembros del CDT. Al contar con un “mapa de recursos turísticos”, que identifica los potenciales turísticos locales, se clarifica el direccionamiento del turismo y es posible elevar las oportunidades hacia la creación del CDT.

Con la consolidación del proyecto de creación del CDT y su posterior creación, es importante que los miembros expresen sus opiniones libremente acerca del contenido de actividades del mismo, para organizar este contenido y formular el “Plan de Actividades Anual”, para que todos tengan una comprensión común de las actividades.

Tal como mencionado en el contenido de proyectos del CDT, las actividades son diversas pero es importante que, a través de la realización de estas, la población local involucrada con turismo pueda reunirse para formular la “Visión Futura del Desarrollo Turístico”. (Ver los detalles en IV Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico).

Con el acumulo de experiencias a través de la realización de actividades como CDT, se eleva el grado de conocimientos y la formalización del CDT es una alternativa para realizar actividades que generen ganancias. En esta etapa es recomendable que se encuentre articulado el sistema en el cual permita al CDT planificar e implementar proyectos de desarrollo turístico bajo la colaboración público-privada.

El gráfico abajo indica el modelo de este flujo (Gráfico 2-3).

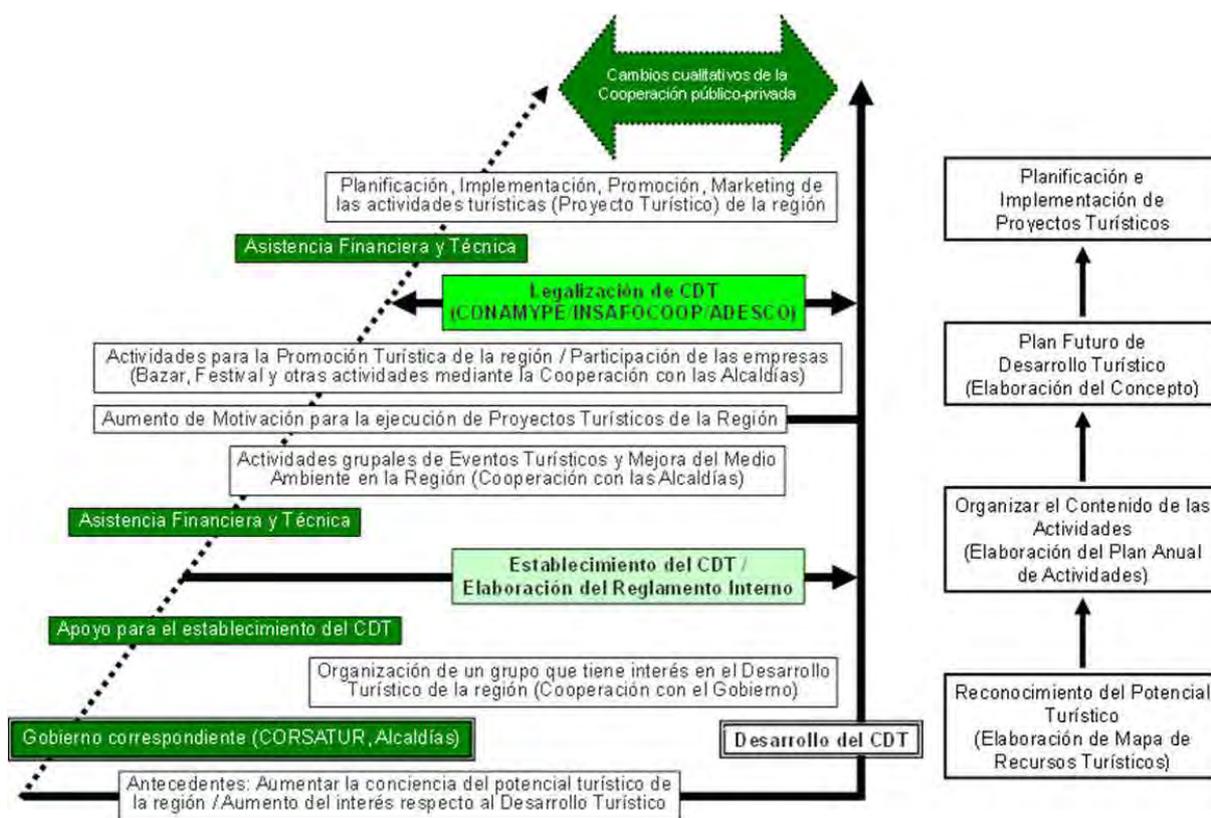


Gráfico 2-3: La fase de desarrollo del CDT y la evolución cualitativa de la colaboración público-privada

III. Estructura Organizacional del Comité de Desarrollo Turístico y Contenido de Actividades

Objetivo:

Profundizar la comprensión del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) en cuanto a la forma de fortalecer el sistema organizacional a través de las actividades en el futuro.

Marco (Contenido):

Explica el contenido para el fortalecimiento institucional del 1. Sistema organizativo del CDT, 2. Contenido de Actividades del CDT y 3. Fortalecimiento del CDT, según el objetivo arriba.

Puntos a ser tomados en consideración y observaciones para la implementación:

Es necesario definir la división de responsabilidades entre los miembros del CDT, pero es importante que los trabajos de cada actividad sean flexibles y sean ejecutados según su propia capacidad para llegar a trabajos más complejos gradualmente.

1. Sistema Organizativo del CDT

1) División de responsabilidades de los miembros del CDT

El Comité contará con los siguientes directivos.

Cargo / No.		Función
Presidente	1 persona	Presidente en la calidad de representante de la Asociación, deberá coordinar los trabajos de la misma.
Vice-presidente	1 Persona	El Vice-presidente deberá apoyar al Presidente; y en la ocurrencia de imprevistos con el Presidente, deberá cumplir con las funciones de este.
Secretario	1 Persona	El secretario deberá apoyar al Presidente y el vice-presidente y en ocurrencia de imprevistos con el Presidente y el Vice-presidente, deberá cumplir con sus funciones.
Tesorero	1 Persona	El tesorero deberá ser responsable por la contabilidad de la Asociación.
Síndico	1 Persona	El síndico irá fiscalizar la contabilidad de la Asociación.
Vocales	5 Personas	Los vocales irán conformar el directorio e irán definir las acciones de la Asociación.

Por lo tanto, es recomendable contar con por lo menos más de 15 miembros y siendo una asociación público-privada, la vice-presidencia debería recaer sobre algún trabajador de la municipalidad, o se podría acrecentar un cargo honorario y nombrar el alcalde presidente honorario; lo deseable es que los detalles sean decididos según las iniciativas de cada municipio.

Además de miembros del sector privado, pueden ser miembros del CDT personas del sector público como el alcalde o trabajadores de la municipalidad y en adelante, se recomienda contar con estos miembros en todos los CDT's, considerándose la cooperación entre el sector público y el privado.

2) Preparación de la Normativa Interna

Una vez definida la división de responsabilidades de los miembros del CDT, será posible dar inicio a las actividades mínimas. Sin embargo, es recomendable definir la Normativa Interna del CDT para implementar actividades bajo su responsabilidad. Un borrador de

referencia del mismo se encuentra en el Anexo 1 y su contenido es como sigue.

- Capítulo 1: Reglas Generales: Denominación, Oficinas.
- Capítulo 2: Identidad, Finalidad y Proyectos: Objetivo, Proyecto.
- Capítulo 3: Miembros: Miembros, Membrecía, Renuncia, Destitución.
- Capítulo 4: Cargos Directivos y Atribuciones: Cargos Directivos, Selección de los directivos, Periodo del mandato, Atribuciones de los directivos.
- Capítulo 5: Cargos Honorarios: Presidente Honorario, Consejeros y Asesores.
- Capítulo 6: Reuniones: Reuniones, Asamblea, Reunión de Junta Directiva.
- Capítulo 7: Contabilidad: Gastos, Año contable, Pago de anualidades, Devolución de contribuciones.
- Capítulo 8: Normas Complementarias: Modificaciones a la Normativa Interna, Traslado a responsabilidad.

El contenido no necesita obedecer estrictamente este modelo, lo importante es que este pueda ser cumplido. Su fundamento debe ser flexible a fin de permitir modificaciones para cuando las actividades se pongan más complejas, y de esta manera permitir la sostenibilidad del CDT.

3) Papel de las entidades relevantes en relación con las actividades del CDT

Abajo se indica el papel de cada entidad en cuanto a apoyo y fortalecimiento de capacidades del CDT.

Papel del MITUR/CORSATUR/CAT

Su papel no se limita solamente en el soporte durante la creación del CDT y debe llevar a cabo la asistencia técnica para actividades relacionadas con el turismo. En concreto se pueden mencionar:

- Acciones de sensibilización sobre el turismo para la revitalización del turismo local.
- Realización de capacitaciones para el aprendizaje de técnicas necesarias.
- Fortalecimiento de la red entre los distintos actores inclusive la municipalidad y el CDT, dirigido a la revitalización del turismo local.
- Realización de eventos y promoción de la participación del CDT en los mismos.

Papel de la Municipalidad

El papel a ser desempeñado por la municipalidad en el fortalecimiento del CDT se indica a seguir.

- Desarrollo turístico a largo plazo del municipio: Intercambio de ideas con los miembros del CDT, universidades, ONGs, etc. para evaluar la formulación del plan de desarrollo turístico para el municipio.
- Plan anual de actividades turísticas: Definir el plan anual de actividades turísticas (inclusive el plan de financiación) en conversaciones con el CDT.
- Capacitación: Evaluar la realización de capacitaciones factibles y efectivas para el municipio en conversaciones con el CDT.
- Auspicio de eventos: Auspicio de eventos como las fiestas patronales,

conjuntamente con el CDT.

- Proyectos turísticos: Apoyar el CDT en la formulación y propuesta de proyectos de desarrollo turístico.
- Donaciones y préstamos: Evaluar la posibilidad de donación de fondos para las actividades relacionadas con el turismo arriba mencionadas, préstamo de equipos para la realización de eventos, provisión de espacio para realización de reuniones, etc.

2. Contenido de actividades del CDT

Tal como mencionado anteriormente en I.1. Perfil y Objetivo del Modelo de Actividades, pese a recibir asistencia del CORSATUR, las actividades del CDT están centradas en el municipio, y en principio es buscar el fortalecimiento institucional, y al mismo tiempo la formulación del concepto de desarrollo turístico, planificación e implementación de proyectos de desarrollo turístico, promoción y mercadeo de productos y recursos turísticos y retroalimentación, para que por medio de esta secuencia de actividades sea posible promover el desarrollo turístico del municipio. A seguir una explicación del contenido concreto de las actividades.

1) Formulación del Plan Anual de Actividades del CDT y Plan de Financiación (solicitud de cooperación al municipio)

El contenido de actividades deberá ser evaluado de acuerdo con el Capítulo 2 de la Normativa Interna del CDT, sin embargo, su implementación deberá ser llevada a cabo a partir de las actividades que puedan ser prontamente ejecutadas.

Las actividades anuales estimadas del CDT son las siguientes:

- Participación en el Encuentro Nacional de CDT's: Encuentro importante para el fortalecimiento de capacidades del CDT.
- Participación en "Pueblos Vivos", una de las estrategias de desarrollo turístico local implementado en el interior del país por el MITUR/CORSATUR: Participación juntamente con el municipio para promover los recursos turísticos municipales junto a otras regiones y recoger ideas a partir de las exposiciones de otras regiones.
- Eventos locales: Implementar eventos tradicionales como las fiestas patronales y de cosecha, juntamente con el municipio para aprender sobre la gestión de eventos.
- Planificar ferias para la venta de productos y artesanías típicas del municipio.
- Además, planificar campañas de embellecimiento de la ciudad, campañas de ordenamiento ambiental, etc.

Como no se pueden realizar eventos sin presupuesto, juntamente con el plan de actividades se debe formular el plan de financiación.

Se solicita apoyo del municipio para el capital necesario y se planifica el presupuesto de manera conjunta. Caso el municipio no tenga suficiente capacidad de financiación, se debe solicitar apoyo al CDT regional, CORSATUR y otras entidades.

2) Evaluación del Plan de Largo Plazo

Tal como mencionado en II 1.1) Papel del Comité Turístico (CDT), [Contenido de los Trabajos], es importante que el CDT confirme el direccionamiento de sus actividades, a través del diálogo permanente entre los miembros, con relación a los diversos trabajos.

i) Actividades de acondicionamiento rutinario del entorno local

- Acondicionamiento y mejoramiento de facilidades turísticas y preservación: facilidades turísticas existentes, parques públicos del municipio, hoteles, restaurantes, miradores, puentes, señalización turística, etc. de los municipios.
- Desarrollo de la protección de los recursos turísticos: lagunas, playas, manglares, caminatas, cascadas, ríos, petroglifos, construcciones históricas, etc.

ii) Organización de diversos eventos

- Organización y participación en diversas clases de eventos relacionadas con el turismo: fiestas patronales, fiestas de cosechas, festivales gastronómicos, etc.

iii) Estudios y colecta de información

- Colecta y divulgación de información relacionada con proyectos turísticos: estadísticas de turismo del MITUR/CORSATUR, número de usuarios de tours, número de huéspedes con pernocte, etc.
- Estudios de investigaciones relacionadas con el turismo: Expedientes técnicos de proyectos de desarrollo turístico, etc.

iv) Promoción del turismo local

- Introducción y divulgación de sitios turísticos, captación de turistas: participación en ferias turísticas, herramientas de promoción turística (H/P, DVD, panfletos, etc.), uso de las redes sociales.
- Introducción y divulgación de suvenires turísticos y típicos: exposición y venta en ferias turísticas, desarrollo de nuevos productos, etc.

v) Actividades de sensibilización

- Difusión del concepto de turismo: educación ambiental y turística a través de las escuelas y de la divulgación de las municipalidades, participación en diversas clases de capacitación, etc.

vi) Otros

- Asociación con otras asociaciones turísticas: asociación con el CAT, intercambio de ideas con los CDT's regionales y municipalidades de las cercanías.
- Otros ítems necesarios para lograr los objetivos de la asociación.

3. Fortalecimiento Institucional del CDT

1) Fortalecimiento de la red

Para el fortalecimiento institucional del CDT es importante conocer las actividades y experiencias de otros CDT a fin de compartir y aprender de las mismas. Para tanto, es necesario estructurar y fortalecer una red entre los CDT's y con otras entidades concernientes.

① Red entre los CDT's

La participación en el Encuentro Nacional de CDT's y en Pueblos Vivos, mencionados anteriormente es una oportunidad muy valiosa. Es fundamental profundizar el relacionamiento con los otros participantes y recabar información relevante.

La capacitación en el interior del país y en terceros países, cuando sea posible

participar con la asociación de varios municipios, permite estructurar una red entre CDT's y con otras entidades que se dedican al sector turismo de otras regiones y países.

Se recomienda la creación de los CDT's en los departamentos de Usulután y San Miguel, los cuales todavía no tienen uno, para preparar un entorno que sea capaz de atender al desarrollo turístico en un espacio geográfico más amplio.

② Red con otras entidades concernientes

Con el Proyecto JICA fue posible construir una red con maestros y alumnos de la carrera de turismo del MEGATEC de La Unión logrando el fortalecimiento institucional del CDT, a través del proyecto de educación turística y ambiental. El intercambio entre el CDT y alumnos que estarán a cargo del sector turismo en el futuro es importante ya que ha permitido que ellos conozcan la situación real del sector turístico local, y para el CDT, ha sido estimulante pensar acerca de la visión futura juntamente ellos.

En cuanto al CONAMYPE, este es un interlocutor efectivo al momento de evaluar el programa de fortalecimiento institucional, para la legalización y programas de fortalecimiento de capacidades de personal, elaboración de planes de negocio, métodos de promoción, etc.

2) Capacitación en el interior del país / Capacitación en terceros países

Los viajes de capacitación para zonas turísticas avanzadas de la región occidental del país o para países vecinos con el propósito de fortalecer las capacidades de los CDT's tienen diversos propósitos como visitas a sitios turísticos avanzados, obtención de conocimientos e información sobre mercados turísticos, promoción de sitios turísticos de la región oriental, entre otros, de manera que trae muchos efectos positivos. Durante la capacitación, los actores involucrados con el turismo comparten el día a día durante un determinado periodo, lo que fomenta el intercambio de conocimientos e información y se crea un sentimiento de grupo entre los participantes; al mismo tiempo genera oportunidades para reflexionar periódicamente acerca del turismo, de manera que trae resultados para el fortalecimiento institucional también.

En principio, las capacitaciones en el interior del país y en países vecinos deben ser implementadas por iniciativa y presupuesto de los propios CDT.

Abajo se indican los objetivos y metodología de las capacitaciones en el interior del país y a países vecinos que fueron implementadas por el proyecto JICA.

① Capacitación en el interior del país

【Objetivo】

Actores involucrados con el turismo de la región oriental, de los CDT's y de la municipalidad visitaron zonas turísticas avanzadas en el interior del país y participaron de presentaciones realizadas por los CDT's locales, intercambiaron opiniones y tuvieron la oportunidad de sentir y ver otros recursos turísticos con el objeto de aprender lo siguiente:

- Ejemplos de zonas turísticas avanzadas en la región occidental de El Salvador
- Mercado turístico en la región occidental de El Salvador
- Forma de implementación del movimiento "Un pueblo, Un producto" (turismo) que se lleva a cabo en el municipio de El Congo en la región occidental de El Salvador.

【Metodología】

Con relación a la metodología de implementación para la planificación de la capacitación (rutas, participantes, etc.), la CORSATUR/CAT cuenta con suficiente experiencia y conocimientos, adquiridos a través del proyecto JICA, de manera que se debe buscar orientación junto a ellos. Sin embargo, el problema es el costo de financiación requerido para la implementación, así que existe la posibilidad de que diversos CDT puedan reunirse para planificar los medios de traslado (vehículos), solicitar el apoyo de CORSATUR o del municipio, para buscar la manera de reducir los costos al mínimo. Los participantes también deben arcar con parte de los costos (hospedaje y alimentación) ya que esto eleva los impactos en cuanto a voluntad de participación y de aprendizaje.

Capacitación en países vecinos

A través del proyecto JICA, además de conocer Guatemala (proyecto similar de JICA), fue realizada una capacitación a Honduras y Nicaragua que son países fronterizos con el Golfo de Fonseca. En el presente Modelo de Actividades se describe el ejemplo de la capacitación llevada a cabo en Honduras y Nicaragua.

【Objetivo】

Se espera la apertura de una ruta marítima dentro de esta región en el futuro, de manera que fueron realizadas visitas para conocer ejemplos turísticos exitosos en otros países, para intercambiar opiniones con actores locales involucrados con el sector turismo y ver recursos e instalaciones turísticas de los países vecinos Honduras y Nicaragua; además hubo la oportunidad de sentir y ver directamente estos recursos, con el objeto de aprender lo siguiente:

- Realización de talleres en Honduras y Nicaragua para la exhibición venta de artesanías y presentación de nuevos productos turísticos (Tour de Manglares y Tour a las Islas), para promover la llegada de turistas a El Salvador.
- Comprender las tendencias, tipo y preferencias del turista de Honduras y Nicaragua, para utilizar los datos recolectados como material de referencia para la planificación de promociones a ser implementadas en el futuro.
- Construir una relación cercana con los Ministerios de Turismo de Honduras y Nicaragua así como con personas relacionadas del sector de ambos países, de manera a fortalecer el intercambio.
- Intercambio de opiniones con las entidades equivalentes al CDT en Nicaragua y en Honduras; o sea, el Gabinete de Turismo y la Cámara Nacional de Turismo respectivamente, para aprender sobre la cooperación entre el Estado y municipios con el personal involucrado del sector turismo, así como los problemas que estos enfrentan.

【Metodología】

Tal como en el plan de capacitación en el interior del país, la CORSATUR/CAT cuenta con suficiente experiencia y conocimientos adquiridos a través del proyecto JICA, sobre la metodología de implementación en cuanto a la planificación de la capacitación (rutas, participantes, etc.), de manera que se debe buscar orientación junto a ellos. Para que la capacitación pueda ser realizada de manera armoniosa, es necesario inspeccionar previamente las rutas planificadas, organizar las reuniones con la otra parte, y realizar los arreglos necesarios en cuanto a hospedaje, local de los

seminarios, etc. Con relación a los métodos de financiación de costos necesarios para la implementación, los problemas son similares a la capacitación en el interior del país.

Una vez identificada la tendencia de procedencia de los turistas en el futuro, definir la región meta y los países, para que las visitas de capacitación hacia esos países sea más efectiva.

IV. Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico

Objetivo:

Son dos los objetivos para la formulación del concepto de desarrollo turístico:

1. Fortalecimiento de capacidades del CDT a través del proceso de formulación del concepto de desarrollo turístico.
2. Definición del direccionamiento del desarrollo turístico en el futuro del municipio.

Dentro de las actividades del CDT, la definición del direccionamiento del desarrollo turístico del municipio es de suma importancia. El concepto formulado refleja el fundamento del desarrollo turístico del municipio y puede ser utilizado también como material para la promoción turística del municipio.

Marco (Contenido):

Centralizado en el proceso de elaboración del concepto relacionado con el desarrollo turístico, el marco consiste en la constitución de participantes para elaborar el concepto de desarrollo turístico y el respectivo comité, el ordenamiento de la situación actual de desarrollo turístico del municipio, revisión de planes de desarrollo turístico y revisión de los lineamientos del plan de desarrollo turístico de la región oriental, formulación de la visión de desarrollo turístico, selección de proyectos de desarrollo turístico y ordenamiento del plan de corto, mediano y largo plazo, selección de proyectos prioritarios de desarrollo turístico y elaboración de propuestas.

Puntos a ser considerados y observaciones en cuanto a la implementación:

Este trabajo no se limita solamente a los miembros del CDT, debe ser preparado juntamente con los diversos actores que tengan los conocimientos requeridos. Como actividad inicial del CDT, es necesario organizar los recursos turísticos de su zona, para resumirlos dentro de un concepto de desarrollo turístico que pueda ser explicado externamente. El contenido de actividades acá descritas debe ser frecuentemente revisado.

1. Proceso de Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico

A continuación se describe el proceso de formulación del Concepto de Desarrollo Turístico. (Gráfico 4-1).

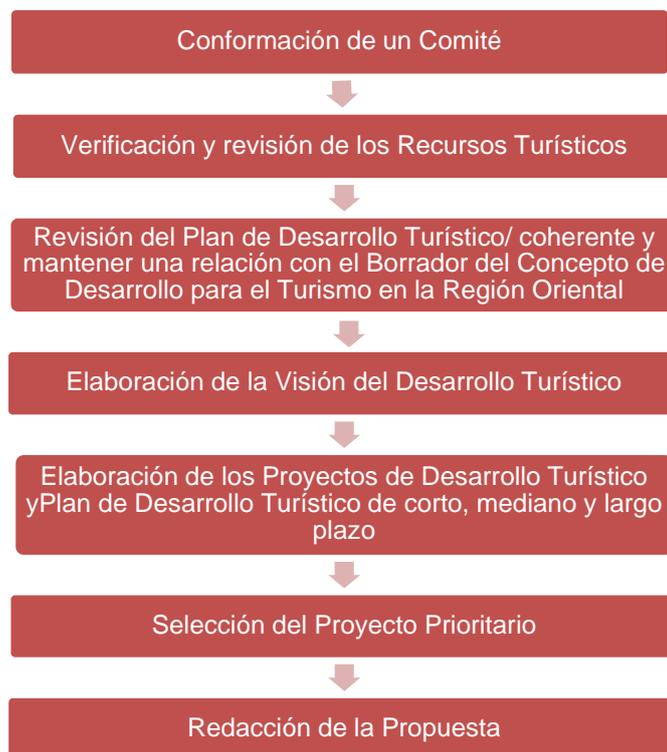


Gráfico 4-1: Proceso de Elaboración del Concepto de Desarrollo Turístico

Se conforma un comité para formular el Concepto con la participación de la CORSATUR/CAT, CDT regional, actores del.

El comité será el núcleo para identificar la situación actual del desarrollo turístico del municipio.

Se revisará los planes de desarrollo turístico existentes y se irá certificar los lineamientos del plan de desarrollo turístico de la región oriental.

Se formulará la visión de desarrollo turístico para evaluar Proyectos de Desarrollo Turístico concretos, necesarios para alcanzar esta visión, y ordenarlos en planes de corto, mediano y largo plazo.

Se seleccionarán los proyectos de desarrollo turístico prioritarios, para formular las propuestas.

2. Participantes en la Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico y Conformación del Comité

【Participantes】

Para el municipio, el concepto de desarrollo turístico a ser formulado en adelante, corresponde a un Plan Maestro de turismo simplificado y es recomendable que participe un gran número de personas en su formulación, desde los responsables de CORSATUR al personal del CAT, miembros del CDT de los municipios, personal de la municipalidad, CDT regional y actores locales relacionados con el sector turismo.

【Conformación de un Comité para la Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico】

Como los actores involucrados son muy numerosos y es necesario efectuar diversas coordinaciones para las reuniones, y además se requiere de bastante tiempo para su preparación, por lo tanto se definen los miembros que será el núcleo del comité, encargados de la gestión para elaboración del concepto de desarrollo turístico. Serán designados como mínimo los 5 miembros que se mencionan abajo, para definir sus respectivas funciones.

(Presidente, Vice-presidente, Secretario, 2 Vocales)

【Confirmación del Cronograma】

La meta es finalizar la elaboración, en la medida del posible, dentro de un periodo de 6 meses. Al prolongarse demasiado, pueden ocurrir cambios en la conformación de los miembros de la directiva y también es deseable que se finalice en un corto tiempo desde el punto de vista de continuidad de la información y eficiencia de los trabajos.

【Compartir información entre todos】

Es necesario contar con oportunidades para comunicar a los otros miembros del CDT la situación sobre la marcha y escuchar sus opiniones, así es recomendable realizar asambleas periódicas del CDT. Se recomienda que se comparta con todos los miembros del CDT la siguiente información, como mínimo.

- (1) Inicio de la elaboración del concepto de desarrollo turístico (selección de miembros principales y confirmación del cronograma).
- (2) Confirmación del direccionamiento de recursos turísticos y desarrollo turístico.
- (3) Confirmación de la visión de desarrollo turístico.
- (4) Selección de proyectos de desarrollo turístico y selección de proyectos prioritarios.

3. Organización sobre la condición actual del desarrollo turístico en el municipio

La identificación de la condición actual de los recursos turísticos del municipio es importante para la formulación de planes futuros de manera que es necesario organizar los siguientes ítems.

1) Material para identificar la condición actual

- Identificación y reconocimiento de los recursos turísticos
- Organización de la situación de las condiciones naturales y socioeconómicas del local
- Condiciones de acceso de otras regiones
- Situación de las instalaciones turísticas (facilidades de alojamiento, restaurantes, esparcimiento, etc.)
- Datos estadísticos sobre turismo como número de visitantes, ingresos turísticos, etc.
- Caso existente, verificación y revisión de actividades previas relacionadas con el desarrollo turístico
- Lineamientos de desarrollo turístico del municipio (Anexo -2: Propuesta de lineamientos de desarrollo turístico de la Región Oriental (guía)

2) Reconocimiento de los recursos turísticos (preparación del mapa de recursos turísticos)

El reconocimiento de recursos turísticos que es la base del desarrollo turístico, será implementado por el comité de concepto, y su metodología se describe abajo, desde el paso 1 al 5.

Paso 1: La población local conoce sus Recursos Turísticos

Es necesario que el CDT y la municipalidad más los actores locales, entren en conversaciones para expresar sus impresiones de “qué representan sus recursos turísticos”. Se recomienda la realización de un reconocimiento de campo para verificar con sus propios ojos estos recursos turísticos. También se debe aprovechar ideas de personas y empresas llegadas de otros sitios. Se conocen los recursos turísticos de otros lugares para reconocer los propios.

Paso 2: Conocer las características de sus Recursos Turísticos

Conocer las características de sus recursos turísticos según la clasificación de categorías de recursos turísticos, utilizando como ejemplo el golfo de Fonseca.

Los recursos turísticos señalados en los 13 municipios del Golfo de Fonseca son los siguientes:

- Islas y costa (incluye playas y bosque de manglares)
- Volcán y vistas panorámicas
- Cultura rural (historia, cultura, fiestas, paisajes rurales, artículos típicos, etc.)
- Sitios históricos (estación, museo, petroglifos, etc.)
- Naturaleza del interior (ríos, lagunas, montañas, caminatas, vistas, etc.)

Se clasifican los recursos turísticos dentro de estas categorías (naturaleza, cultura, estructuras hechas por el hombre, gastronomía) (Tabla 4-1).

Tabla 4-1: Un ejemplo de la región oriental

Recursos Naturales	Recursos Culturales	Hecho por hombre	Gastronomía
Playa	Ruinas	Museo	Mariscada
Isla	Fiesta / Baila	Hotel	Queso
Montaña	Mercado	Cultivo	Restaurante
Vista Panorámica		Salina	
Manglar		Complejo Religioso	
Río		Parque	
Cascada		Iglesia	
Laguna			
Flora y Fauna			

Como resultado de la categorización, es posible comprender las características y los potenciales de sus recursos turísticos.

Paso 3: Organización dentro de un Mapa Turístico

Existe una diversidad de potenciales recursos turísticos y es recomendable escuchar la opinión de muchos actores involucrados para seleccionar los recursos turísticos del municipio y posicionarlos en el “mapa de recursos turísticos”. La información en el mapa puede ser muy simple, sin costos adicionales.

El mapa de recursos turísticos no sirve solamente para reconocer y evaluar los

recursos turísticos del municipio, es también indispensable para proporcionar información turística a los visitantes. Los recursos turísticos pueden transformarse según las condiciones de infraestructura del local o con el incentivo de la comunidad, y es un instrumento básico durante la evaluación del concepto de desarrollo turístico del municipio, de manera que es importante reactualizar el mapa con frecuencia. Además, el mapa de recursos turísticos permite la visualización del sitio para identificar el área y determinar las zonas con potencial. Aplicación: Al considerar los recursos turísticos como un conjunto y no individualmente, es posible generar más atractivos.

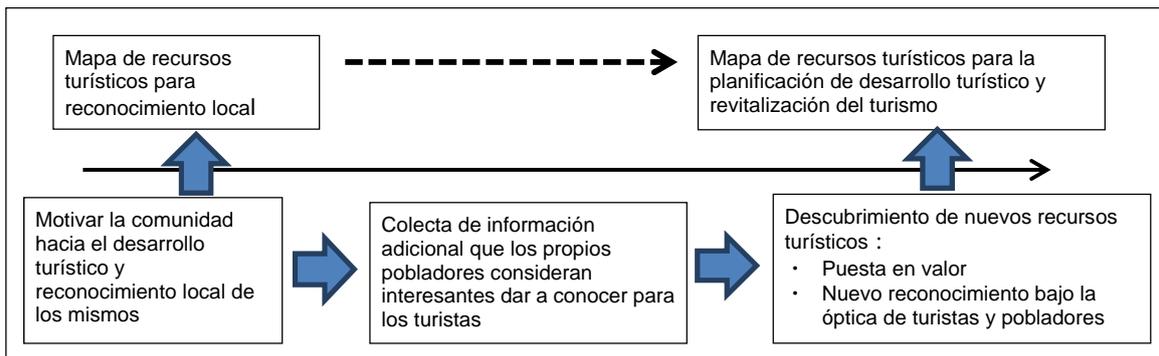
Paso 4: Obtención de evaluación del MITUR/CORSATUR

Seleccionar algunos recursos turísticos que sean considerados con más potencial para que sean evaluados por actores de fuera de la región como el MITUR/CORSATUR, para identificar los potenciales de sus recursos turísticos.

Todas estas informaciones sobre recursos turísticos organizadas serán la base para la preparación del mapa turístico y de la señalización turística. También son importantes como información básica para la estrategia de desarrollo turístico.

Paso 5: Mapa de Recursos Turísticos

El mapa de recursos turísticos es la base para diversas actividades relacionadas con el turismo, por lo tanto es necesario mantenerlo actualizado con la información más reciente.



Es recomendable que el “mapa de recursos turísticos para la planificación de desarrollo y revitalización turística” pueda ser considerado dentro de un “proyecto de elaboración de mapa turístico” por ocasión de la evaluación, selección e implementación como otro proyecto turístico separado, para allí, preparar un producto detallado que pueda ser utilizado como material promocional.

3) Puntos importantes (infraestructura turística básica y el sector turismo)

El progreso del sector turismo no solamente trae un efecto multiplicador en la economía pero también genera oportunidades de empleo y trae efectos sociales positivos, de manera que muchas veces es utilizado como un medio para la revitalización de la comunidad.

Cada zona debe considerar el equilibrio entre la introducción de infraestructura básica (obras de infraestructura y conservación de recursos) y la infraestructura para el sector turismo, bajo la óptica de “qué tipo de revitalización comunitaria queremos”. La selección del direccionamiento de estas depende de la calidad de recursos turísticos que posee.

Como resultado del análisis de la evaluación de los “proyectos prioritarios” dentro de la formulación del concepto de desarrollo turístico de los 13 municipios del golfo de Fonseca,

gran parte de ellos requerían “infraestructura básica para el turismo local” (infraestructura, instituciones, educación), más que “infraestructura del sector turismo” (tiendas, restaurantes, hoteles) (Gráfico 4-2). Sin embargo, considerándose el desarrollo de la zona a través del desarrollo turístico, es necesario buscar la “revitalización comunitaria” dentro de un desarrollo equilibrado entre infraestructura básica e infraestructura turística. Se requiere de una “revitalización de la comunidad” en la cual esta sea “buena para vivir” y donde “queremos que personas de otros lugares vengan a conocer”.

Para impulsar el turismo de la zona desde el concepto de “revitalización comunitaria” a través del turismo, no es posible lograr la misma solamente con la ejecución de obras de infraestructura básica o solamente a través de desarrollos del sector turismo, lo importante es la existencia tanto de un municipio que lleve a cabo la instalación de infraestructura básica, como de un CDT activo que es el representante de los actores locales dedicados al turismo.

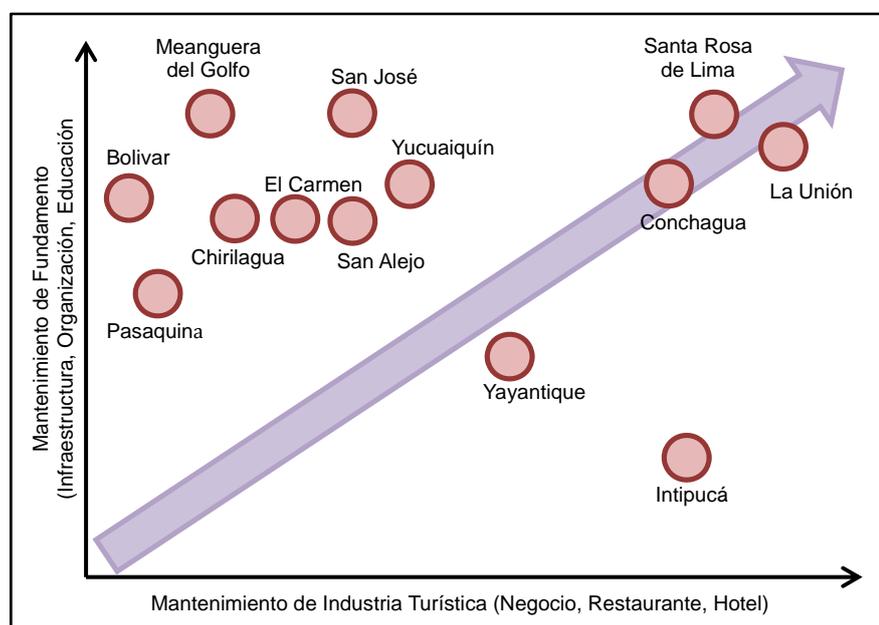


Gráfico 4-2: Proyectos que requiere el CDT

4. Revisión del Plan de Desarrollo Turístico y su relación con los lineamientos del Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental

Revisar los planes de desarrollo turístico existentes para la zona. Verificar principalmente si está incluido en la ruta turística determinada por CORSATUR. Caso se encuentre incluido, la ruta turística debe ser utilizada como referencia para la formulación de la visión de desarrollo turístico y la selección de proyectos de desarrollo turístico, etc. El Anexo 2- “**Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental** (guía)” ya está finalizado y es necesario verificar la relación entre el contenido de este con la misma zona.

5. Elaboración de la Visión del Desarrollo Turístico

La visión de desarrollo turístico deberá ser diseñada considerando la proyección del papel del sector turismo dentro del municipio en 15 a 20 años, basada en las condiciones actuales del turismo en el municipio. Por ejemplo:

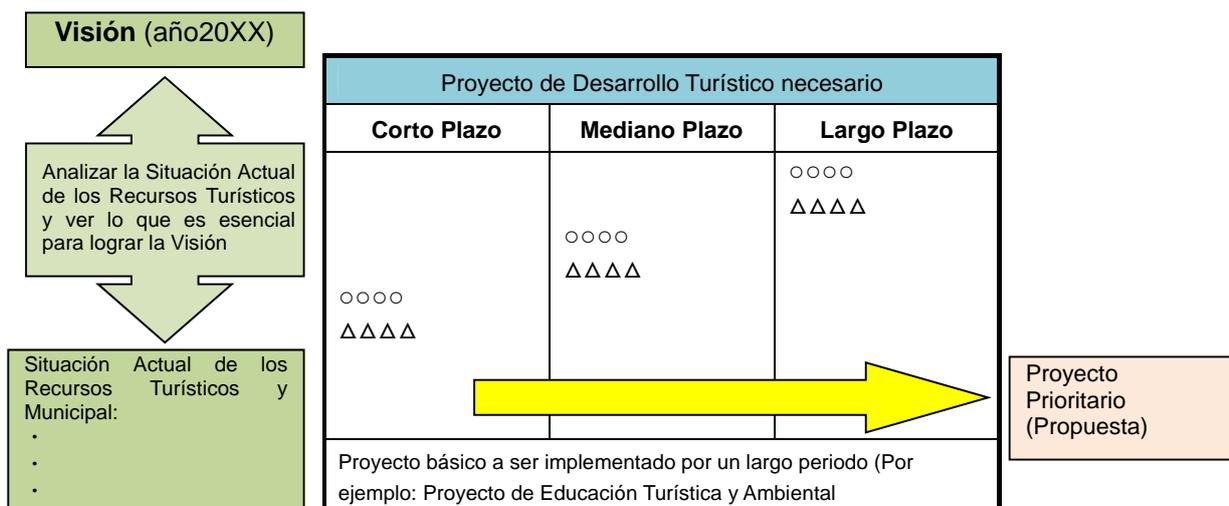
- La meta es llegar a xxxx turistas al municipio.
- La meta es que el turismo represente el xx % del ingreso al municipio.
- Asegurar que la infraestructura hotelera tenga xx habitaciones en el municipio.
- La meta es extender el tiempo de estadía de los visitantes de los XX actuales para YYY en el futuro.
- Posicionamiento como área turística relevante dentro de El Salvador.
- Reconocimiento internacional como zona turística.

De esa manera, se establece la visión futura con la planificación del desarrollo turístico. En este contexto, puede ser algo como el deseo del CDT. Esta será la base para pensar sobre el desarrollo turístico futuro del municipio que debe ser debidamente revisado dentro de las actividades del CDT.

6. Elaboración de los Proyectos de Desarrollo Turístico y Plan de Desarrollo a mediano y largo plazo

Evaluar proyectos de desarrollo turístico concretos que son necesarios para lograr la visión de desarrollo turístico. Los participantes del taller para evaluar proyectos no deben estar limitados a miembros del CDT, más bien, es deseable que se pueda contar con una participación amplia de diversos actores involucrados o interesados en turismo.

Los proyectos de desarrollo turístico propuesto deberán ser organizados según Gráfico abajo (Gráfico 4-3), en proyectos de corto, mediano y largo plazo.



Corto Plazo: Proyectos relativamente sencillos que pueden ser ejecutados con el presupuesto del municipio. Planificar proyectos de efecto inmediato, con resultados visibles. Mapa turístico, señalización turística, campañas de limpieza y pequeños trabajos de infraestructura turística que pueden ser realizados con poca inversión. (Bus Alegre, Festival Gastronómico, etc.).

Mediano Plazo: Proyectos con diversos componentes que no pueden ser ejecutados con el presupuesto del municipio y requieren de tiempo hasta su ejecución. Infraestructura turística de mediana escala (rehabilitación de caminos y construcción de puentes), reordenamiento de parques, etc.

Largo Plazo: Proyectos que abarcan un área más grande en consonancia con las políticas

nacionales. Desarrollo del malecón, construcción de ferrocarriles, acuarios y parques recreativos, etc., bajo la premisa de que la infraestructura turística básica ya se encuentra instalada (hoteles, restaurantes, etc.).

En cada proyecto de desarrollo turístico se debe incorporar el siguiente contenido, resumido en una hoja de papel carta para facilitar su comprensión.

- Resumen del proyecto.
- Objetivo del desarrollo.
- Ejecutor del proyecto y actores involucrados.
- Inversión (Resumen de costos).
- Efectos (Directos, indirectos).
- Fuente de cooperación estimada.

Para lograr la visión de desarrollo turístico, es importante que los proyectos de desarrollo turístico sean materializados por etapas en el corto, mediano y largo plazo.

7. Selección del Proyecto Prioritario

1) Criterios de Selección de los Proyectos

Los criterios de selección de los proyectos piloto dentro del Proyecto de JICA fueron los siguientes:

- RELEVANCIA
 - Turismo Comunitario (proyecto de tipo participativo utilizando recursos turísticos locales).
 - Al clasificar los proyectos en Corto / Mediano / Largo plazo, este debe ser de Corto Plazo.
 - Fuerte demanda por parte de las partes interesadas.
- IMPACTO
 - Modelo.
 - Eficacia visible.
 - Orientado a los Resultados.
- MADUREZ
 - Efectividad (Tiene condiciones).
 - El implementador es bien definido.
 - Alta factibilidad.

El Proyecto JICA redujo el número de proyectos de la lista larga utilizando estos criterios para seleccionar los proyectos. Se recomienda utilizar los criterios arriba mencionados como base también para la selección de proyectos del municipio.

2) Selección de Proyectos de Desarrollo Turístico Prioritarios

Los proyectos seleccionados de acuerdo con los criterios arriba deben nuevamente ser verificados según el enfoque que se indica a seguir; también es necesario ver la pertinencia con el “Borrador del Concepto de Desarrollo Turístico para la Región Oriental (guía)”

- El monto del presupuesto puede ser cubierto anualmente.
- El CDT tiene capacidad de operación y mantenimiento una vez finalizado el proyecto.
- Proyecto con un elemento detonante del desarrollo turístico local.

8. Redacción de la Propuesta

Los siguientes contenidos deberán ser incorporados a la propuesta, con variaciones de acuerdo al contenido.

- Nombre del proyecto: Relacionado con el contenido del proyecto.
- Entidad implementadora: Dejar claro el responsable, como por ejemplo: Dirección responsable de la municipalidad, CORSATUR, etc. Especificar el papel del CDT.
- Antecedentes y necesidad del proyecto: Recomendable especificar la relación con el concepto de desarrollo turístico.
- Análisis de la situación existente: Describir el alcance del proyecto de manera objetiva.
- Objetivo: Especificar concretamente; incrementar el número de turistas, elevar la comodidad del turista, etc.
- Beneficios: Describir lo más concretamente posible los beneficios para los actores locales involucrados con turismo.
- Impacto y resultados: Especificar el efecto multiplicador esperado del proyecto.
- Metodología: Dividir el contenido del proyecto en infraestructura y capacitaciones para clarificar los componentes del proyecto.
- Costo: Indicar claramente los costos directos, costos indirectos, costos de mantenimiento.
- Cronograma: Indicar claramente el cronograma de preparación, planificación e implementación.
- Anexos: Preparar material como planos, para facilitar la explicación.

【Fuentes de financiación】

En gran parte de los casos, es difícil obtener fuentes de financiación para la implementación del proyecto. En ese caso, es necesario buscar fuentes de cooperación para la financiación.

Los cooperantes deben ser evaluados según la magnitud y contenido de los proyectos a ser priorizados. La fuente más probable de cooperación es la dirección de turismo de la municipalidad. Caso la municipalidad no pueda atender, se puede solicitar la cooperación del MITUR/CORSATUR u otros ministerios a través del CAT.

Existe la posibilidad de que algunos bancos puedan financiar proyectos para pequeñas empresas y proyectos, independientemente de que sean del sector turismo, de manera que es posible solicitar cooperación a través del CONAMYPE.

Otra posibilidad de ayuda para la financiación son las ONG y organismos de cooperación internacional pero en ese caso, se debe buscar esclarecimientos acerca de los detalles de los procedimientos junto al CAT, CORSATUR, CONAMYPE, etc.

Con la formulación del concepto de desarrollo turístico y la implementación de los proyectos de desarrollo turístico necesarios para lograr la meta de la visión, la expectativa es que se dé el impulso para la revitalización y desarrollo turístico local, con una elevación de la sensibilidad hacia el turismo.

V. Ejecución de Proyectos de Desarrollo Turístico

Objetivo:

Comprensión de los proyectos piloto, contenido de capacitación y metodología de implementación llevados a cabo en los 13 municipios del golfo de Fonseca, para ser utilizados como referencia para la selección y métodos de implementación de proyectos del municipio en el futuro.

Marco:

Utilizando como ejemplo las capacitaciones y los 5 proyectos piloto llevados a cabo en los 13 municipios, estos podrán ser expandidos como ejemplos de proyectos de desarrollo turístico.

Puntos a ser considerados y observaciones durante la implementación:

La siguiente descripción se basa en las capacitaciones y proyectos efectivamente ejecutados, y sirve como referencia para el CDT al momento de planificar capacitaciones y proyectos. Es recomendable ejecutar el proyecto una vez averiguado el nivel de contribución del CDT, costo, dificultad de realización etc. del proyecto planificado.

1. Identificación de los Recursos Turísticos

Al momento de implementar los proyectos de desarrollo turístico seleccionados durante la formulación del concepto de desarrollo turístico, la información acerca de los antecedentes de la selección, objetivos, etc. debe ser compartida entre todos los actores involucrados.

2. Sensibilización y Capacitación dirigida a los actores involucrados con el Proyecto

Estudio de necesidades de capacitación e implementación

Para la implementación de los proyectos turísticos seleccionados en IV, simultáneamente se requiere de la formación de capacidades de personal para la implementación de los mismos, de manera que se implementan capacitaciones para el personal concerniente.

La capacitación será dirigida a la población local, incluido el CDT, y la implementación estará centrada en la oficina del CAT. El papel de la oficina del CAT es el de realizar el estudio, plan, implementación y evaluación de la capacitación; por otro lado debe realizar trabajos de enlace y coordinación con los instructores y participantes de la capacitación. Para detalles tales como los instructores de la capacitación, lista de contactos, etc. ver el Anexo 3- Manual para trabajos de capacitación.

Necesidad de las Capacitaciones (antecedentes):

El fortalecimiento del sector turismo es una de las estrategias nacionales de El Salvador, y se busca su consolidación. El crecimiento del sector turismo genera una fuente de captación de divisas extranjeras y de esta manera, causa un efecto multiplicador en la economía nacional, como también trae beneficios para la población local. Para que esto se materialice es necesario desarrollar e instalar infraestructura relacionada, pero también igualmente es necesario que la población sea sensibilizada sobre el turismo y formen recursos humanos locales para trabajar en el sector turismo.

Para que esto ocurra, es necesario elevar la sensibilización de los actores locales con relación al turismo y lo actores locales involucrados con el sector deben analizar las preferencias de los turistas y adquirir conocimientos y técnicas relacionadas con el turismo para elevar el nivel de los servicios, desarrollar productos turísticos, etc.

Sin embargo, en El Salvador, particularmente en gran parte de las comunidades de la región oriental, pocas personas se dedican al sector turismo y aún cuando lo hacen los servicios y productos que se ofrecen no son satisfactorios para los turistas. Una de las causas que se podría señalar es la falta de recursos y el número reducido de entidades o instituciones de formación profesional para el sector, pero otro factor importante es la falta de interés de la población con relación al sector turismo y el bajo nivel de conocimientos y técnicas relacionadas con servicios y desarrollo de productos.

Por lo tanto, para desarrollar el sector turismo, es importante que la población local se integre junto con los actores relacionados con el turismo para elevar la sensibilización hacia el turismo y al mismo tiempo, es necesario aprender técnicas en culinaria, atención a los clientes, elaboración de artesanías, etc. para brindar servicios y productos que sean satisfactorios para el turista.

Objetivo de las Capacitaciones:

- (1) La población, incluido el CDT debe profundizar sus conocimientos y experiencias relacionadas con el turismo y a través del aprendizaje de técnicas para la elaboración de artesanía, elevar los servicios turísticos y desarrollar nuevos productos.
- (2) Además del mencionado anteriormente, la población local, incluido el CDT, debe mejorar los conocimientos y elevar las experiencias relacionadas con la promoción de ventas, con el objeto de apoyar el sector turístico local, y formar personal capacitado para contribuir con su crecimiento.

Objetivo y uso del manual de procedimientos (Anexo 3):

- (1) Este manual de procedimientos es una recopilación de los resultados de las capacitaciones que fueron realizadas en el marco del proyecto de JICA (Proyecto para el Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural en la Región Oriental de El Salvador) dirigidas a los 13 municipios del Golfo de Fonseca, y fue preparado como un manual para el método de implementación de capacitaciones, con base en los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas en el proceso.
- (2) Las capacitaciones que fueron implementadas causaron impactos tanto para el CDT como para los actores locales. En concreto, fue posible elevar el interés y atención hacia el turismo y la obtención de ingresos a través de la producción de artesanía. Estas pueden ser aplicadas para los 4 departamentos de la región oriental.
- (3) Este manual está dirigido a los CDT's de los 4 departamentos de la región oriental, para ser utilizado por la oficina del CAT.

Contenido y Flujograma de la Capacitación:

El contenido de las capacitaciones y el flujograma se muestran en la siguiente figura (Gráfico 5-1). El flujo de trabajos de capacitación se inicia con el estudio, planificación, implementación y monitoreo para finalizar con la evaluación de la capacitación implementada. El proyecto de capacitación será formulado durante la etapa de planificación, para seleccionar los instructores y participantes adecuados para cada una de ellas.

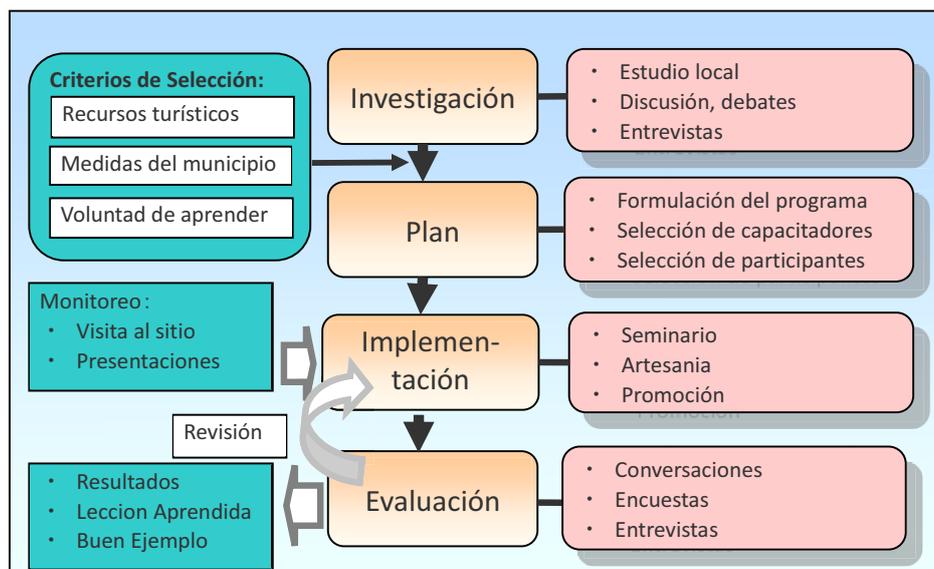


Gráfico 5-1: Contenido de la Capacitación y Flujo de Implementación

División de responsabilidades de los actores involucrados

La división de responsabilidades de los actores involucrados para implementar las capacitaciones, se indica a seguir (Tabla 5-1).

Tabla 5-1 División de responsabilidades de los actores involucrados

Entidad/ organización	Responsabilidad en la capacitación
CAT's	<ul style="list-style-type: none"> • Plan, implementación, monitoreo, implementación de evaluación. • Evaluación del contenido de la capacitación (coordinación e intercambio de ideas con los actores involucrados, inclusive participantes e instructores). • Supervisión del avance en cuanto a logro de los resultados de la capacitación, seguimiento posteriormente a la capacitación, evaluación. • Convocatoria de los participantes a través del CDT, municipalidad, etc. y auspicio de la reunión.
CORSATUR	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de ideas con la oficina del CAT sobre el contenido de las capacitaciones. • Compartir conocimientos y experiencias de capacitaciones en otras regiones. • Supervisión del avance de las capacitaciones por medio de reportes de la oficina del CAT e inspecciones de campo.
Municipalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a los participantes, participación en las reuniones preparatorias de la capacitación en la oficina del CAT. • Preparación y préstamo de facilidades para las capacitaciones. • Intercambio de opiniones con la oficina del CAT en cuanto a la preparación e implementación de las capacitaciones. • Compartir el resultado de las capacitaciones.
CDT	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en las capacitaciones, aprendizaje de técnicas. • Convocatoria a los participantes, participación en las reuniones preparatorias de la capacitación en la oficina del CAT. • Control de la situación de comparecencia de los participantes.
Instructores	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de la capacitación, enseñanza de técnicas. • Preparación de material didáctico, participación en las reuniones de la capacitación en

Entidad/ organización	Responsabilidad en la capacitación
	la oficina del CAT. • Verificación de avance de la capacitación, nivel de aprendizaje y comprensión.
Participantes de la capacitación	• Participación en la capacitación, aprendizaje de técnicas. • Preparación de recursos locales utilizados como material (artesanía, productos típicos). • Finalizada la capacitación, poner en práctica las técnicas aprendidas durante la capacitación para llevar a cabo actividades comerciales y de venta por iniciativa propia.
CONAMYPE	• Apoyo para la implementación de las capacitaciones (proporcionar información para los instructores, por ejemplo). • Intercambio de opiniones con la oficina CAT sobre la región del Departamento de La Unión y el sector turismo.

Ver Anexo 2: Manual de Procedimiento de Capacitaciones

3. Ejecución de Proyecto de Desarrollo Turístico

1) Ejemplos referenciales de Recursos Turísticos de Proyectos de Desarrollo Turístico Representativos

A través de la ejecución del Proyecto de JICA, fueron evaluados proyectos de desarrollo turístico a partir de los potenciales recursos turísticos en los 13 municipios, para identificar los insumos mínimos necesarios para la implementación de los mismos. Estos proyectos fueron clasificados en ① infraestructura básica para la reactivación del turismo y ② clasificación del desarrollo de recursos turísticos en naturales y culturales, para interpretar el perfil de proyectos turísticos de cada zona.

Instrumentos básicos para la reactivación turística

- Mapa Turístico
- Señalización Turística
- Capacitación de Guías
- Educación y capacitación dirigida a los actores involucrados

Estos proyectos fueron implementados a través del Proyecto JICA y los manuales de procedimiento de los respectivos proyectos piloto se encuentran en el Anexo-6.

Recursos Turísticos Naturales y Culturales

La siguiente Tabla (Tabla 5-2) muestra la clasificación de los recursos turísticos identificados en los 13 municipios en desarrollo de recursos naturales y desarrollo de recursos culturales, considerándose los respectivos proyectos de desarrollo para clasificar, a su vez, en acondicionamiento de infraestructura turística (facilidades relacionadas con turismo nuevas, a ser refaccionadas, conservadas, etc.), o preparación de sistemas de gestión turística (mecanismos que contribuyen para la gestión armoniosa de atención al cliente). Los detalles de cada proyecto mencionado en los ítems se encuentran en el Anexo-3. Los proyectos 1) Tour de las islas y 2) Tour a los manglares fueron ejecutados a través del Proyecto JICA y los detalles se encuentran en el Anexo-6: Manual de Procedimientos de los Proyectos Piloto.

El contenido de los proyectos (infraestructura o sistemas), debe variar según el monto del contrato, fuentes cooperantes de financiación, contratistas, etc.; sin embargo, el CDT será el núcleo implementador del proyecto turístico y es deseable que se definan las responsabilidades de los actores involucrados (CDT, municipio, CAT, etc.) para la implementación.

【Contrato del Proyecto】

El CDT formalizado (Asociación de Desarrollo Turístico: ADT) debe efectuar el contrato del proyecto. Sin embargo, la Asociación de Desarrollo Turístico (ADT) todavía no cuenta con la debida experiencia en cuanto a procedimientos como la preparación de contratos y licitaciones de proyectos, de manera que es recomendable que el contrato del proyecto de desarrollo turístico sea realizado con la asistencia de la dirección responsable por contratos de la municipalidad. Sin embargo, los miembros del CDT deben aprender acerca de todo este proceso.

【Control del Cronograma】

Antes del inicio del Proyecto, es necesario coordinar detalladamente los detalles del cronograma con el contratista y controlar este cronograma. Cuando ocurren imprevistos con relación a las condiciones establecidas en la licitación, es necesario discutir inmediatamente sobre el tema entre todos los involucrados, para dar solución al problema en cuestión.

【Control Financiero】

Cuando los fondos son del municipio, su control es sencillo, sin embargo cuando los fondos son de CORSATUR o algún cooperante, es necesario evaluar la metodología de pago previamente, como ingresar el capital en el municipio, o enviar las solicitudes de pago al financiador para que el pago sea efectuado a cada vez, por partidas.

En el contrato se debe especificar la forma de pago mencionando los adelantos, pagos intermedios y pago final.

【Control Administrativo】

La operación y mantenimiento del sistema de gestión turística y de infraestructura turística instalada deben ser debidamente efectuadas.

【Monitoreo y Retroalimentación】

El plan de implementación y resultados del proyecto deberán ser monitoreados y cuando surjan inconsistencias es necesario averiguar los motivos, y esta experiencia debe ser compartida al interior de la CORSATUR.

2) Proyectos Piloto

Los 5 Proyectos Piloto del Proyecto JICA fueron ejecutados centrados en el CDT, con la colaboración de la CORSATUR y otras entidades relevantes.

① Contenido de los Proyectos Piloto:

Proyecto Piloto	Objetivo del Proyecto	Resultados	Área Objeto
Mapa Turístico	El CDT objeto es capaz de operar sostenidamente el sistema de información de mapas turísticos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de un sistema informático para mapear y capturar la información. 2. Establecimiento de un sistema de distribución de mapas con una red local. 3. Establecimiento de un mecanismo de actualización del sistema por el CDT y monitoreado por el CAT. 	La Unión, Conchagua, Santa Rosa de Lima
Señalización Turística	Acumulación de experiencia y lecciones aprendidas a través del proceso por parte de los involucrados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los recursos turísticos a ser señalizados son seleccionados conjuntamente por el CDT y CORSATUR. 2. Colocación de señalización turística atractiva por CDT y CORSATUR. 3. Establecimiento de un sistema de mantenimiento de las señalizaciones. 	La Unión, Conchagua, Intipucá
Educación Turística y Ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar la hospitalidad de la región a través de la educación turística y ambiental para los niños. 2. Elaborar un mecanismo para el proyecto de educación turística y ambiental. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecimiento de un comité de educación turística y ambiental centrado en el CDT de Pasaquina. 2. Formulación del programa para educación turística y ambiental. 3. Se logra educar cada familia a través de la educación para los niños. 4. Formulación del mecanismo para la difusión de la educación turística y ambiental. 	Pasaquina
Tour Manglares	El grupo meta puede desarrollar y promover actividades para un tour de manglares de forma sostenible.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los recursos y el potencial del tour de manglares han sido identificados. 2. La organización implementadora está establecida. 3. El Producto de tour de manglares está desarrollado. 4. Las capacidades de la organización implementadora para la operación y la promoción del tour de manglar son mejoradas. 	Intipucá
Tour a las Islas	CDT y otros actores son capacitados para desarrollar tours en las islas del Golfo de Fonseca.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los actores, lugares y mecanismos de operación para realizar tours han sido identificados. 2. El producto de tours a las islas ha sido desarrollado. 3. La capacidad del CDT para coordinar y promover tours a las islas ha mejorado. 	La Unión, Conchagua, Meanguera del Golfo

El Manual de Procedimientos de estos Proyectos Piloto se encuentra en Anexo (Anexo-6)

② Relación entre los Proyectos, Capacitaciones y el contenido de actividades de los CDT's

Dentro del Proyecto JICA fueron implementados 5 proyectos piloto y capacitaciones como el desarrollo de artesanías. Conclusivamente, los proyectos piloto fueron clasificados de la siguiente manera: i) elevar la sensibilización hacia el turismo (educación turística y ambiental); ii) Organización y divulgación de información sobre sitios turísticos (mapa turístico, señalización turística) y iii) desarrollo de recursos

turísticos (tour de los manglares, tour de las islas).

Las capacitaciones fueron realizadas independientemente de los proyectos piloto y consistieron en desarrollo de productos artesanales, atención a los clientes, gastronomía, emprendedurismo, etc. con el propósito de formar personal para el sector turismo local. El Gráfico 5-2 muestra la relación entre el Proyecto JICA y el contenido de las actividades del CDT.

Es recomendable que el CDT participe inicialmente en la realización de eventos locales juntamente con el municipio para elevar la concientización acerca del turismo para después proceder al desarrollo de los recursos turísticos. (Ver Gráfico 5-3- Grado de contribución del CDT para los proyectos piloto, costos y nivel de dificultad).

Con relación a la disseminación de los proyectos piloto, es necesario primeramente tomar en consideración las características de los recursos turísticos de la zona de disseminación.

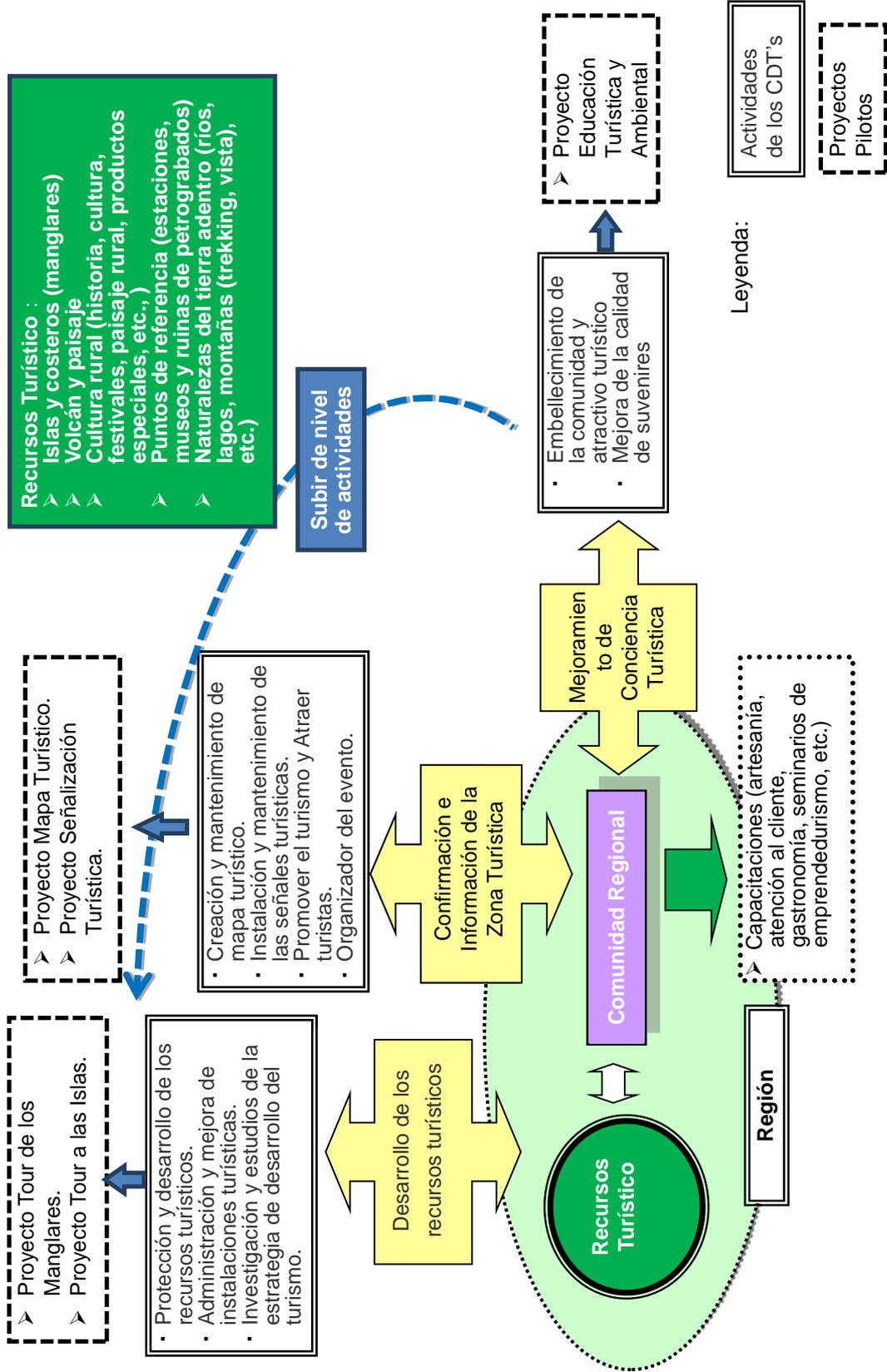


Gráfico 5-2 Relación entre los proyectos, capacitaciones y actividades de los CDT's

Relación de los Proyectos Piloto y el Porcentaje de Participación de los CDT's

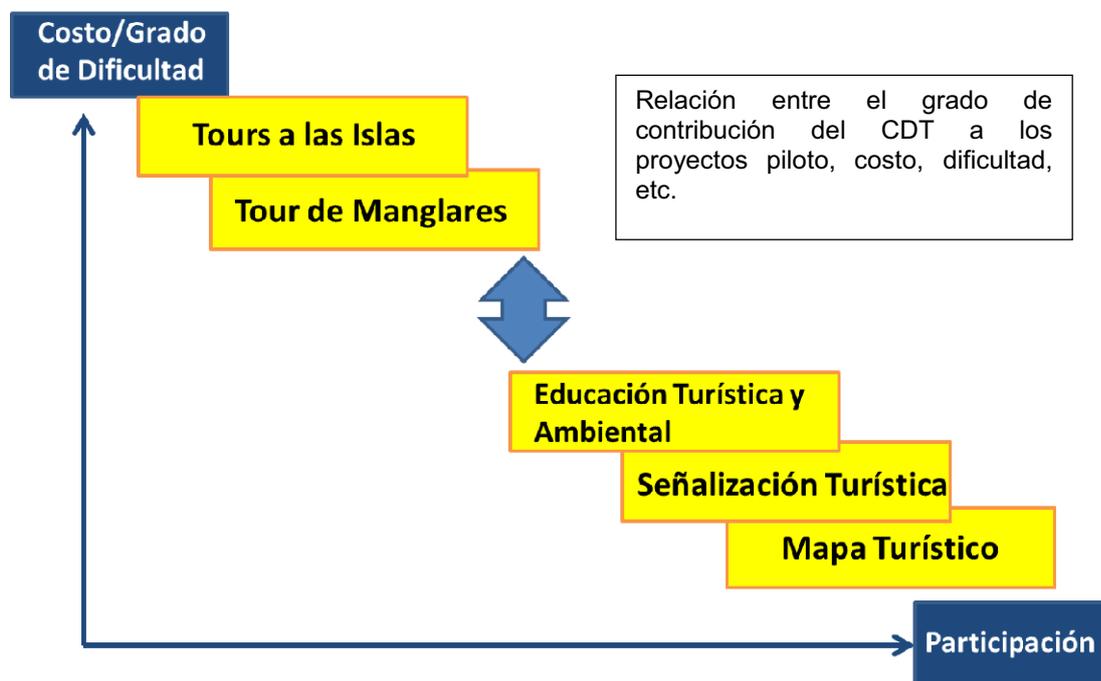


Gráfico 5-3: Relación entre el grado de contribución del CDT, costos y grado de dificultad de los proyectos piloto

RELACIÓN ENTRE LOS PROYECTOS PILOTO Y LA ZONA OBJETO DE DIFUSIÓN	
Proyectos Piloto	Características de la Zona Objeto de Difusión
Mapa Turístico	Que tenga zona turística que pueda captar turistas
Señalización Turística	
Educación Turística y Ambiental	Sin limitaciones
Tour de Manglares	Que haya Manglares
Tours a las Islas	Que haya Islas, Que haya embarcaciones

[Grado necesario de participación del CDT]

Los Proyectos Piloto se implementaron para fortalecer las capacidades de los CDT's, pero no siempre será necesaria la participación del CDT en la implementación de estos mismos Proyectos en otras regiones. Proyectos de desarrollo turístico como el tour de las islas que abarcan diversos municipios son fuertemente influenciados por los empresarios turísticos, creando asociaciones que superan los CDT's individuales. Sin embargo, aún en este caso, es importante mantener la cooperación con la CORSATUR y otros proyectos locales para llevar a cabo la promoción turística de manera eficaz.

Mapa Turístico:

Comenzar a comprender su región a través del proceso de elaboración del Mapa Turístico, es un medio muy eficaz para el fortalecimiento de la capacidad del CDT, y la comprensión exacta de los recursos turísticos de su municipio es la base que permite la formulación del concepto de desarrollo turístico, la colocación de señalización turística, etc.

Lecciones Aprendidas y Recomendaciones:

Es necesario actualizar el mapa turístico constantemente con nuevas informaciones.

Monitorear las opiniones de los turistas para utilizar como referencia en la elaboración de nuevas ediciones cada vez más atractivas.

Estructurar un mecanismo de fuente de financiación (venta, donaciones) que permita el lanzamiento de reediciones regularmente.

Señalización Turística:

Si se implementa junto al Mapa Turístico, es posible la participación del CDT. Sin embargo, como esta viene acompañada de obras civiles, es muy alta la posibilidad de que lo instale una empresa especializada, bajo la supervisión de la institución ejecutora que cubrirá con los gastos. (Desde el punto de vista de mantenimiento y prevención de robo, involucrar el CDT en la instalación puede ser una medida válida).

Recomendaciones:

Se recomienda elaborar la señalización turística de bienvenida considerando las costumbres locales utilizando materiales propios (madera) (recepción calurosa, creación de empleos locales).

Además del mantenimiento, evaluar medidas contra daños y robo.

Monitorear las opiniones de los turistas para elaborar diseños de señalización turística atractivos.

Educación Turística y Ambiental:

Cuando más adelante incremente el número de personas con experiencia en este proyecto y se confeccione una cartilla común para todo el país, este proyecto podrá ser incorporado dentro del currículo escolar. Por el momento, es necesario que este proyecto sea implementado en conjunto con entidades especializadas como el MEGATEC para ampliar el horizonte de la educación turística.

Recomendaciones:

Incorporar excursiones dentro del programa educativo

Garantizar la calidad y cantidad de instructores

Los alumnos deber ser de los grados superiores de primaria

Tour de los Manglares y Tour de las Islas

El CDT participa en el momento de formulación del Proyecto y debe seguir el proyecto local. Sin embargo, en la etapa de operación del proyecto, los beneficiarios deberán ser los implementadores principales. Para la promoción del Tour, es importante aprovechar la red de contactos entre los CDT's, CORSATUR y otras Organizaciones.

Recomendaciones (Tour de los Manglares):

Asegurar que el punto de salida y llegada de los kayaks sea en un sitio de fácil acceso

Conservación ambiental conyugada con la creación del bosque de manglares

Combinación con otros proyectos como el de educación turística y ambiental

Recomendaciones: <Tour de las Islas>

Para consolidar el tour de las islas como producto, es necesario realizar campañas promocionales de forma sostenida regularmente.

Para una distribución justa de los beneficios con la población local, se debe fortalecer los proyectos relacionados con las artesanías y gastronomía.

Llevar a cabo de manera sostenida programas de capacitación a los lancheros y pescadores.

[Presupuesto]

Los costos directos invertidos en la implementación de los Proyectos Piloto: Mapas Turísticos, Señalización Turística y Educación Turística y Ambiental han sido de aproximadamente \$ 10,000 por Municipio (Escuela), y para los Proyectos de Desarrollo de Recursos Turísticos Tour Manglares y Tour de las Islas han sido aproximadamente \$ 30,000.

Los costos de mano de obra no están incluidos, y en adelante, estos costos deberán ser considerados para la sostenibilidad de los proyectos.

[Grado de Dificultad]

En el caso de Mapa Turístico, Señalización Turística y Educación Turística y Ambiental, el objetivo es claro, se debe llevar a cabo talleres para compartir el modelo del Proyecto Piloto, ya que el sistema es simple; una vez comprendido esto, la implementación del proyecto es relativamente sencilla. Sin embargo, los Proyectos que cobran a los turistas por sus servicios como el Tour Manglares y Tour de las Islas, requieren de preparación de instalaciones y fortalecimiento de capacidades, por lo que su grado de dificultad es elevado. Por lo tanto, es necesario realizar un estudio detallado del potencial turístico para su implementación.

[Especificaciones de la Zona de Difusión]

En el caso de Mapa Turístico y Señalización Turística, se dará preferencia a los lugares que tengan zonas turísticas con posibilidad de captar algo de turistas. En el caso de la Educación Turística y Ambiental, no se escogerá el lugar específicamente, pero considerando el resultado del Proyecto, se dará preferencia a los Municipios que tengan recursos turísticos altamente potenciales.

En el caso de Tour Manglares y Tour Islas, hay una condición previa al Proyecto que es la existencia de recursos turísticos como manglares e islas, por lo tanto, estará limitado a lugares que cuenten con beneficiarios interesados en estos Proyectos.

[Aplicación a otros Proyectos]

El Tour de los Manglares y el Tour de las Islas sirven para elevar el potencial turístico de la región, aprovechando los recursos turísticos locales, y el método aplicado en la implementación de estos proyectos puede ser replicado en otros recursos turísticos.

4. Monitoreo-Retroalimentación

- 1) Los instrumentos básicos para la reactivación del turismo ya fueron implementados a través de los proyectos piloto y la CORSATUR, CAT y el CDT ya comparten esta experiencia; también, los proyectos ya fueron transferidos, de manera que si en el futuro se identifican nuevos aspectos dentro de las actividades, el presente Modelo de Actividades debe ser retroalimentado.

- 2) El monitoreo de los proyectos de desarrollo de recursos turísticos naturales y culturales deben ser efectuados principalmente por la CORSATUR y el CAT y deberán compartir esta información con aquellos CDT que ya cuentan con experiencias previas en proyectos similares para retroalimentar el modelo.

VI. Plan de Promoción y Mercadeo de Productos Turísticos

Objetivo:

Comprender el contenido de actividades de promoción y mercadeo y métodos de implementación ejecutados dentro del proyecto JICA, para utilizar como referencia para el desarrollo de nuevos productos turísticos y promoción de recursos turísticos.

Marco (Contenido):

Indica las actividades de promoción y mercadeo que pueden ser realizados utilizando los ejemplos efectivos de los Proyecto JICA.

Puntos a ser considerados durante la implementación y observaciones:

Es importante dar inicio a las actividades de promoción y mercadeo, una vez efectuado el estudio de tendencias del mercado, desde el punto de vista del turista. Además, la actividad debe ser eficiente, utilizando de manera eficaz instrumentos como el internet, consolidando resultados sobre el número de accesos al sitio web, los comentarios y consultas, y para buscar una implementación efectiva el plan debe ser revisado y corregido periódicamente. Es necesario aprovechar los espacios como los Pueblos Vivos y las ferias de turismo nacional e internacional de manera efectiva para la promoción de los recursos y productos turísticos del municipio, permitiendo la identificación de la situación del turismo del municipio (clasificación), y así esclarecer los aspectos que pueden ser mejorados. A través de la comparación con productos y recursos turísticos similares de otras regiones es posible aprender como diferenciar sus propios productos.

Una vez finalizada la implementación de los proyectos mencionados en “V. Implementación de Proyectos de Desarrollo Turístico”, es importante elaborar un plan de promoción y mercadeo de productos turísticos para vender y promover los productos turísticos.

El presente proyecto planifica dos tipos de promociones para los productos turísticos del municipio y los recursos turísticos.

- **Promoción de productos turísticos**
- **Promoción de recursos turísticos del municipio**

La promoción de productos turísticos se refiere a la comercialización de productos desarrollados dentro de los proyectos piloto (tour de los manglares, tour a las islas) y artesanías (desarrollo de artesanía típica utilizando la ninfa en El Carmen).

La promoción de los recursos turísticos del municipio, fue planificada por medio de la participación en eventos como Pueblos Vivos, de manera a promocionar el atractivo del municipio como un todo, incluidos los recursos turísticos con potencial futuro.

Tanto la CORSATUR/CAT como el CDT han participado en la planificación de actividades de promoción y mercadeo a través de los proyectos piloto y los planes de promoción y mercadeo que servirán de referencias para las futuras actividades del CDT, con base a los resultados y lecciones obtenidas, se indican a seguir.

1. Plan de Mercadeo

1) Identificación de las Tendencias del Mercado

Para seleccionar el segmento meta objeto de la promoción, en primer lugar es indispensable identificar las tendencias del mercado de viajes (nacional e internacional). Cuando posible, se recomienda la realización de un estudio de mercado; sin embargo esto

representa un costo elevado, por lo que es difícil que sea implementado por el municipio o el CDT. Se espera que el MITUR/CORSATUR pueda implementar un estudio de mercado a nivel nacional o regional, con la correspondiente realización de un seminario por la Dirección de Mercadeo sobre el tema.

La Dirección de Mercadeo de CORSATUR participa de ferias internacionales y organiza ferias nacionales, de manera que tiene conocimiento acerca de la creación de productos turísticos y es la que cuenta con la mejor información sobre las tendencias del mercado nacional de viajes. La realización de talleres periódicos sobre tendencias de viajes, o la presentación sobre la situación de las tendencias de viajes durante el encuentro nacional de CDT por parte de CORSATUR permite el aprendizaje sobre la determinación del segmento meta y conocimientos básicos sobre la creación de productos turísticos.

2) Determinación del estrato consumidor de productos

El incremento del presupuesto disponible para consumo y la expansión de la clase media deben ser particularmente tomados en consideración, ya que son elementos primordiales para las tendencias de mercado, expuesto anteriormente. El mercado turístico (viajes) está íntimamente conectado con las actividades económicas y fundamentalmente, sin un incremento de renta no se tiene la expansión del mercado turístico. Por lo tanto, el estrato consumidor es segmentado según el precio de los productos, la duración del viaje (sin o con estadía), etc., lo que requiere actividades promocionales con una meta bastante definida. Los turistas extranjeros son sensibles a las tendencias alternativas, de manera que si el precio de los productos es comparativamente elevado, no se genera la voluntad de consumo entre los turistas extranjeros (principalmente de países cercanos).

3) Establecimiento de metas

El establecimiento del segmento meta es el núcleo del plan de mercadeo para la promoción de productos turísticos. Dentro del proyecto de JICA, el segmento meta fue definido de acuerdo con las características de los productos, como se indica a seguir (Tabla 6-1).

Tabla 6-1: Definición de los segmentos meta

Producto Turístico	Local	Zonas cercanas	Nacional	Países Vecinos	Extranjeros
Tour a las Islas					
Tour de los Manglares					
Senderismo en Volcán					
Fiestas					
Feria Gastronómica					

Los segmentos meta estimados por grado de importancia son:

⊙ superior, ○: regular; △ inferior

La capacitación en el país llevada a cabo en la región occidental de El Salvador inspiró a sus participantes, y actualmente el CDT La Unión organiza una feria todos los sábados en la antigua Estación.

El tiempo de permanencia así como los potenciales visitantes de los segmentos meta varían de acuerdo con la cantidad y calidad de las instalaciones turísticas (hoteles, restaurantes, etc.) existentes en las cercanías de los sitios y recursos turísticos, así como de los precios fijados.

4) Cambios de meta

Actualmente, el mercado turístico (viajes) acompaña la globalización y presenta un crecimiento y cambios constantes. Las tendencias económicas y facilidades de acceso, los rumores y reputación, originan rápidamente cambios de metas de forma dramática. Así, la realización de encuestas a los viajeros, sirven para la retroalimentación, pero también permite al CDT captar las opiniones, comentarios y reclamaciones de los clientes, para identificar las preferencias y los cambios en las tendencias de los clientes y modificar rápidamente las metas cuando necesario.

5) Apertura de nuevos mercados

El turismo en El Salvador se encuentra en su etapa inicial de desarrollo por lo que se espera que su mercado interno pueda madurar. Al mismo tiempo, aún colocando la meta en los turistas de los países vecinos, considerándose la situación económica y los ingresos disponibles, no deberá haber grandes oportunidades todavía por un tiempo.

En este contexto, los turistas de Norteamérica que cruzan El Salvador (ruta Nicaragua-El Salvador-Honduras) están en aumento, aun cuando numéricamente todavía no sea significativo. También se vienen incrementando el número de navíos de cruceros norteamericanos que anclan regularmente en el puerto Acajutla en la región Occidental y crecen las expectativas de que lo mismo pueda ocurrir en el puerto de La Unión.

2. Plan de Promoción

Las actividades de promoción consolidadas son divididas en los siguientes dos ítems.

- Formulación de herramientas de promoción
- Participación en actividades promocionales

1) Preparativos para la formulación de herramientas de promoción

Revisión de información básica sobre recursos turísticos identificados durante la preparación del concepto de desarrollo turístico, a fin de verificar correctamente la ubicación del recurso turístico y preparar el mapa turístico, de manera que el turista pueda acceder directamente a los recursos turísticos utilizando las herramientas de promoción. Muchas veces, conforme el mapa turístico, al dar prioridad al diseño, la relación de distancias no es correcta; sin embargo, considerándose la utilidad para el turista, es preferible proveer la información correcta sobre la ubicación.

Además de los recursos turísticos, es importante ubicar en el mapa, información útil para el turista como hospitales y la municipalidad (contacto en caso de emergencia).

Preparar un ícono característico típico de la zona para utilizar en todas las herramientas de promoción. El ícono debe ser definido según se indica a seguir.

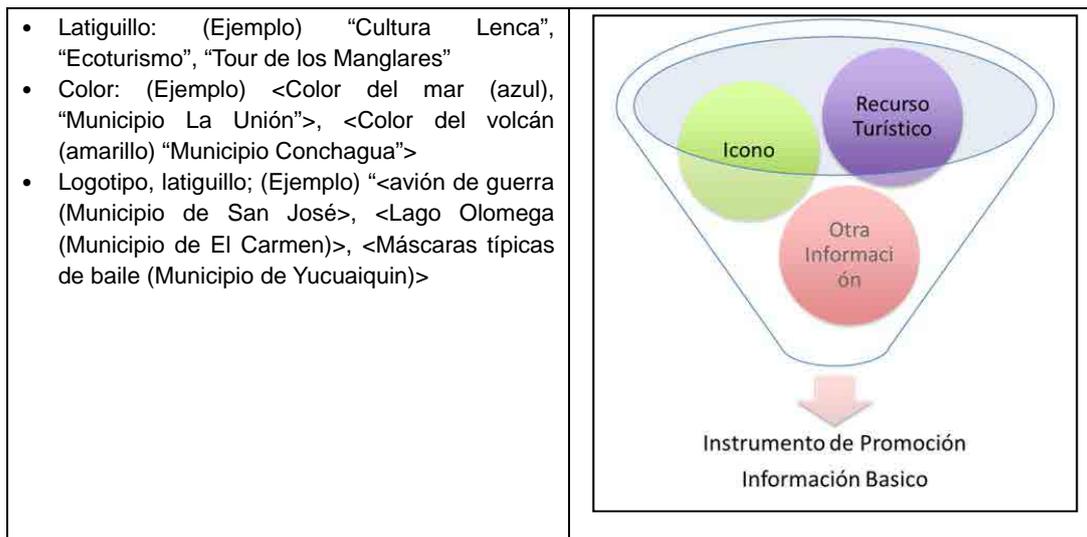


Gráfico 6-1: Imágen de las herramientas de promoción

El Gráfico 6-1 es una imagen de este esquema organizado.

2) Preparación del mapa turístico

Implementar las siguientes actividades; según detalles que se encuentran en el manual de procedimientos “Mapa turístico”.

Diseño

Cuando el CDT no cuente con un miembro con capacidad para diseñar el mapa es necesario seleccionar una empresa para el diseño y desarrollar el trabajo en conjunto. Para la finalización del diseño se debe intercambiar opiniones con la dirección responsable del municipio y CORSATUR.

El mapa debe ser diseñado utilizando los datos mencionados anteriormente, el papel debe ser para impresión a colores y el tamaño debe ser de tamaño A2 o tabloide para que pueda ser doblado en tamaño bolsillo, fácil de llevar, tomándose en consideración la conveniencia del turista.

Publicidad

Evaluar la posibilidad de incluir información útil para el turista como publicidad de hoteles y restaurantes. La inclusión de publicidad reduce los costos de impresión por lo que se debe hacer un esfuerzo para cobrar por la publicidad de empresas del sector turismo, como hoteles, restaurantes y tiendas de productos típicos frecuentadas por turistas. La inclusión de publicidad trae efectos positivos de promoción para turistas de dentro y fuera de la provincia, por lo que se debe negociar activamente con los auspiciadores (restaurantes, hoteles, tiendas de productos típicos).

Impresión

Al momento de imprimir los mapas turísticos, es necesario estimar el número de turistas para definir el número de ejemplares, como mínimo 1000. Es necesario definir la empresa responsable por la impresión pero en muchos casos, la misma empresa a cargo del diseño puede efectuar la impresión.

Plan de distribución

Planificar el método y puntos de distribución de los mapas turísticos

Estimar los locales que pueden recibir la visita de los turistas para solicitar que estos locales se encarguen de la distribución. En este caso se solicita la colaboración de la población para reactivar el turismo en la ciudad e incrementar las oportunidades en conjunto.

Particularmente en el caso de El Salvador, en que las personas se trasladan en vehículos, las estaciones de servicio de combustible son un local conveniente para el turista. Así, se solicita a los propietarios de las estaciones de servicio para que distribuyan el mapa.

Clasificándose a grandes rasgos los métodos de distribución de los mapas turísticos, se puede preparar mostradores de los panfletos para que los turistas puedan recogerlos libremente o entregarlos directamente.

En el caso de entregar el mapa para el turista, es posible efectuar una encuesta sencilla, para conocer el punto de destino, entre otras cosas, y obtener un feedback sobre el turismo local del mismo turista.

Buscar mecanismos que puedan beneficiar concretamente los lugares que colocan los mapas turísticos. En concreto, promocionar los puntos de distribución para incrementar el número de clientes, comisión por la venta de los mapas, inclusión de cupones, etc.

3) Elaboración del panfleto

El panfleto es un instrumento bastante útil para las personas mayores que no tienen acceso a internet o aquellas personas que quieren información sobre el sitio turístico cuando recién llegan allí.

Los panfletos deben ser producidos ya que son efectivos también para ser distribuidos en las ferias, como mencionaremos más adelante.

Esclarecimiento de los diferentes propósitos

Es necesario dejar claro los propósitos para los cuales el panfleto será preparado. En general, los panfletos incluyen información general sobre los recursos turísticos y el local. Cuando el propósito es específico, como las ferias gastronómicas, es necesario evaluar un contenido acorde con esos fines; por ejemplo en el caso de las ferias gastronómicas mostrar fotos que invitan a degustar la apetitosa culinaria local. Para captar los navíos crucero, como estos se quedan anclados desde la mañana hasta la tarde, este es un punto de mayor interés para las empresas operadoras de crucero que deben vender sus productos al cliente, así, se debe incluir información sobre una diversidad de opciones como también los precios, para que los pasajeros puedan disfrutar de su día en tierra.

Diseño

Cuando el CDT no cuente con un miembro con capacidad para diseñar el panfleto, es necesario definir una empresa de diseño y desarrollar el trabajo en conjunto. Para la finalización del diseño se debe intercambiar opiniones con la dirección responsable del municipio y CORSATUR. El papel debe ser para impresión a colores y su tamaño debe ser el de papel carta, doblado en tres, pensado para la comodidad del turista.

Tabla de precios

Con relación a los precios de los productos turísticos como los tours indicados en el

panfleto, este no debe estar impreso en el panfleto; más bien, evaluar anexar otra hoja con una tabla de precios. Esta medida es efectiva ya que permite utilizar el panfleto por más tiempo, aún cuando ocurren cambios frecuentes en los precios.

Publicidad

Ver como referencia 2) Preparación de mapas turísticos

Impresión

Al momento de imprimir los mapas turísticos, es necesario estimar el número de ejemplares, según el propósito. En muchos casos, la misma empresa a cargo del diseño puede efectuar la impresión. El número de ejemplares será definido según la magnitud del evento y a través de una averiguación sobre el número de visitantes en eventos anteriores.

Distribución

Distribuir en ferias turísticas u otros sitios, según el propósito del panfleto. En las ferias participan muchas empresas turísticas en búsqueda de nuevos productos de manera que al distribuir los panfletos, se debe intercambiar tarjetas de presentación para preparar una lista de contactos. El envío regular de nueva información para las personas de la lista eleva las posibilidades de recibir más visitantes.

4) Utilización de internet

La obtención de información sobre turismo a través de internet se hace cada vez más popular, una vez que es un medio de información turística de bajo costo que llega a un gran número de turistas. Los mapas turísticos y panfletos implican costos, una vez que es necesario reimprimirlos, pero haciendo provecho de los sitios web gratuitos, pese a que tienen ciertas limitaciones, y las redes sociales, es posible transmitir información actualizada para todo el mundo a bajo costo.

Elaboración de un sitio Web

Definición del gestor del sitio:

Antes de crear un sitio web para transmitir información, es necesario nombrar a una persona que se encargue de su gestión. El objetivo del sitio web no es su preparación, el tema más relevante es alimentarlo con las últimas informaciones. Así, es importante contar con una persona encargada de alimentar periódicamente el sitio con la información más reciente.

Utilización de sitios gratuitos:

La elaboración y gestión de un sitio web muchas veces acarrea un costo muy elevado para el CDT que por lo tanto no puede disponer de un sitio. En esos casos, se puede utilizar servicios que permiten la elaboración de sitios web gratuitos (por ejemplo, Weebly). Tiene sus limitaciones, una vez que es gratuito, pero como el primer objetivo es la divulgación de información, es importante tomar este primer paso.

El software a ser utilizado para la gestión del sitio web no necesita ser complejo utilizado por profesionales; más bien, debe ser sencillo para que pueda ser manejado por cualquier persona. Con eso, será posible evitar que no se envíe más información nueva debido al cambio de la persona encargada.

Weebly: <http://www.weebly.com/?lang=es>

Al registrarse en el sitio con la dirección de correo electrónico y una contraseña, aparece la pantalla con instrucciones para diseñar el sitio web.

En Soporte → beginners guide, se encuentran las instrucciones para la inicialización. (<http://help.weebly.com/beginners-guide.html>)

Análisis del sitio:

Una vez elaborado el sitio Web, se realiza un análisis con relación al número de accesos al sitio, lugares de origen de más acceso, etc. para facilitar el acceso al sitio para el turista. Se puede solicitar el auxilio de una empresa especializada en análisis pero considerándose el aspecto de costos, por el momento se puede utilizar el Google Analysis. Algunas partes de este servicio pueden ser utilizadas gratuitamente y es bastante sencillo.

Utilización de las redes sociales

Es posible tener acceso a gran parte de las redes sociales siempre que se cuente con la conexión de internet y estas posibilitan divulgar la información más reciente de manera gratuita. Además, como en el caso de Facebook, se reciben comentarios como “Me gusta”, directamente.

Antes de utilizar el Facebook, es necesario definir un gestor de la misma. Tal como en el caso del sitio web, la gestión de la página es más importante que su confección, actualizando constantemente la información más reciente y con respuestas rápidas a los “me gusta” y comentarios.

Al esquematizar el proceso de formulación del plan de promoción, tenemos la siguiente figura (Gráfico 6-2). En primer lugar, es necesario recopilar la información, preparar las herramientas y enviar la información. Posteriormente, se eleva la calidad de las herramientas, a través de la retroalimentación.



Gráfico 6-2: Flujograma de Preparación del Plan de Promoción

3. Participación en Actividades de Promoción

Utilizándose las herramientas de promoción mencionadas arriba, es posible ofrecer nuevos destinos al turista, con la realización eficaz de las actividades. El incremento en el número de visitantes reactiva la actividad económica de la población local y tiene un efecto social al incrementar las oportunidades de empleo.

1) Participación en el Encuentro de CDT's y Pueblos Vivos

Cooperación con el Municipio:

Participaren ferias promocionadas por el municipio y la CORSATUR. Para participar en estos eventos es necesario inscribirse con la firma del alcalde, de manera que es indispensable trabajar en colaboración con el trabajador a cargo de turismo del municipio. Es necesario evaluar las posibilidades del sistema de cooperación.

Evaluación de Pueblos Vivos:

Pueblos Vivos es una de las estrategias de desarrollo turístico regional que es implementada a nivel nacional todos los años por el MITUR/CORSATUR. La población de todo el país vota por el sitio turístico más popular que también es evaluado por jueces, para determinar el orden de popularidad. Es importante considerar cuales fueron los aspectos que recibieron buena evaluación entre los municipios mejores colocados para aprender cuales son las diferencias con las otras regiones.

Apertura para atraer nuevos clientes:

Como es un evento auspiciado por una entidad gubernamental, existe una gran cobertura de los medios de comunicación y es una oportunidad para publicitar y dar a conocer la zona y los productos turísticos a nivel nacional.

Estructuración de una red con otras zonas del país:

El intercambio de opiniones con otras zonas del país interesadas en desarrollo turístico permite compartir conocimientos y experiencias y contribuye para la estructuración de una red nacional. Los viajes de capacitación en el país (cuando realizadas) y las conferencias en el encuentro nacional de CDT, talleres, presentaciones sobre experiencias, eventos de confraternización, etc. permiten el intercambio de opiniones y contribuyen fuertemente para la construcción de una red de manera que es importante buscar activamente el diálogo en esas ocasiones. Buscar activamente oportunidades de performance durante el Encuentro nacional de CDT's. En concreto, se busca la aproximación de las personas, por medio de presentaciones de los municipios y exhibiciones de espectáculos típicos.

2) Divulgación junto a operadores turísticos

Las empresas turísticas de la capital San Salvador atienden a turistas nacionales y extranjeros; por lo tanto, intercambiar opiniones y compartir información con ellas genera oportunidades de desarrollar nuevos productos. Además, es útil para la elaboración de planes de futuras actividades de la zona en el mediano y largo plazo, una vez que ellos poseen un punto de vista diferente y pueden indicar nuevos desarrollos turísticos o aspectos a ser mejorados no percibidos por los actores locales.

En las ferias turísticas nacionales e internacionales están presentes muchos operadores turísticos nacionales y extranjeros en búsqueda de nuevos destinos y nuevos negocios. El CDT, con comentarios persuasivos, al momento del intercambio de tarjetas de presentación y negociaciones concretas, debe construir una red con operadores turísticos nacionales y extranjeros que permita la recepción de visitantes de diversos lugares. Particularmente las operadoras que cuidan de nichos de mercado, aún cuando pequeñas, cuentan con una cartera de clientes que muchas veces repiten los viajes. Así, es importante construir una red con ellos. Se preparan materiales promocionales (sitio web, DVD, brochures) para distribuir durante las ferias turísticas. Realización de tours de caravana al interior y exterior del país por empresas turísticas y personal relacionados con el turismo (actividades de relaciones públicas) y planificación e implementación de fam trips (viajes para invitados) son efectivos. En el Gráfico 6-3, el esquema indica los operadores turísticos nacionales y extranjeros contactados durante la ejecución del Proyecto JICA.



Gráfico 6-3: Operadores Turísticos Nacionales y Extranjeros contactados a través del Proyecto JICA

3) Realización de Fam Trips

Estudios de campo por operadores turísticos:

Implementación de famtrips por el Municipio y CDT, dirigidas a los operadores turísticos. Ellos trabajan directamente con los clientes por lo tanto realizan estudios de campo para verificar si el sitio turístico es adecuado para sus clientes. En esa ocasión, es oportuno crear un espacio que permita el intercambio de opiniones entre los actores locales involucrados en turismo con los operadores turísticos para conocer las necesidades de los turistas, recibir nuevas ideas y escuchar sobre los aspectos que deben ser mejorados. Caso los participantes perciban suficiente capacidad, ellos irán considerar como un nuevo producto atractivo para los clientes y esto causará un efecto inmediato.

Estudio de campo por personal de los medios de comunicación:

Implementación de famtrips por el Municipio y CDT, dirigidas a personal de los medios de comunicación. Ellos no trabajan directamente con los clientes, pero la repercusión de los reportajes en la televisión, revistas y periódicos son significativos. El costo de publicidad pagada en esos medios de comunicación masiva es muy elevado y no son factibles.. Sin embargo, cuando son noticias generadas por esos mismos medios, el grado de credibilidad es elevado y permiten la publicidad y divulgación sin costos para el CDT, por lo que se invita personal de la prensa escrita y la televisión para realizar los viajes, para que en cambio, ellos hagan la divulgación de estos viajes.

4) Participación en ferias de turismo

Participación en ferias turísticas nacionales:

Con la participación en ferias turísticas realizadas dentro del país, el CDT y el municipio pueden elevar el grado de divulgación del sitio turístico a nivel nacional, a través de los comentarios en los medios de comunicación y por la divulgación boca a boca de los

participantes. En general, la población local considera que su región (municipio) es reconocido en todo El Salvador, pero tal como ellos desconocen acerca de otras zonas del país, los pobladores de otras zonas también conocen muy poco acerca de otros lugares. Por lo tanto, bajo esa premisa, la promoción debe ser de impacto, marcando las diferencias regionales. Para la promoción del tour de los manglares, fue realizada una promoción de impacto, cuando se exhibieron fotos de los kayaks y del manglar en el local del evento y las personas que visitaron el puesto pudieron sacar fotos como si efectivamente hubiesen participado del tour.

Evaluar cuidadosamente el impacto para ser causado en los visitantes de las ferias de manera interactiva. A través de la divulgación de “información de manera participativa”, los visitantes podrán interactuar y de esta manera generar un espacio de comunicación entre las partes.

Cooperación con el Municipio:

Para que el CDT participe en ferias turísticas como representante del municipio, la colaboración con la municipalidad es imprescindible. Evaluar concretamente, la ayuda financiera para gastos de viáticos, préstamo de equipos para las exhibiciones, facilidades de transporte, etc. para construir diversos sistemas de apoyo juntamente con la municipalidad que permitan la realización de actividades.

Cooperación con CORSATUR:

En general, las ferias turísticas son auspiciadas por el MITUR y CORSATUR. Así, la coordinación con ellos es indispensable. Es necesario coordinar previamente el tipo de cooperación que se puede recibir, como la participación del personal necesario, arreglos en cuanto a tipo de exhibición y artículos para ser distribuidos, medios de transporte, ayuda financiera para los viáticos, y posibilidades de realización de eventos en la región oriental, etc. y de manera a divulgar información pertinente.

Preparación de la lista de contactos:

Intercambiar tarjetas de presentación a través de la distribución de panfletos y mapas y de esta manera preparar una lista de contactos, para más tarde cultivar estos contactos.

Participación en ferias internacionales:

En algunas ferias internacionales en las cuales participa CORSATUR, también es posible la participación del CDT y municipios, de manera que es necesario coordinar previamente con CORSATUR para solicitar información detallada sobre tales eventos. Caso sea posible la participación, es necesario llevar a cabo las actividades de promoción activamente para mejorar el grado de reconocimiento a nivel nacional e internacional. El idioma utilizado en las herramientas de promoción en exhibición o a ser distribuidas, debe ser el inglés o el idioma nativo. Si la participación se ve dificultada, se le encarga a CORSATUR la distribución de panfletos y exhibición de DVD.

Colaboración con el municipio:

La participación en ferias en el extranjero requiere de un capital bastante elevado, de manera que la colaboración del municipio y de CORSATUR es indispensable, por lo que es necesario evaluar cuidadosamente el sistema de cooperación que sea factible. Es difícil para un municipio participar solo, así que se evaluará también la participación de diversos municipios de manera conjunta.

Preparación de lista de contactos:

Intercambiar tarjetas de presentación a través de la distribución de panfletos y mapas y

de esta manera preparar una lista de contactos, para más tarde cultivar estos contactos.

4. Recomendaciones para la preparación de herramientas promocionales

Con la materialización de reactivación del turismo de la zona en el futuro, para un mayor desarrollo, se recomienda lo siguiente.

1) Recomendaciones en cuanto a las herramientas de promoción

① Divulgación de información bilingüe en español e inglés

Caso incrementa el número de visitantes extranjeros, la divulgación de información solamente en español puede ser un impedimento para atraer más turistas, por lo tanto la divulgación de la información debe ser bilingüe, en español e inglés.

② Confección de tarjetas de presentación y distribución

Las tarjetas de presentación son un medio importante para conectar personas. No es necesario distribuirlas indiscriminadamente pero es importante intercambiar tarjetas con operadores turísticos durante la participación en ferias y así, confeccionar una lista de contactos. Con base a esta lista será posible no solamente transmitir información actualizada unilateralmente, pero posibilita la recepción y transmisión de información de manera recíproca.

③ Financiación para la reimpresión de mapas y panfletos turísticos

Juntamente con el incremento en el número de visitantes, será necesario reimprimir los mapas y panfletos. Considerando la comodidad del turista, es deseable divulgar la información más actualizada, sin embargo, esto requiere de capital. Evaluar formas de coleccionar un pago por publicidad incluida en los mapas y panfletos para obtener fondos para la reimpresión de los mismos.

Caso se requiera cobrar por la publicidad es necesario coordinar con el municipio y CORSATUR para discutir sobre la inclusión del logotipo de los mismos.

2) Recomendaciones en cuanto a actividades de promoción

① Promoción dirigida a los 6 CAT's a nivel nacional

Realizar actividades de promoción en los 6 CAT's regionales (Centro de Amigos del Turista). El intercambio de opiniones con zonas turísticas de otros tipos permite compartir experiencias y se buscará el intercambio de turistas entre los CAT's.

Cooperación con los encargados de turismo de cada municipio para preparar una presentación de material promocional. Intercambiar opiniones en cuanto al suministro de fotos y datos, financiación, etc. para la revitalización turística de la zona con la participación de todos los actores locales.

Actualmente el CAT se encuentra bajo la jurisdicción de la CORSATUR y se requiere discutir con esta sobre la provisión de medios de transporte, ayuda financiera, préstamo de local, etc.

② Realización de la feria turística en el golfo de Fonseca

La recepción de turistas de países vecinos es un tema importante para la atracción de turistas extranjeros. Para tanto, es recomendable la realización de un evento entre todos los países cercanos (El Salvador, Nicaragua y Honduras). La capacitación en terceros países fue llevada a cabo en Honduras y Nicaragua dentro del Proyecto JICA, de manera

que CORSATUR ya tiene construida una red con los actores relacionados con turismo de ambos países, por lo que se puede utilizar esta red. Evaluar la realización de una feria turística del golfo de Fonseca organizada por CORSATUR, con el apoyo del CDT, y efectuar contacto con los respectivos Ministerios de Turismo para llevar a cabo una feria turística itinerante en estos 3 países.

El evento no debería limitarse a la promoción turística y es recomendable la participación de empresarios turísticos y personas relacionadas con el medio ambiente y educación para discutir acerca del desarrollo turístico sostenible del golfo de Fonseca, que deberá ser un importante recurso turístico para la región.

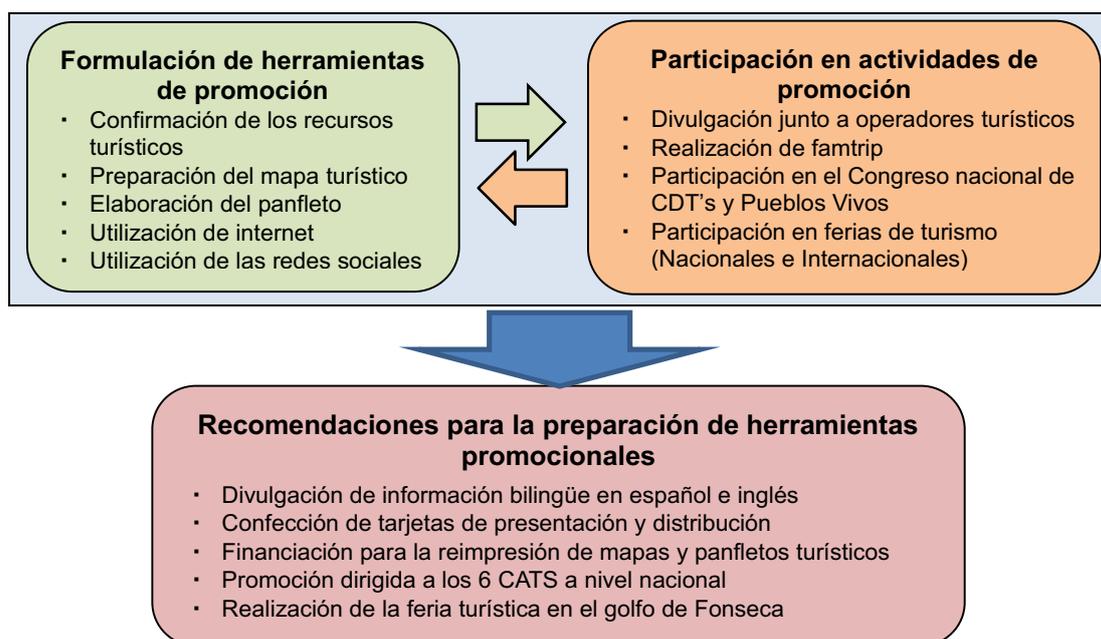


Gráfico 6-4: Recomendaciones para las Actividades de Promoción

5. Promoción de los Recursos Turísticos de los Municipios

A través del presente proyecto, el CDT y los municipios comienzan a entender que ellos también cuentan con recursos que pueden ser transformados en recursos turísticos. Es necesario el acondicionamiento para que en adelante, el CDT pueda promover estos recursos turísticos juntamente con el municipio. El acondicionamiento de infraestructura debe darse simultáneamente con capacitaciones como de guías, para efectuar actividades de promoción y “dar a conocer nuestra región”. Con la realización continuada de las actividades enumeradas de 1 a 4 que se indican a seguir, es posible transformar los diversos recursos existentes en recursos turísticos. (Gráfico 6-5)

1) Identificación de los recursos turísticos

Ver el método de identificación de recursos turísticos en [IV.3. 2) Identificación de recursos turísticos (Elaboración de mapas de recursos turísticos).

2) Actividad de promoción hacia la población local (sensibilización)

Existen muchos casos en que sitios que no significan nada para la población local pueden transformarse en recursos turísticos, por lo tanto, para que los turistas también puedan

disfrutar de los potenciales recursos turísticos reconocidos en , es necesario que el poblador local también lo reconozca como tal, para cuidarlo y cultivarlo. Para eso, es necesario implementar por ejemplo, acciones de limpieza por medio de actividades de sensibilización.

En primer lugar se realiza la promoción junto a la población local, aprovechando la experiencia del proyecto piloto de educación ambiental y turística implementado en el municipio de Pasaquina.

3) Preparación de herramientas de promoción

Preparación de herramientas de promoción para divulgar el municipio como zona turística. Elaborar el “Mapa Turístico” con la experiencia del proyecto piloto implementado en los municipios de La Unión, Santa Rosa de Lima y Conchagua. El CDT regional cuenta con un “Comité de mapas turísticos” y ellos conocen el proceso de elaboración de mapas turísticos. Preparar el mapa turístico de cada municipio, con el apoyo de este. Los detalles para la elaboración del mapa turístico se encuentran en el manual de procedimientos “Proyecto Piloto de Mapas Turísticos”.

4) Participación en Pueblos Vivos y Encuentros de CDT

Ver 3. 1) Participación en Actividades de Promoción.



Gráfico 6-5: Promoción de Recursos Turísticos de los Municipios

6. Cronograma

Es importante llevar a cabo las actividades de promoción y mercadeo considerando que estas se realizan dentro de un plazo relativamente largo, por lo tanto, la figura abajo (Gráfico 6-6) es un ejemplo de cómo debe ser la planificación para un periodo de 10 años, a partir de ahora (2013-2023).

Los cambios de tendencia en el turismo se dan rápidamente, de manera que se evalúa para un periodo de tiempo de 10 años.

1) Preparación de herramientas de promoción

Elaboración del mapa y panfleto turístico:

El número de ejemplares de mapas y panfletos turísticos deben ser revisados a cada reimpresión, según la información a ser actualizada y el incremento de número de turistas. Es recomendable verificar el contenido de la información más de una vez al año, según la relación de números distribuidos y números necesarios. Para cada reimpresión, es necesario convocar a una reunión de comité evaluador del CDT para revisar la información contenida, la colecta de nuevos datos, modificación del diseño, inclusión de publicidad, colecta del pago sobre publicidad, etc.

Gestión del Sitio Web (redes sociales):

Para un sitio web, su gestión es más importante que su creación porque requiere ser actualizado constantemente y se debe contestar cuidadosamente los comentarios de los visitantes del sitio. Es necesario nombrar un responsable que pueda actualizarla más de una vez al día.

2) Participación en actividades de promoción

Divulgación junto a otros CAT regionales, operadores turísticos, etc.:

Es recomendable realizar actividades de promoción junto a otros CAT regionales y operadores turísticos de forma periódica, por lo menos una vez al año. Caso incrementa el número de visitantes y aumente el grado de visibilidad de la región, esa actividad debe ser aún más cuidadosa y se recomienda que sea realizada una vez a cada 6 a 3 meses.

Promoción y Participación en Ferias Nacionales y Pueblos Vivos:

La feria turística nacional y Pueblos Vivos se realizan una vez al año y se recomienda la participación en las mismas, también para dar continuidad a la red ya estructurada. Estas ferias turísticas tienen lugar en épocas definidas lo que facilita la planificación del cronograma y el plan para las oportunidades de promoción. En este espacio participan diversas personas involucradas con turismo, generando un entorno propicio para la promoción del CDT y el municipio.

Realización de Fam trips y Participación y Promoción en Ferias Internacionales:

La participación en estos eventos requiere de mucho capital de manera que se recomienda participar a cada dos años con financiación propia. Caso se obtenga apoyo del municipio o de CORSATUR, no hay esta limitación y es posible participar una vez al año, de manera que se puede consolidar la red de contactos construida a partir de las diversas oportunidades.

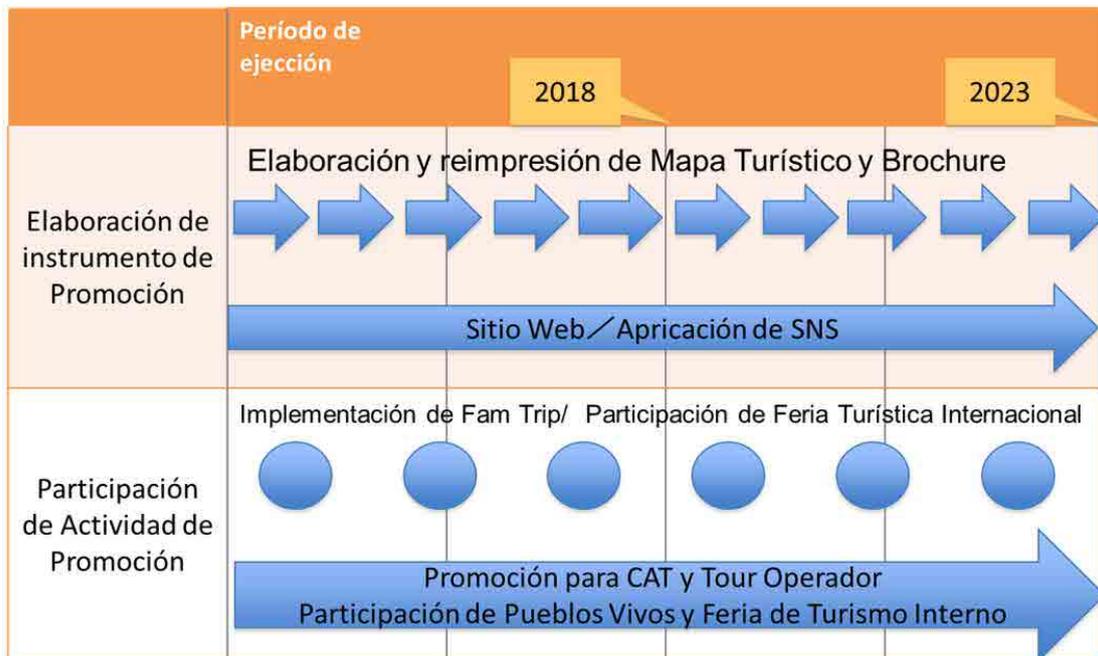


Gráfico 6-6: Cronograma de Actividades de Promoción y Mercadeo actual

VII. Retroalimentación

El presente Modelo de Actividades está elaborado con base a los resultados de las actividades llevadas a cabo por el “Proyecto para el Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural en la Región Oriental de El Salvador”, implementado en la región oriental de El Salvador durante el periodo de agosto de 2010 a junio de 2013, siendo entidad contraparte el MITUR/CORSATUR.

Los proyectos piloto implementados ya fueron transferidos al CAT La Unión y respectivos CDT's y en adelante pasarán a ser monitoreados por la oficina del CAT, para cuando se obtengan nuevos conocimientos, estos sean utilizados para retroalimentar este Modelo de Actividades.

A seguir, se mencionan los puntos principales en cuanto a la retroalimentación.

1. Normativa internas del Comité/Asociación de Desarrollo Turístico y Plan de Actividades Anual

Las actividades del CDT/ADT deberán estar condensadas en el Normativa interna.

Gran parte de los CDT's/ADT's están conformados por algunos trabajadores de las municipalidades y algunas personas del sector privado y el número de miembros es bastante pequeño, oscilando alrededor de 10 personas y en realidad, no se llevan a cabo muchas actividades. Un gran número de miembros abandonan y algunos CDT están a punto de desaparecer. Sin actividad, no existe material para retroalimentación.

Las circunstancias para la creación de los CDT's en los 13 municipios del golfo de Fonseca, fueron el resultado del apoyo de un proyecto del exterior. Lo mismo se puede decir de la elaboración de la normativa interna. Se espera que el CDT sea creado naturalmente a partir de la sensibilización dentro del propio municipio acerca de su necesidad, y dentro de las realizaciones cotidianas del CDT, evaluar los contenidos de los proyectos, considerando las características del municipio y así elaborar la normativa interna.

En adelante, es importante congregarse en el CDT, miembros que realmente se interesan por el turismo para así ir ampliando el campo de acción de actividades turísticas dentro de cada municipio. A través de estas actividades, se irá consolidando el formato para la elaboración y modificación de la normativa interna y el plan de actividades anual. CORSATUR debe ordenar estos ejemplos para retroalimentar el contenido de la normativa interna de este Modelo de Actividades.

2. Formulación del Concepto de Desarrollo Turístico

Diseñar la visión de desarrollo turístico futuro del municipio es bastante eficaz como una forma de fortalecimiento institucional. Con la continuidad de este tipo de actividades, se espera que sea posible formular un [Concepto de Desarrollo Turístico] que sea de reconocimiento común por todo el municipio.

El CORSATUR/CAT deberá recopilar estos ejemplos para buscar métodos de apoyo para el desarrollo turístico de los municipios y al mismo tiempo, crear alianzas entre municipios vecinos para evaluar métodos de desarrollo turístico en áreas más extendidas; a su vez, estos resultados deben ser retroalimentados dentro de la formulación del concepto del presente modelo, particularmente en la [Selección de proyectos de desarrollo turístico].

3. Difusión Eficiente del Modelo de Actividades

El área de jurisdicción de la CORSATUR/CAT es bastante amplia para la difusión presente del

modelo de actividades y existen limitaciones en cuanto a medios de acceso por lo que existe una tendencia de aislamiento de los municipios y CDT's más alejados.

En adelante, es importante realizar regularmente reuniones que congreguen a todos los CDT's bajo la jurisdicción de la oficina del CAT. Además, se debe realizar un esfuerzo para promover la participación en el Encuentro Nacional de CDT dirigido a todos los CDT's del país y en Pueblos Vivos, dirigido a los municipios, para lograr una difusión más eficiente.

4. Ciclo de la retroalimentación

Es posible obtener material para retroalimentación a través de las actividades cotidianas de cada CDT y las actividades de la CORSATUR/CAT que prestan apoyo y monitorean estas y también por el intercambio de información entre las oficinas del CAT y la CORSATUR y las diferentes oficinas del CAT. La CORSATUR debe recopilar y organizar estas para presentar el [Modelo de Actividades] revisado para todos los CDT's. La meta para la revisión del presente modelo es de 2 años. A seguir, se muestra el esquema del ciclo de retroalimentación (Gráfico 7-1).



Gráfico 7-1: Ciclo de la retroalimentación

ANEXOS

- ANEXO 1 Ejemplo de Normativa Interna
- ANEXO 2 Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental
- ANEXO 3 Manual de Procedimiento de las Capacitaciones
- ANEXO 4 Ejemplos de Proyectos de Desarrollo Turístico
- ANEXO 5 Diagrama Flujo de la Selección de los Proyectos Piloto
- ANEXO 6 Manual de Procedimiento de los Proyectos Piloto
 - A. Mapa Turístico
 - B. Señalización Turística
 - C. Educación Turística y Ambiental
 - D. Tour de los Manglares
 - E. Tour a las Islas (Manual de desarrollo de tours en áreas costeras con participación de pescadores artesanales y sus familias)

ANEXO 1 Ejemplo de Normativa Interna

Ejemplo de Normativa Interna

Normativa Interna del Comité de Desarrollo Turístico del Municipio de XXXXX	
(Creación: dd/mm/aa) (Modificado en: dd/mm/aa)	
Capítulo 1 - Reglas Generales	
Artículo 1.- La presente Normativa tiene como objeto establecer las normas y procedimientos generales para la organización y el funcionamiento del Comité.	
Artículo 2.- Quedan sometidas a esta Normativa todas las personas de carácter asociado al Comité.	
Artículo 3.- Los asociados que incumplan con las normas de esta normativa se someterán a las sanciones tales como amonestación, suspensión y exclusión.	
Capítulo 2 – Identidad, Finalidad y Proyectos	
(Denominación)	
Artículo 4.- Este comité será denominado Comité de Desarrollo Turístico del Municipio de XXXX (en adelante, Asociación).	
(Oficinas)	
Artículo 5.- La oficina del Comité será establecida en la gerencia de XXXX de la alcaldía de YYYY.	
(Finalidad)	
Artículo 6.- El comité tiene como finalidad promover proyectos turísticos centrados en el municipio de XXXX y promover el desarrollo de la cultura y actividades económicas locales.	
(Proyectos)	
Artículo 7.- Para lograr la finalidad del artículo anterior, serán realizados proyectos cuyo contenido se describen a seguir.	
(1) Introducción y divulgación de localidades turísticas y la captación de turistas.	
(2) Mejoramiento y conservación de instalaciones turísticas.	
(3) Desarrollo de la conservación de los recursos turísticos.	
(4) Difusión de sensibilización turística.	
(5) Producción de Artesanías, introducción y divulgación de los mismos.	
(6) Organización y participación en diversos eventos turísticos.	
(7) Recopilación y transmisión de información relacionada con proyectos turísticos.	
(8) Comunicación con otras representaciones gremiales de turismo	
(9) Estudios de investigación sobre temas turísticos.	
(10) Otros ítems necesarios para el logro de la finalidad del Comité.	
Capítulo 3 – Miembros	
(Miembros)	
Artículo 8.- El Comité estará conformado por personas naturales, jurídicas y agremiaciones que están de acuerdo con la finalidad mencionada en el Artículo 3 arriba.	
(Membrecía)	
Artículo 9.- Pueden ser miembros del comité todas aquellas personas que así lo soliciten al Presidente del Comité.	
(Renuncia)	
Artículo 10.- Los miembros que desean retirarse pueden hacerlo por medio de una solicitud al Presidente, al final del año fiscal.	
(Destitución)	
Artículo 11.- Cuando un miembro realiza acciones contrarias a los principios de la creación del comité, este puede ser destituido, en Asamblea General con la anuencia de 2/3 de los miembros presentes.	
2. Se tomaran como faltas para destitución de los miembros de Junta Directiva:	
(a) Faltar injustificadamente 3 veces a las reuniones ordinarias establecidas bajo la normativa interna (Art 21-22).	
(b) Sustraer sin la correspondiente autorización por escrito, documentos y fondos del comité.	
(c) No cumplir con las funciones del cargo asignado dentro de la Junta Directiva.	
(d) Incumplimiento grave de los estatutos y de la presente normativa, a criterio de la Junta Directiva.	
(e) Cuando su conducta vaya contra los principio sociales o dañen gravemente la imagen del comité.	

3. Durante el proceso de destitución del miembro, este debe ser notificado anticipadamente y al mismo tiempo, se le dará el derecho de defensa durante la realización de la Asamblea que se llevará a cabo para discutir su destitución.
Capítulo 4.- Derecho y Deberes de los Socios.
(Derechos)
Artículo 12. Los socios tendrán los siguiente Derechos en el comité:
2. Participar en las actividades y actos sociales del comité.
3. Asistir con voz y voto a las Asambleas generales, pudiendo delegar su voto, conforme a las normas establecidas al efecto por la Junta Directiva.
3. Elegir y ser elegido.
4. Poseer un ejemplar de la presente normativa interna.
5. Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos del comité.
6. solicitar, mediante petición razonada, el acceso a la documentación interna del comité.
(Obligaciones)
Artículo 13. Los socios tendrán las siguientes obligaciones.
2. Cumplir los preceptos q marquen la presente normativa, así como los acuerdos adoptados por los órganos del comité.
3. Abonar las cuotas que se determinen en tiempo y forma.
4. Cooperar en el desarrollo del trabajo del comité y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.
5. Desempeñar las funciones que les sean encomendado por la Junta Directiva para a buena marcha del comité.
Capítulo 5.- Cargos Directivos y Atribuciones
(Cargos Directivos)
Artículo 14.- El comité será conformado por los siguientes directivos.
(1) 1 Presidente
(2) 1 Vice-presidente
(3) 1 Secretario
(4) 1 Tesorero
(5) 1 Síndico
(6) 5 Vocales
(Selección de los directivos)
Artículo 15.- El Presidente y Vice-presidente serán nominados en la reunión de Junta Directiva para ser aprobados durante la Asamblea General.
2. El secretario, el tesorero, el síndico y los vocales serán nominados entre los miembros presentes en la Asamblea General.
(Periodo del mandato)
Artículo 16.- El periodo del mandato de los directivos es de 2 años. Sin embargo, se permite la reelección.
2. El periodo de mandato de los suplentes corresponderá al periodo remanente de los titulares.
3. Aún cuando terminado el mandato, los directivos deberán cumplir con sus atribuciones hasta la toma de posesión de los sucesores.
(Atribuciones de los directivos)
Artículo 17.- El Presidente en la calidad de representante del comité, deberá coordinar los trabajos de la misma.
2. El Vice-presidente deberá apoyar al Presidente; y en la ocurrencia de imprevistos con el Presidente, deberá cumplir con las funciones de este.
3. El secretario deberá apoyar al Presidente y el vice-presidente y en ocurrencia de imprevistos con el Presidente y el Vice-presidente, deberá cumplir con sus funciones.
4. El tesorero deberá ser responsable por la contabilidad del comité.
5. El síndico irá fiscalizar la contabilidad del comité.
6. Los vocales irán conformar el directorio e irán definir las acciones del Comité.
Capítulo 6 - Cargos Honorarios
(Presidente Honorario)
Artículo 18.- El Comité contará con un Presidente Honorario. Este podrá ser el alcalde del municipio de XXX.
(Consejeros y Asesores)
Artículo 19.- Serán nombrados consejeros y asesores, según las necesidades de la Asociación.

2. Los consejeros y asesores podrán ser comisionados por el Presidente, una vez aprobados por la Junta Directiva.
Capítulo 7 – Reuniones
(Reuniones)
Artículo 20.- Las reuniones realizadas por el Comité podrán ser Asambleas Generales, y Reuniones de Junta Directiva, convocadas por el Presidente, en las cuales este actuará como moderador.
2. Las resoluciones de las reuniones serán definidas por la mayoría de los presentes, y en caso de empate, la definición estará a cargo del moderador.
(Asamblea)
Artículo 21.- Las Asambleas podrán ser Ordinarias o Extraordinarias.
2. Las Asambleas Ordinarias serán realizadas una vez al año, dentro de los dos meses siguientes al término del año fiscal.
3. Las Asambleas Generales Extraordinarias serán convocadas cuando el Presidente o la Junta Directiva así lo consideren necesarias o por solicitud de más de 1/5 de los miembros del comité.
4. Los temas a ser tratados en las asambleas se enumeran a seguir
(1) Planes y presupuesto de proyectos
(2) Informes y balances de proyectos
(3) Selección y aprobación de miembros.
(4) Modificaciones de la normativa.
(5) Otros, considerados necesarios por Junta Directiva.
5. Las resoluciones de la Asamblea General serán definidas con la aprobación de la mayoría presente; en caso de empate, la decisión estará a cargo del moderador.
(Reunión de Junta Directiva)
Artículo 22.- Las reuniones de Junta Directiva conformadas por el Presidente, Vice-presidente, secretario, tesorero, síndico y vocales serán realizadas antes de la Asamblea General o según las necesidades (ordinarias y extraordinarias).
2. Las reuniones ordinarias serán realizadas una vez al ////////// (mes- semana), dentro de los dos meses siguientes al término del año fiscal.
3. Las reuniones extraordinarias serán convocadas cuando el Presidente o la Junta Directiva así lo consideren necesarias, según las necesidades de las actividades propuestas en el Art. 4.
4. Los temas a ser tratados en las reuniones de Junta Directiva serán los siguientes.
(1) Temas a ser propuestos en la Asamblea General
(2) Selección o nombramiento de directivos y miembros honorarios
(3) Fomento de proyectos mencionados en el Artículo 4
Capítulo 8 – Contabilidad
(Gastos)
Artículo 23.- Los gastos del Comité serán cubiertos con las contribuciones de los miembros, subsidios, donaciones y otros ingresos.
(Año contable)
Artículo 24.- El año contable del Comité tendrá inicio todos los años el 1 de enero para finalizar el 31 de diciembre del año siguiente.
(Pago de anualidades)
Artículo 25.- Las anualidades de membresía deberán ser establecidos en la Asamblea General, y ser colectadas hasta la fecha determinada.
2. El pago de membresía será ////////// y serán recaudadas cada ////////// de mes.
3. El presidente honorario no necesita efectuar el pago de la anualidad.
4. El derecho a voto estará condicionado a tener abonado las cuotas correspondientes.
(Devolución de contribuciones)
Artículo 26.- Las contribuciones y pagos de anualidades realizadas por los miembros no serán devueltas, sin importar la razones.
Capítulo 9.- Normas Complementarias
(Modificaciones de este reglamento)

Artículo 27.- La normativa podrá ser modificada en Asambleas Generales con la aprobación de 2/3 de los miembros presentes.
(Traslado a responsabilidad)
Artículo 28.- Además de las disposiciones establecidas en esta Normativa, otros temas requeridos para la gestión del comité serán determinados por el Presidente separadamente.
Cláusula Adicional
Esta Normativa entrará en vigencia a partir del día XXX de XXX de XXXX.
Cláusula Adicional
Las modificaciones parciales de esta Normativa entrarán en vigencia a partir del día XXX de XXX de XXX

ANEXO 2 Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental

Borrador del Concepto de Desarrollo para el Turismo en la Región Oriental

Borrador del Concepto de Desarrollo para el turismo en la Región Oriental

1. Objetivo

Atraer turistas nacionales y extranjeros hacia la Región Oriental mediante el Desarrollo de Turismo Comunitario utilizando los recursos locales.

2. Marco básico de la línea guía

- 1) Basado principalmente en el “Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca”, el “Plan Nacional de Turismo 2020” y el “Estudio de Desarrollo Económico de la Región Oriental”.
- 2) Respetar las opiniones de los residentes en los talleres.
- 3) Colaborar con la Estrategia Básica del Turismo de MITUR/CORSATUR (Pueblos Vivos y CDT).
- 4) Adaptar los precedentes de las estrategias de desarrollo turístico avanzado del interior de El Salvador en la zona de actuación de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca.

3. Borrador

1) Fortalecimiento de la Competitividad.

Para la atracción de los turistas es necesario la generación de demanda turística mediante los Productos Turísticos Atractivos y los Destinos Turísticos Competitivos a nivel nacional e internacional.

a. Formación y Fortalecimiento de la Competitividad a nivel nacional.

Formar y fortalecer la competitividad a nivel nacional mediante los productos turísticos y rutas turísticas especiales del lugar, tomando como referencia las regiones de turismo avanzado del interior del país.

Formación de zonas turísticas con competitividad a nivel nacional.

Elaboración de Productos Turísticos que sean Competitivos (Comidas, artesanías, eventos, etc.).

Cooperación con Pueblo Vivos.

Tomar en cuenta las experiencias exitosas y fracasos del interior del país.

Atraer turistas de las grandes ciudades cercanas del país (San Salvador / San Miguel).

Cooperación con las zonas turísticas cercanas (Morazán / Usulután).

Comité de Seguridad.

Coordinación interinstitucional.

b. Formación y Fortalecimiento de la Competitividad a nivel internacional.

Se tomará acción prioritaria hacia la formación y fortalecimiento de la competitividad a nivel nacional en la Región Oriental, pero además se tomará acción hacia la atracción de turistas del extranjero. Respecto a la acción hacia los países vecinos, los mercados prioritarios serían Honduras y Nicaragua, por la situación geográfica.

Elaboración de Rutas Turísticas y Productos Turísticos que sean Competitivos a nivel internacional.

Formación de Zonas Turísticas atractivas y con Competitividad a nivel internacional.

I. Zonas Turísticas amigables a los extranjeros.

II. Zonas Turísticas atractivas a los extranjeros.

Fortalecimiento del reconocimiento de las zonas turísticas.

I. Tomando acción en cada municipalidad (CDT).

II. Tomando acción en la Región.

Prestación de Servicios con normas internacionales (Hospedajes, Restaurantes, Comunidad).

- ⑤ Actividades agresivas para atraer inversión mediante la colaboración público-privada.
- c. Establecimiento de una Marca Regional del Golfo de Fonseca.
Para que se repitan las visitas de los turistas y aumenten los días de estancia, es necesario tomar acción en la región. El objetivo es establecer la imagen de la región.
 - ① Desarrollo de nuevos productos turísticos como Rutas Turísticas recomendadas y otros.
 - ② Adquisición de una imagen de marca (Logo y slogan).
 - ③ Implementación de actividades conjuntas de Mercadeo.
 - ④ Establecimiento del Comité de Turismo de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca.

2) Mejoramiento de la organización y conciencia de la población regional para elevar la competitividad.

La fuente de la competitividad es la alta conciencia hacia el turismo de la población regional, por lo que su organización es una condición necesaria para ello. Fortalecer la organización mediante la colaboración del MITUR/CORSATUR.

- a. Establecimiento y mantenimiento de los CDT's de cada municipio.
Establecer los CDT's en todas y cada una de las ciudades y tomar acción para su legalización. El establecimiento del CDT es una condición necesaria para poder participar en Pueblo Vivos.
- b. Fortalecimiento de la cooperación público-privada.
La cooperación público-privada es una condición necesaria para el fortalecimiento de la competitividad, y hay que promover la participación activa hacia los CDT's de los municipios. Además, hay que promover el fortalecimiento para orientar el Desarrollo Turístico de las instituciones públicas hacia el sector privado.
- c. Mejoramiento de la conciencia de participación de las Comunidades de los 13 municipios hacia el turismo.

El alto porcentaje de participación de la comunidad hacia el turismo y la alta conciencia, es la fuente de la hospitalidad hacia los turistas. Se tomará acción para el mejoramiento de la conciencia de participación, mediante el reconocimiento de la eficacia que aporta el turista (Cultura Turística).

3) Armonía entre el Desarrollo Turístico y la Conservación del Medio Ambiente y la Cultura.

- a. Mantenimiento del Medio Ambiente de las Zonas Turísticas (Limpieza).
Los requerimientos importantes de muchos turistas de las zonas turísticas son seguridad y limpieza (higiene). Se podría decir que una zona turística limpia es una condición indispensable para la atracción de turistas. Es necesaria la promoción del movimiento de la población hacia la conservación del medio ambiente de las zonas turísticas.
- b. Promoción del Ecoturismo.
El Ecoturismo desarrolla los Productos Turísticos utilizando la naturaleza, además se promueve la Conservación Sostenible del Medio Ambiente y la Cultura.

4) Cooperación con el Programa de Desarrollo Económico de la Región Oriental.

- a. Cooperación con el Puerto de La Unión.
 - ① Atracción de Cruceros.
 - ② Uso turístico del Puerto.
- b. MEGATEC LA Unión
 - ① Participación de los estudiantes hacia los Proyectos Piloto.
 - ② Uso de las instalaciones (Alimentos y Artesanías)
 - ③ Solicitud de envío de Profesores.

ANEXO 3 Manual de Procedimiento de las Capacitaciones

Manual de Procedimiento de las Capacitaciones

Introducción

Necesidad de las capacitaciones (antecedentes):

El fortalecimiento del sector turismo es una de las estrategias nacionales de El Salvador, y se busca su consolidación. El crecimiento del sector turismo se relaciona con la atracción de turistas, que pueden ser una fuente de divisas extranjeras y de esta manera se busca causar un efecto multiplicador en la economía nacional y también traer beneficios para la población local. Para que esto se materialice es necesario desarrollar e instalar infraestructura relacionada, pero también igualmente es necesario que la población entienda que es el turismo y formar recursos humanos locales para trabajar en el sector turismo.

Por lo tanto, los actores locales deben analizar las preferencias de los turistas y de esta manera adquirir conocimientos y técnicas relacionadas con el turismo para elevar los servicios turísticos, desarrollar productos turísticos etc.

Sin embargo, en El Salvador, particularmente en gran parte de las comunidades de la región oriental, pocas personas se dedican al sector turismo y aún cuando lo hacen los servicios y productos que se ofrecen no son satisfactorios para los turistas. Una de las causas que se podría señalar es la falta de recursos y el número reducido de entidades o instituciones de formación profesional para el sector, pero otro factor importante es la falta de interés de la población con relación al sector turismo y el bajo nivel de conocimientos y técnicas relacionadas con servicios y desarrollo de productos.

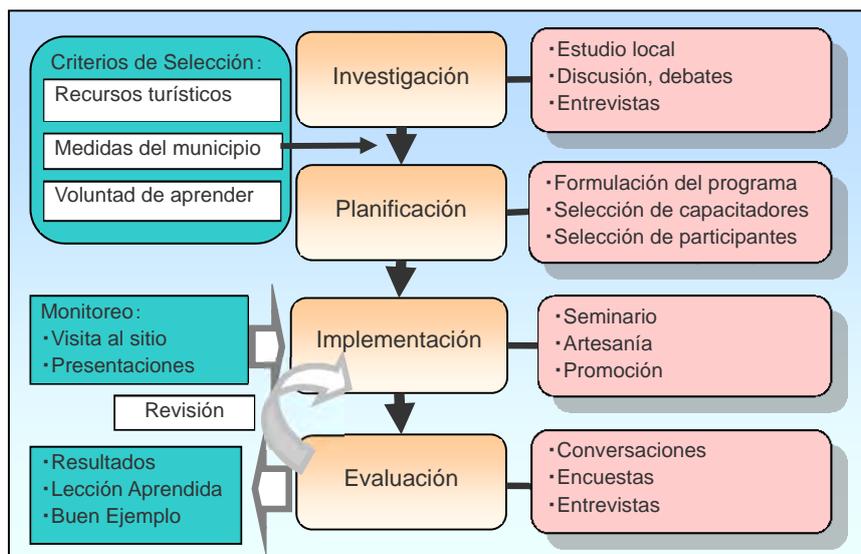
Para desarrollar el sector turismo, es importante lograr que la población local se interese por el turismo y al mismo tiempo, obtener conocimientos y técnicas relacionadas con el turismo para poder brindar servicios y productos que sean satisfactorios para el turista.

Objetivo y uso del manual de procedimientos:

- (1) Este manual de procedimientos es una recopilación de los resultados de las capacitaciones que fueron realizadas en el marco del proyecto de JICA (Proyecto para el Fortalecimiento de las Capacidades para el Desarrollo del Turismo Rural en la Región Oriental de El Salvador) dirigidas a los 13 municipios del Golfo de Fonseca, y fue preparado como un manual de método de implementación de capacitaciones, con base en los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas en el proceso.
- (2) Las capacitaciones que fueron implementadas de manera participativa, causando efectos tanto para el CDT como para los actores locales (municipalidad, empresarios, comerciantes y habitantes en general). En concreto, fue posible elevar el interés y atención hacia el turismo y la obtención de ingresos a través de la producción de artesanía. Estas pueden ser aplicadas para los 4 departamentos de la región oriental.
- (3) Este manual es dirigido a los CDT's y actores locales, para ser utilizado por los CAT's de la Zona Oriental, responsables de los 4 departamentos de la región oriental.

Contenido y flujograma de la capacitación:

El contenido de las capacitaciones y el flujograma se muestran en la siguiente figura. Los procedimientos de la capacitación inician desde la investigación, planificación, implementación y después de monitoreo se realiza evaluación. En la etapa de planificación, se formula el programa y selección de capacitadores y participantes adecuados a cada capacitación.



CAPITULO 1 Investigación

1.1 Investigación

1.1.1 Investigación de Recursos Turísticos

La meta de la investigación es la corrección de información acerca de recursos turísticos a través de la clasificación de los recursos turísticos en los municipios.

Por lo tanto, con respecto a la capacitación, se necesita la información de los recursos turísticos para que persistentemente se desarrolle turismo en los municipios. En otros términos se requiere investigar cual recursos turísticos existen en los municipios para implementar las capacitaciones.

Se observan abajo maneras de la investigación de recursos turísticos.

- Visita y observación local
- Entrevista a locales
- Estudios de los documentos

Como los que requieren atención, hay diferencia de valores en recursos turísticos entre implementadores y locales. Los recursos turísticos que locales piensan y los que implementadores piensan no necesariamente son iguales. En este caso, es mejor que visitemos en conjuntos a los municipios y observemos los recursos.

Ejemplo de investigación de recursos turísticos se observa abajo.

Investigación de recursos turísticos

Municipios	Recursos Turísticos	Categoría
Municipio X	•Playa •Volcán	Recursos Turísticos de la Naturaleza
Municipio X	•Petrograbado •Baile/Danza	Recursos Turísticos Culturales

1.1.2 Análisis de problema que tienen los municipios

Para decidir cual capacitación se implementa, es importante un análisis de los problemas que los municipios tienen. Las capacitaciones deben ser lo que contribuye a solucionar el problema.

Como manera del análisis, entrevista es mejor para obtener información concreta.

- Objeto de entrevista - Miembro de los CDT's, alcaldes, proveedor relacionado con turismo.

Artículos de pregunta básica para obtener información necesaria para implementación de la capacitación son los que se observan abajo.

- ¿Cual es problema del municipio?
- ¿Cual es problema que el municipio ha intentado solucionar?
- ¿Qué producto turístico existe?
- ¿Qué capacitaciones han recibido?
- ¿Qué capacitación necesita recibir? (no necesariamente preguntar)
- ¿Después de las capacitaciones, que intenten trabajar para desarrollar turismo del municipio?

1.1.3 Análisis de necesidad de las capacitaciones

Después de la investigación de los recursos turísticos y análisis de problema del municipio, se implementa análisis de necesidad de las capacitaciones.

Es importante confirmar que las capacitaciones seleccionadas sean necesarias y de beneficios para los participantes. Entre algunas maneras de confirmación del análisis de necesidad, se observan abajo.

- Que se utilicen recursos turísticos
- Que las capacitaciones sean medidas para solucionar problema acerca de desarrollo turístico del municipio.
- Que los participantes estén interesados a recibir capacitaciones seleccionadas.

Análisis de necesidades de las capacitaciones

Municipios	Recursos Turísticos	Problema del Municipios	Capacitación necesaria
Municipio X			

Ejemplo de análisis de necesidades para capacitación se observa abajo.

Municipio	Recursos Turísticos	Problema del Municipio	Capacitación Necesitaria
Municipio X	Jícara	<ul style="list-style-type: none">• Hay mucho jícara en el municipio pero no se utilicen.• No hay producto turístico• Pocos ingresos para las comunidades	Capacitaciones para artesanía utilizando Jícara

De esta manera, se confirma que los recursos turísticos se están utilizando y las capacitaciones son una de las medidas para solucionar los problemas. Al mismo tiempo, se confirma que los participantes tienen interés y gana de aprender en la capacitación.

CAPITULO 2 Planificación

1.2 Planificación

2.1.1 Formulación del Programa de las Capacitaciones

- Decidir el objetivo, contenido, periodo y lugares de las capacitaciones.
- Confirmar cual es el recurso turístico del municipio y que las capacitaciones seleccionadas utilicen los recursos turísticos.
- Decidir el objetivo de las capacitaciones concretamente. Además, se consideran los días (duración) de las capacitaciones necesarias para alcanzar el objetivo y que los participantes obtengan las técnicas profundamente.

Programa de las capacitaciones

No	Capacitación	Lugares	Objetivos	Contenidos	Producto esperado	Días / Duración
1	Capacitación X					
2	Capacitación X					
3	Capacitación X					
4	Capacitación X					
5	Capacitación X					

2.1.2 Formulación y Preparación de Materiales

El texto básicamente se formula desde la propuesta del capacitador. Sin embargo, el texto que el capacitador formula no necesariamente está de acuerdo en el objetivo y contenidos que originalmente se alcanzaran en la capacitación, por lo tanto el texto apropiadamente se revisa. En particular, se presta atención a los puntos siguientes.

- Se incluye punto de vista de desarrollo turístico.
- El texto está de acuerdo en el objetivo de la capacitación y el contenido esta suficiente para obtener resultado.
- El contenido del texto esta fácil a entender para participantes.
- En taller, el texto incluye la explicación de cuadros y figuras para que los participantes los llenen adecuadamente.

2.1.3 Consideración de Diseño de las Artesanías

La Planificación y decisión del diseño es el más importante para la capacitación de artesanía, ya que después que ha comenzado la capacitación sería difícil cambiar el diseño.

Básicamente, el capacitador considera el diseño. Sin embargo, el capacitador y los participantes no necesariamente conocen el diseño favorable a turistas. Por lo tanto, es necesario que los técnicos del CAT el cual tienen conocimiento en turismo consideren y decidan el diseño antes de comenzar la capacitación.

Medios efectivos para considerar diseño se observan abajo.

- Internet (búsqueda de la imagen por Google etc.)
- Investigación a otros municipios que se avanzan artesanías como Concepción de Ataco, La Palma, Ilobasco

Las imágenes o fotos obtenidas por medios anteriores se pasen al capacitador antes de comenzar la capacitación.

Otros puntos a considerar al elegir el diseño de la artesanía,

- El diseño debe ser comparablemente ligero para que turistas lo lleven como recuerdos.
- Diseños con dibujos o tallado por pirógrafo
- Incluir nombre del municipio o del área donde la artesanía fue elaborada.

2.1.4 Selección de los Capacitadores

Es importante prestar atención a los siguientes criterios para elegir capacitadores.

- Tener técnicas.
- Tener conocimiento en el programa implementado.
- Tener buena habilidad en comunicación – pueden escuchar y entender lo que participantes dicen y pueden presentar la medida para solucionar el problema.

Algunas maneras de la selección del capacitador se observan abajo.

- Examinar la propuesta que capacitador escribió.
- Escuchar la reputación de capacitador desde otras personas u otras organizaciones.
- Hacer que CONAMYPE presente a un capacitador relacionado al tema.
- Entrevistar al capacitador.
- Ver productos esperados que capacitador ofrece (artesanía, plato de cocina etc.), además de entrevista con su currículo.

2.1.5 Reunión con Capacitadores

Los capacitadores no necesariamente tienen conocimiento y experiencia acerca de turismo. Por lo tanto es necesario compartir bien el punto de turismo con capacitador para que el contenido de la capacitación se mantenga el desarrollo turístico.

Entre algunos puntos para confirmar el capacitador se observan abajo.

- Resultado esperado en la capacitación
- Contenido de la capacitación se incluye el punto de vista del desarrollo turístico
- Plan y agenda de las capacitaciones
- Lugar de la capacitación
- Información del municipio en que la capacitación implementa (geografía)
- Nivel de conocimientos y técnicas de participantes acerca de temas que se implementará
- Materiales que se lleven para capacitación*
- Costo de la capacitación (confirmación de monto de pago para capacitador)

Atención importante*:

Con respecto a la confirmación de materiales para la capacitación de la artesanía, es necesario decidir si capacitador o CAT prepara los materiales. Sobre los materiales, los capacitadores tienen más conocimiento en ellos así que es mejor pedir a los capacitadores que los lleven. En este caso, es necesario pagar el costo de material a los capacitadores. Sin embargo, a menudo ocurre que se tiene que comprar materiales nuevos, así que es mejor asegurar presupuesto sobrante.

2.1.6 Reunión con Participantes de las Capacitaciones

Es importante tener reunión con los candidatos a participar en las capacitaciones, aproximadamente un mes antes que comiencen. Es necesario explicar y confirmar los puntos se observan abajo.

1. Explicar producto esperado y contenidos de la capacitación.

2. Explicar y confirmar la agenda y el plan
 - Explicar días y duración de la capacitación, además confirmar que participantes puedan participar durante del tiempo con responsabilidad.
3. Confirmar si se brindan refrigerio y almuerzo.
 - En caso de forma de Seminario (unos 1 o 2 días), se puede provisionar refrigerio y almuerzo. Sin embargo, en caso de la capacitación de artesanía, la duración de esta es larga así que es mejor que no se provisionen refrigerio y almuerzo (si los provisionan, se toman más costos necesarios). En caso de la capacitación de artesanía, hay que confirmar con los participantes que coman el almuerzo en sus casas, a través de un mutuo acuerdo y colaboración de los participantes.
4. Confirmación de los materiales que deben traer los participantes.
 - En caso de la capacitación de artesanía, sin falta los participantes deben traer materia prima. Se confirma que cada participante los traiga el día que comienza la capacitación.
5. Confirmación de participantes (quienes participan)
 - Después de explicar la agenda, se pide que candidatos a participar firmen en el listado.
6. Confirmación de la fecha de comienzo de la capacitación.
 - Se pregunta a los participantes en qué fecha la mayoría pueden participar.
7. Confirmación del lugar de la capacitación.

2.1.7 Selección de Participantes a las Capacitaciones

Cuando tenemos reunión con los candidatos de la capacitación, es necesario decidir los participantes. Sin embargo, hay límites de números de personas que puedan aprender eficientemente, por ejemplo, en capacitación de artesanía - 15 personas como máximo, en caso de seminario - 25 como máximo. Por lo tanto, cuando hay muchos candidatos, es necesario seleccionar los participantes.

Criterio básico para la selección de participantes, se observan abajo.

- Participantes tienen gana de aprender en la capacitación.
- Participantes pueden participar a la capacitación sin ausencia y con responsabilidad. (en caso que la capacitación sea larga, se confirmará asistencia desde 60% a más de 80%).
- Participantes tienen gana de trabajar en sus actividades con conocimiento y técnicas que aprendieron en las capacitaciones.

2.1.8 Logística para Implementación de las Capacitaciones

- Enviar las cartas de invitación a los participantes
- Confirmación final de lugar de capacitación
- Preparación de refrigerio y almuerzo (si es necesario)

Capacitador no tiene mucho conocimiento sobre el lugar de la capacitación, de modo que CAT hace lo que se observan arriba.

Además, confirmar lo siguiente:

- Impresión del texto de la capacitación (¿Quién imprime CAT o Capacitador?)
- Confirmación de uso de un proyector

1.3 División del Rol de los Interesados

Al implementar las capacitaciones, se deben dividir los siguientes roles:

División de Rol de las Interesadas

Organizaciones	Rol de las Capacitaciones
CAT	<ul style="list-style-type: none"> ·Hacer Planificación, Implementación, Monitoreo y Evaluación ·Pensamiento de contenido de las capacitaciones (Coordinación y discusión del contenido con capacitador y participantes) ·Manejamiento de progreso de situación del logro para las capacitaciones, seguimiento después de las capacitaciones y la evaluación ·Convocar participantes a través del CDT y alcaldía, además organizar las reuniones.
CORSATUR	<ul style="list-style-type: none"> ·Discutir contenidos de las capacitaciones con técnicos de CAT ·Compartir experiencia y conocimientos acerca de las capacitaciones que se implementa en otros áreas ·Manejamiento de progreso de las capacitaciones a través del informe de CAT y Visita local
Alcaldía	<ul style="list-style-type: none"> ·Convocatoria de participantes de la capacitación. Participar en reunión con CAT para la preparación. ·Renta y preparación de salones para capacitación ·Discusión con CAT para la preparación y la implementación ·Compartir resultado de la capacitación
CDT	<ul style="list-style-type: none"> ·Participar en la capacitación y adquisición de las técnicas ·Convocar participantes y participar en la reunión con CAT para la preparación ·Manejo de asistencia de participantes
Capitador	<ul style="list-style-type: none"> ·Ponencia de la capacitaciones y enseñar técnicas ·Preparación de material (texto etc.) de las capacitaciones y participar en la reunión acerca de las capacitaciones con CAT ·Manejo de proceso de las capacitaciones y evaluación de nivel de comprensión y aprendizaje.
Participantes	<ul style="list-style-type: none"> ·Participar en la capacitación y adquisición de las técnicas ·Preparación de materiales de recursos locales (materia prima: artesanía) ·Venta y promoción a través de las técnicas que participantes aprendieron en las capacitaciones
CONAMYPE	<ul style="list-style-type: none"> ·Asistencia para implementación de capacitaciones (Información de capacitadores) ·Discusión acerca de las capacitaciones con CAT

CAPITULO 3 Implementación y Monitoreo

3.1 Implementación

3.1.1 Seminario

En las capacitaciones, hay unas formas que se implementan como seminario, las cuales duran desde 1 a 2 días, así como seminario para formulación de plan de paquetes turísticos y seminario para emprendedurismo. Proceso básico para implementación del seminario se observan abajo.

- Presentación de agenda de la capacitación
- Presentación de teoría
- Taller (formulación del plan)
- Presentación de los planes por los participantes
- Retroalimentación a la presentación hecha

Es importante tomar en cuenta, en caso de que los capacitadores realicen su

presentación en largo tiempo, es probable que los participantes se sienten aburridos. Por lo tanto es necesario considerar los puntos que se observan abajo.

- Hacer preguntas periódicamente a participantes y asegurar una forma participativa.
- Recibir preguntas periódicamente para que los participantes puedan entender fácilmente.
- Hacer grupo pequeño para que participantes pueden fácilmente consultar entre ellos.

Puntos especiales:

- 1) Tiempo de las capacitaciones - básicamente 1 día 8:00-16:00
- 2) Lugar de las capacitaciones – Salones de Alcaldía, casa de CDT etc., en los que se pueden utilizar gratuitamente.
- 3) En seminarios, preparar refrigerios y almuerzos. (Depende la duración del seminario).
- 4) Preparar listado de asistencia

3.1.2 Capacitaciones de Artesanía

En las capacitaciones de artesanías, se propone como meta, el mejoramiento de ingreso para que los participantes aprendan técnicas para artesanía y técnicas de venta. Por lo tanto, en la capacitación se deben incluir esos contenidos. Proceso básico para la capacitación de artesanía se observan abajo.

- Inauguración
- Inicio de capacitación de artesanía
- Implementación de capacitación de artesanía
- Monitoreo (implementa CAT)
- Participación a ferias, fiestas patronales
- Implementación de clausura - Entrega de diploma

Como punto importante, principalmente en la capacitación de artesanía, repetir la práctica. Para que los participantes aprendan mejores técnicas, es necesario tomar en cuenta los puntos que se observan abajo:

- Repetir la práctica del mismo diseño de artesanía
- Dar tarea (participantes hacen tareas en sus casas, haciendo mismo diseño hasta próxima semana)
- Con respecto al diseños con pintura e ilustración. Se necesita tiempo largo para aprenderlos, así que se repetir prácticas muchas veces.

Puntos especiales:

- 1) Tiempo de las capacitaciones - básicamente 1 día 8:00-16:00
- 2) Lugar de las capacitaciones - Alcaldía, casa de CDT etc., en los que se pueden utilizar gratuitamente.
- 3) Criterio de diploma es más de 60% de asistencia
- 4) Preparar listado de Asistencia. Pasarlo a capacitadores y es mejor pedir que capacitadores manejen la asistencia.
- 5) Es preferible no considerar refrigerios ni almuerzo, ya que la duración de la capacitación normalmente es largo. (Si se los dan se aumentan los costos.) Por lo tanto, es importante llegar a un acuerdo con los participantes para que coman su almuerzo en sus casas, antes de comenzar capacitaciones.

3.1.3 Presentación / Ponencia de CAT

Es necesario hacer presentación acerca de turismo, ya que los captadores no necesariamente tienen conocimientos de turismo. Cuando sea necesario, es mejor que CAT realice la presentación.

- En la capacitación de artesanía, el monitoreo, se hace para aconsejar el diseño a participantes y capacitadores. Sin embargo, se aconseja tomando en cuenta los puntos de vista de los participantes, ya que normalmente es difícil que ellos reciban consejo de forasteros. Por lo tanto, es mejor estar participando en la capacitación de artesanía y comunicarse a menudo con participantes.
- En seminario, no solo los capacitadores participan, sino también el técnico del CAT, este debe hacer ponencia, para dar a conocer los diferentes puntos de vista del desarrollo turístico a los participantes.

3.2 Monitoreo

3.2.1 Manera de Monitoreo

Maneras básicas de monitoreo a la implementación se observan abajo.

- visita a lugar de la capacitación (mínimo 1 vez cada semana)
- En caso que duración de la capacitación es larga y esta difícil hacer monitoreo 1 vez cada semana, se deben realizar:
 - Llamada a capacitadores y participantes
 - Correo electrónico a capacitadores y participantes
 - Hacer que capacitadores y participantes visiten a oficina de CAT.

Sin embargo, es mejor visitar, mínimo 1 vez, ya que hay algunas cosas que son de difícil decisión para los capacitadores; por lo que es mejor visitar los lugares para solucionar los problemas que ellos tienen.

Además, en el caso de la capacitación de artesanía, la duración es larga, por lo que se ocurren varios problemas.

Los problemas principales y las medidas para solucionarlos se observan abajo.

Problemas que ocurren a menudo	Medidas para solucionarlos
Faltan materiales para artesanías.	Se compran los materiales apropiadamente, ya que muchas veces faltan materiales, así que asegurar fondos suficientes para comprarlos.
Quieren hacer nuevo diseño de artesanías.	Buscar diseño nuevo a través de Internet para que se cumplan necesidad de los participantes.
Se avanzan plan diferente de originales por decisión de capacitadores.	Para evitar este problema, se hace visita al mínimo una vez a la semana para entender la situación y comunicarse profundamente con capacitadores.

3.3 Publicación y Promoción

Participación en Evento

Especialmente, es importante para artesanía hacer publicación como promoción del producto turístico.

- Participar a Fiestas Patronales venta de artesanía y alimentos
- Participar a Expo-Vacaciones venta de artesanía y alimentos
- Participar a Pueblos Vivos venta de artesanía y alimentos

Medios de Promoción

- Levantamiento de marca de artesanía (Decidir nombre de la artesanía, participantes del grupo y lugares de venta)
- Hacer Logotipo de la artesanía (hacer que el capacitador lo dibuje y después

- digitalarlo en computadora)
- Hacer tarjeta (Confirmar lugar de venta y dirección de correo del responsable del marco de artesanía)
- Utilizar Facebook (Se hace pagina especial, exposición de las fotos y agenda del evento)

Los Medios de Comunicación (TV, Periódicos)

- Invitación de los medios de comunicación - Hacer que los medios de comunicación promocionen los productos hechos en la capacitación como artesanías.

CAPITULO 4 Evaluación

4.1. Evaluación

Es necesario evaluar los retos, problema y los resultados obtenidos a través de la capacitación para mejorar las implementaciones futuras. Adicionalmente, es importante evaluar la capacitación en sentido de que se analice el resultado, la lección aprendida, resaltar el buen ejemplo y después divulgarlos a otra área. Evaluador principal y manera de la evaluación y contenido de la evaluación se observan abajo.

4.1.1 Persona de Asunto de la Evaluación

Es necesario clarificar quien evalúa la capacitación para que este ordene la información y la mejore, ya que existen varios actores en la capacitación y se varían los resultados por cada evaluador. Básicamente se son 3 los actores, por lo que se deben ordenar el pensamiento y la evaluación de cada uno de ellos.

- Evaluación desde capacitadores a los participantes
- Evaluación desde participantes a la capacitación
- Evaluación desde CAT (Implementador)

4.1.2 Manera de la Evaluación

Algunas de las maneras de evaluar, seria a través de escuchar a los interesados de la capacitación y encuesta etc. Además, hay ocasiones en las que se utiliza el examen para conocer cuánto aprendieron los participantes. Se observan abajo manera de evaluación y por quien.

(Para mejorar la capacitación)

- Encuesta a capacitador
- Escuchar desde capacitador sobre la capacitación
- Entrevista a capacitador
- Escucha desde alumnos

(Para mejorar la capacitación y cuáles eran retos y resultados para ellos)

- Entrevista a alumnos
- Encuesta a alumnos
- Examen desde capacitador a alumnos
- Evaluación /pensamiento de implementador (CAT)

Normalmente se utilizan las encuestas; ya que a través de estas, se clarifica nivel de la satisfacción o desagrado, además se analiza los puntos de mejoramientos. Adicionalmente, la evaluación desde el implementador es importante. Debe clarificar puntos de mejoramientos a través de reflexionar lo que sea hecho en la capacitación.

Ejemplo de Programa de las Capacitaciones

No	Capacitación	Municipio/ Números de Participantes	Objetivos	Contenidos	Resultado Esperado	Veces	Costos
1	Gastronomía	La Unión/ 6 personas (1 clase)	Mejorar las técnicas culinarias en la preparación de platos con mariscos para mejorar los servicios locales	<ol style="list-style-type: none"> Exposición sobre calidad de los alimentos Práctica de cocina de mariscos Manera de Presentación de platos 	<ol style="list-style-type: none"> Mejorar los conocimientos sobre calidad de los alimentos Capacidad para técnicas de cocina de mariscos 	9 veces (3 veces por lugares)	<u>USD940</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD540 (1 día 60 por 9 días) Materiales: USD400
2	Paquetes Turísticos (para desarrollar líderes de municipios)	Para 13 municipios del Golfo de Fonseca/ 40 personas	Preparación de un plan de paquete turístico por el CDT, buscando el desarrollo turístico local	<ol style="list-style-type: none"> Exposición sobre buen ejemplo de actividades de los CDT's Práctica de elaboración de plan de paquetes turísticos de los CDT's Exposición sobre paquete turístico por CDT's 	<ol style="list-style-type: none"> Elevar conocimientos de buen ejemplo de actividades de los CDT's Capacidad para elaborar plan de Paquetes turísticos 	Como mínimo 1 vez (1 día)	<u>USD850</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD170 Alojamiento y viáticos para capacitador: USD80 Almuerzo y Refrigerio: USD500 Impresos: USD100
3	Sensibilización y Cultura Turística (Montaje de eventos)	Yayantique, Chirilagua/ 25 personas por cada lugar	Elevar el conocimiento y sensibilización de los participantes de la capacitación hacia el desarrollo turístico local.	<ol style="list-style-type: none"> Exposición sobre plan de montaje del eventos Práctica de formular plan de montaje de eventos 	<ol style="list-style-type: none"> Elevar los conocimientos sobre concepto del turismo Capacidad para elaborar plan de montaje de eventos 	2 veces (2 días)	<u>USD750</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD340 (1 día 170 por 2 días) Alojamiento y viáticos para capacitador: USD160 (1 día 80 por 2 días) Almuerzo y Refrigerio: USD200 Impresos: USD50
4	Emprendedurismo	Yucuaiquin, Intipuca, San Alejo, Bolívar, San José La Fuente, Santa Rosa de Lima, Pasaquina, Manguera del Golfo / 25 personas por cada lugar	Elaboración de un plan de negocios por los participantes de la capacitación buscando el desarrollo de negocios turísticos locales.	<ol style="list-style-type: none"> Exposición sobre el concepto de apertura de empresas Exposición sobre administración, ganancias y pérdidas, competencia y contabilidad. Prácticas en la elaboración de un plan de negocios 	<ol style="list-style-type: none"> Elevar los conocimientos sobre la apertura de negocios Capacidad para elaborar un plan de negocios 	2 veces (2 días)	<u>USD750</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD340 (1 día 170 por 2 días) Alojamiento y viáticos para capacitador: USD160 (1 día 80 por 2 días) Almuerzo y Refrigerio: USD200 Impresos: USD50
5	Servicio al Cliente para los Hoteles y los Restaurantes	Santa Rosa de Lima, La Unión/ 15 personas por cada lugar	Mejoramiento de servicio al cliente, buscando el desarrollo de servicios locales	<ol style="list-style-type: none"> Exposición sobre mejoramiento de servicios Clases sobre clientes, personal y métodos de servicio a los clientes Prácticas sobre un buen ejemplo de servicio al cliente 	<ol style="list-style-type: none"> Mejorar los conocimientos sobre el servicio a los clientes Aprender los buenos ejemplos de servicio al cliente 	2 veces (2 días)	<u>USD950</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD340 Alojamiento y viáticos para capacitador: USD160 (1 día 80 por 2 días) Almuerzo y Refrigerio: USD150 Costo de Salón (restaurante): USD200 (no necesariamente) Impresos: USD50
6	Artesanía de Bambú	Conchagua/ 15 personas	Aprender técnicas y habilidades para elaborar artesanía utilizando materia prima local (bambú) buscando elevar el desarrollo de los negocios turísticos locales	<ol style="list-style-type: none"> Prácticas para la utilización de Bambú que se encuentra en el municipio Prácticas para la colecta y manipuleo adecuado de Bambú Prácticas para el acceso a mercados y puntos de venta (Por ejemplo, la feria de La Unión) 	<ol style="list-style-type: none"> Los participantes irán aprendiendo técnicas y prácticas para elaborar artesanías típicas Aprenden métodos de venta para mejorar el acceso a los mercados y puntos de venta 	22 veces (22 días)	<u>USD4.405</u> <ul style="list-style-type: none"> Pago para Capacitador: USD1760 (1 día 80 por 22 días) Alojamiento y viáticos para capacitador: USD2145 (1 día 65 por 33 días) Materiales: USD500

No	Capacitación	Municipio/ Números de Participantes	Objetivos	Contenidos	Resultado Esperado	Veces	Costos
7	Artesanía de Concha	Intipuca, Chirilagua/ 20 personas por cada lugar	Aprender técnicas y habilidades para elaborar artesanía utilizando materia prima local (conchas), buscando elevar el desarrollo de negocios turísticos locales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas para la utilización de Concha que se encuentra en el municipio 2. Prácticas para la colecta y manipuleo adecuado de Concha 3. Prácticas para el acceso a mercados y puntos de venta (Por ejemplo, la feria de La Unión) 	<ol style="list-style-type: none"> (1) Los participantes irán aprendiendo técnicas y prácticas para elaborar artesanías típicas (2) Aprenden métodos de venta para mejorar el acceso a los mercados y puntos de venta 	9 veces (9 días)	<u>USD2,600</u> <ul style="list-style-type: none"> • Pago para Capacitador: USD1080 (1 día 120 por 9 día) • Alojamiento y viáticos para capacitador: USD720 (1 día 80 por 9 días) • Materiales: USD800
8	Artesanía de Ninfa (planta acuáticas)	El Carmen/ 15 personas	Aprender técnicas y habilidades para elaborar artesanía utilizando materia prima local (Ninfa), buscando elevar el desarrollo de negocios turísticos locales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas en la utilización de ninfa que se encuentra en la laguna de Olomega del municipio de El Carmen 2. Prácticas para la colecta y manipuleo adecuado de ninfa 3. Prácticas para el acceso a mercados y puntos de venta (Por ejemplo, la feria de La Unión) 	<ol style="list-style-type: none"> (1) Los participantes irán aprendiendo técnicas y prácticas para elaborar artesanías típicas (2) Aprenden métodos de venta para mejorar el acceso a los mercados y puntos de venta 	36 veces (36 días)	<u>USD6,800</u> <ul style="list-style-type: none"> • Pago para Capacitador: USD2880 (1 día 80 por 36 días) • Alojamiento y viáticos para capacitador: USD3120 (1 día 65 por 48 días) • Materiales: USD800
9	Artesanía de Jícara	La Unión, Conchagua/ 15 personas por cada lugar	Aprender técnicas y habilidades para elaborar artesanía utilizando materia prima local (Jícara), buscando elevar el desarrollo de negocios turísticos locales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas para la utilización de jícara que se encuentra en el municipio en la elaboración de artesanías 2. Prácticas para la colecta y manipuleo adecuado de jícaras 3. Prácticas para el acceso a mercados y puntos de venta (Por ejemplo, la feria de La Unión) 	<ol style="list-style-type: none"> (1) Los participantes irán aprendiendo técnicas y prácticas para elaborar artesanías típicas (2) Aprenden métodos de venta para mejorar el acceso a los mercados y puntos de venta 	4 veces (4 días)	<u>USD680</u> <ul style="list-style-type: none"> • Pago para Capacitador: USD320 (1 día 80 por 4 días) • Alojamiento y viáticos para capacitador: USD260 (1 día 65 por 4 días) • Materiales: USD100
10	Artesanía de Repujado	El Carmen/ 10 personas	Aprender nuevas técnicas y habilidades para la elaboración de artesanías para promoción del desarrollo de negocios turísticos locales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prácticas para aprender diseño nuevo de la artesanía con material de aluminio. 2. Prácticas para el uso de tintes y dibujos en aluminio 	<ol style="list-style-type: none"> (1) Los participantes irán aprendiendo técnicas y prácticas para elaborar artesanías típicas (2) Aprenden métodos de venta para mejorar el acceso a los mercados y puntos de venta 	9 veces (9 días)	<u>USD1,305</u> <ul style="list-style-type: none"> • Pago para Capacitador: USD720 (1 día 80 por 9 días) • Alojamiento y viáticos para capacitador: USD585 (1 día 65 por 9 días) Materiales:USD400

ANEXO 3-1 Resultado de los recursos turísticos investigados e ideas de capacitaciones (Agosto, 2011)

Municipio	Borrador del Concepto de Desarrollo Turístico en cada municipio	Recursos Turísticos	Ideas de Proyecto Piloto o Capacitación	Ideas de la Capacitación
La Unión	(Ciudad)	Mar (Golfo de Fonseca)	① Mapa Comunitario	Calidad de Servicio al Cliente para restaurantes
	1) Posicionar la Unión y mejorar imagen	Isla	② Concurso Gastronómico	Artesanía
	2) Crear cultura turística y mejorar los productos turísticos	Mariscos	③ Señalización Turística (Playita, Chiquirín)	
	3) Capacitación para mejorar la calidad de los servicios turísticos	Edificio de La Estación	④ Apoyar el borrador del concepto de Desarrollo Turístico para La Unión	
	(Playa/Chiquirín, Playita, Isla Zacatillo)	Artesanía	⑤ Seminarios y Concursos de Artesanías	
	1) Mejorar la calidad de los servicios turísticos a los turistas		Proyectos Piloto deseados de CDT	
	2) Aprovechamiento de los recursos turísticos más potenciales de Playas		1) Mejoramiento de la calidad de las artesanías existentes (Mejoramiento de artesanía de Madera con Concha y Bisutería)	
	3) Proponer medidas para el mejoramiento del acceso		2) Montaje de Eventos	
			3) Gastronomía 4) Comercialización y Promoción	
Conchagua	(Ciudad)	Vista Panorámica desde el volcán de Conchagua	① Mejorar el Reglamento interno	Artesanía hecha de concha, jicaro y coco
	1) Mejorar la imagen del sitio turístico	Playa	② Folleto de Promoción de CDT para asegurar Donantes y patrocinadores	
	2) Fortalecer la competitividad en la fabricación artículos Turísticos	Mariscos	③ Señalización Turística en las playas	
	3) Aprovechamiento de los recursos turísticos más potenciales	Senderismo en el volcán de Conchagua	④ Concurso Gastronómico	
			⑤ Mapa Comunitario	
	(Playa)		Proyectos Piloto deseados de CDT	
	1) Campaña promocional para mejorar la imagen del sitio turístico		1) Gestionar la Creación de folletos del municipio	
	2) Aprovechamiento de los recursos turísticos para crear atractivos turísticos		2) Rescate Cultural (Danza Folklorica)	
	3) Mejorar la capacidad de los CDT's para mejorar la calidad de los servicios		3) Señalización Turística de las playas y ciudad	
Santa Rosa de Lima	1) Posicionar Santa Rosa de Lima y mejorar imagen	Artesanía en oro	① Crear Artesanías	Calidad de Servicio al Cliente en hoteles
	2) Crear técnicos de hotelería, tour operadores y Calidad en el servicio	Queso	② Mapa Comunitario	Seminario para elaboración de productos turísticos, caso de estudio
	3) Crear productos turísticos basados en la mina de oro y quesos y los días de comercio en el fin de semana		③ Campaña de Limpieza	Artesanía en oro
			④ Concurso Gastronómico	Gastronomía
El Carmen	1) Posicionar El Carmen y mejorar imagen, en cooperación con Chirilagua	Laguna de Olomega	① Campaña de limpieza en laguna de Olomega con El Carmen, Chirilagua y San Miguel	Calidad del Servicio al Cliente en los Restaurantes
	2) Implementar actividades de Promoción		② Implementar evento	Artesanía en ninfa
	3) Capacitación y seminarios para mejorar la calidad de los servicios turísticos.		③ Gastronomía con Conchagua	
Pasaquina	1) Activación del Comité Turístico	Viaje a los Manglares	① Viaje a los Manglares	Artesanías
	2) Mejorar la sensibilización turística de los pobladores		② Material de Promoción	Calidad de Servicio
	3) Creación de Productos Turísticos		③ Campaña de Limpieza	Seminario de Negocios para Hotel
			④ Mejorar la conciencia pública sobre el turismo en escuelas	

Municipio	Borrador del Concepto de Desarrollo Turístico en cada municipio	Recursos Turísticos	Ideas de Proyecto Piloto o Capacitación	Ideas de la Capacitación
			Proyectos Piloto deseados de CDT	
			1) Mejorar la conciencia pública sobre el turismo	
			2) Capacitación para el Liderazgo	
			3) Atención al Cliente	
San Alejo	1) Formar industria turística y apoyar la creación de empresas turísticas	Senderismo en el cerro Juana Pancha	Concurso de Baile	Atención al cliente
	2) Aumentar el número de turistas a través de productos turísticos por medio de alianzas entre los sectores público y privado, Carnaval de Baile	Festival	Concurso y seminario de artesanía	Artesanías
	3) Mejoramiento de la conciencia turística y de los servicios turísticos		Concurso Gastronómico	Formación de Guías de Turismo (Manglares)
San José de La Fuente	1) Activación del CDT a través de la creación de un producto turístico original	Monumento (Utilizar el evento de día del Piloto)	Senderismo destino al cerro cruz	Artesanías
	2) Declarar a San José de la Fuente como una ciudad limpia para atraer turistas	Cerro Cruz	Creación de producto turístico utilizando el monumento	
	3) Mejorar los servicios turísticos mediante el apoyo a las mitines		Señalización turística desde Bolívar	
	4) Mejorar información turística para impulsar sitios turísticos locales			
Yucuaiquín	1) Posicionar Yucuaiquín a través de desarrollar los recursos locales y eventos	Artesanías (sombreros, mascarar, sillas, alfombras, escobas)	Senderismo destino al Petrograbado y Cascada	Gastronomía
	2) Aprovechar los productos locales(candelas, etc.) y ampliar el mercado	Vista Panorámica y Petrograbado	Concurso y Seminario de Artesanía	Artesanías
	3) Aprovechar a los jóvenes pues juegan un papel importante en el CDT	Cascada	Paisaje urbanístico, pintura de casas	Seminario de Negocios para hotel y restaurante
		Gastronomía Local	Señalización Turística (Petrograbado y Cascada)	
			Proyectos Piloto deseados de CDT	
			1) Cursos de Idiomas, Ingles y Japonés	
			2) Cursos de Mejoramiento y nuevas técnicas para la artesanía local, mascarar, tejido del petate, pintura en diferentes superficies, su embalaje y comercialización	
			3) Cursos o asistencia para el desarrollo de pequeños hostales su creación manejo o administración	
Intipucá	1) Posicionar Intipucá y mejorar imagen	Mar	Viaje a los Manglares	Guía de Turismo
	2) Desarrollar productos turísticos	Manglar	Seminario y Concurso de Artesanía	Artesanías hecha de barro, jicaro y coco
	3) Fortalecer al CDT	Festival	Proyectos Piloto deseados de CDT	
			1) Apoyar el borrador del concepto de Desarrollo Turístico para Intipucá (Incluyendo Conservación de Naturaleza)	
			2) La formación y buen desempeño de CDT	
			3) Talleres Vocacionales para la formación de Microempresarios y Jóvenes emprendedores	
			4) La Construcción de cabañas ecológicas	
Bolívar	1) Desarrollar productos turísticos	Gastronomía Local	Concurso Gastronómico	Artesanías
	2) Formar industria turística y apoyar la creación de empresas turísticas	Poza La Pederal	Seminario y Concurso de Artesanía	Seminario de Negocios para Hotel y Restaurante
	3) Aprovechar a los jóvenes pues juegan un papel importante en el CDT		Evento Deportivo	
			Proyectos Piloto deseados de CDT	
			1) Artesanía Propia en Barro	
			2) Mirador Cerro la Torreca	

Municipio	Borrador del Concepto de Desarrollo Turístico en cada municipio	Recursos Turísticos	Ideas de Proyecto Piloto o Capacitación	Ideas de la Capacitación
			3) Canchas de Football sala y futbol rápido	
Meanguera del Golfo	1) Desarrollar productos turísticos	Delfín	Mapa comunitario (Recursos turísticos, Atracción turístico)	Seminario para elaboración de productos turísticos, caso de estudio
	2) Crear producto turístico basado en la observación de ballenas y delfines	Ballena	Tour observación de Ballena, Delfín y Tortuga de mar	
	3) Formar organización turística	Tortuga		
	4) Mejorar acceso a la isla Meanguera	Pesca		
		Mariscos (Langosta, Ostra, etc.)		
Chirilagua	1) Mejorar la conciencia turística de la población	Mar (Área de Surf en Las Flores)	Campaña de Limpieza en laguna de Olomega en los tres municipios	Seminario de Liderazgo
	2) Fortalecer la competitividad liderada por el sector publico		Folleto y reglamento del CDT	
	3) Crear CDT, Aprovechar los productos turísticos como el surf para activar nuevos productos			
	4) Mejora la satisfacción del Turista por medio de la mejora del ambiente			
Yayantique	1) Atraer turistas por medio de la creación de productos turísticos atractivos		Seminario y Concurso de Artesanía	Seminario de Liderazgo
	2) Promover la participación de la población por medio de la Creación del CDT			Artesanías
	3) Mejorar la conciencia turística a través de ejemplos exitosos			
	4) Asesoría para gestión de proyectos			

ANEXO 3-2 Ejemplo de agenda de las capacitaciones

Agenda de las Capacitaciones 2011

		Octubre 2011																															Noviembre 2011																															Diciembre 2011																															Enero 2012																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Capacitaciones	Municipios beneficiados																																																																																																																												
1	Levantamiento de Empresas Turísticas Yucuaiquin																																																																																																																												
2	Levantamiento de Empresas Turísticas Intipuca																																																																																																																												
3	Levantamiento de Empresas Turísticas Pasajquina / Santa Rosa / San Jose La Fuente /Bolivar																																																																																																																												
4	Atención al Cliente en los Restaurantes La Union /Conchagua/ Santa Rosa de Lima																																																																																																																												
5	Atención al Cliente en los Restaurantes Santa Rosa /San Jose La Fuente																																																																																																																												
6	Atención al Cliente en los Hoteles Santa Rosa																																																																																																																												
7	Artesanía de Conchas La Unión /Conchagua																																																																																																																												
8	Artesanía de Conchas Intipuca																																																																																																																												
9	Artesanía de Ninfa El Carmen																																																																																																																												
	Artesanía de JI caro Conchagua / La Unión																																																																																																																												
	Participación a Feria en La Union																																																																																																																												

Agenda de las Capacitaciones 2012

		Septiembre 2012																														Octubre 2012																															Noviembre 2012																															Diciembre 2012																														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Capacitaciones	Municipios beneficiados																																																																																																																											
1	Mejoramiento de calidad de los alimentos La Unión																																																																																																																											
2	Formación de Lideres (Trabajo en Equipo) Dirigido a lideres del CDT de los municipios																																																																																																																											
3	Artesanía de Concha Chirilagua																																																																																																																											
4	Artesanía de Bambu Conchagua																																																																																																																											
5	Artesanía de Repujado El Carmen																																																																																																																											
6	Levantamiento de empresas turísticas Meanguera del Golfo																																																																																																																											
7	Levantamiento de empresas turísticas San Alejo																																																																																																																											
8	Sensibilización y Cultura Turística Chirilagua																																																																																																																											
9	Sensibilización y Cultura Turística Yayantique																																																																																																																											

ANEXO 3-3 Ejemplo de encuesta de la evaluación

ENCUESTA (Ejemplo)			
Nombre _____	Municipio _____		
Capacitación _____	Fecha _____		
(1) ¿Esta satisfecho/a con la capacitación de elaboración de artesanía ?			
Muy Satisfecho/a	Satisfecho/a	No Satisfecho/a	
Si no lo esta, escriba la razón.			
【	】		
(2) ¿Que nivel de aprendizaje considera usted que obtubo en este taller?			
un 100%	un 75%	un 50%	un 30%
(3) ¿Con cual punto no está satisfecho/a?			
【	】		
(4) ¿Cual es reto y puntos para mejoramiento en la capacitación?			
【	】		
(5) ¿Cual es su nuevo reto para desarrollar sus productos?			
【	】		
(6) ¿Cual es su reto para mejorar el conocimiento y la técnica?			
【	】		
(7) ¿Donde esta pensando a vender productos o donde esta vendiendo productos?			
【	】		
(8) ¿Esta enseñando las tecnicas que ha aprendido en la capacitación a otras personas, por ejemplo a amigos o familiares?			
Si	No		
(9) ¿Sus ingresos han aumentado con la capacitación?			
Si	No		
¿Si su respuesta es afirmativa, por favor indicar de cuánto ha sido el incremento mensualmente (USD)?			
【	】		
(10) ¿Que producto de artesanía esta pensando a desarrollar en el futuro?			
【	】		

ANEXO 3-4 Listado de contactos de los capacitadores

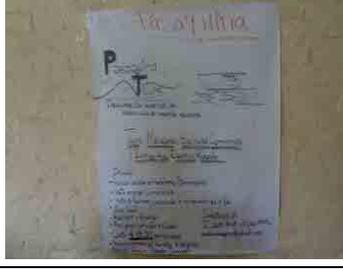
Nombre de Capacitadores	Capacitación	Dirección de Correo	Números de Contacto
Sr. Juan Moisés Flores	<ul style="list-style-type: none">•Emprendedurismo•Atención al Cliente (hoteles y restaurants)•Paquetes Turísticos•Montaje de Eventos	moisesturismo@yahoo.com	7877-5766
Sr. Juan Carlos Chávez González	<ul style="list-style-type: none">•Artesanía de Ninfa•Artesanía de Jícara•Artesanía de Bambú•Artesanía de Repujado	artesaniasciudadvieja@hotmail.es	7211-2476 2306-3862
Sra. Claudia Rodríguez	<ul style="list-style-type: none">•Artesanía de Concha	claudia.azul@gmail.com	7886-3893
Sra. Karen Elena González Mayorga	<ul style="list-style-type: none">•Artesanía de Concha	mayorga.karen@gmail.com	7861-1721 2274-3865
Sr. Rigobert Mejía Alvarenga	<ul style="list-style-type: none">•Gastronomía, Mariscos	rigoberto.mejia@r-hr.com	7972-8533

ANEXO 3-5 Fotos de las capacitaciones

1. Gastronomía

		
Gastronomía1	Pasta de mariscos	Gastronomía2

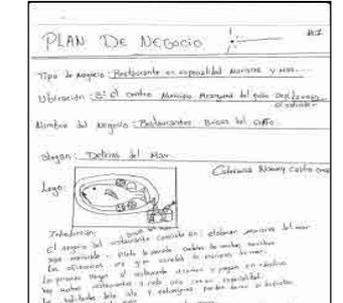
2. Paquetes Turísticos (para desarrollar líderes de municipios)

		
Capacitación de Paquetes Turísticos	Taller	Plan elaborado

3. Sensibilización y Cultura Turística (Montaje de eventos)

		
Montaje de eventos 1	Montaje de eventos 2	Plan elaborado

4. Emprendedurismo

		
Emprendedurismo	Taller	Plan elaborado

5. Servicio al Cliente para los Hoteles y los Restaurantes

		
Servicio al Cliente	Entrevista a emprendedor de hotel	Cuadro de evaluación elaborada

6. Artesanía de Bambú

		
Artesanía de Bambú 1	Artesanías elaboradas	Artesanía de Bambú 2

7. Artesanía de Concha

		
Capacitación de Artesanía de Concha 1	Artesanía elaborada	Capacitación de Artesanía de Concha 2

8. Artesanía de Ninfa (planta aguaticas)

		
Artesanías de Ninfa elaboradas	Capacitación de Artesanía de Ninfa	Logo de la Laguna de Olomega

9. Artesanía de Jícara

		
Capacitación de Artesanía de Jícara 1	Capacitación de Artesanía de Jícara 2	Capacitación de Artesanía de Jícara 3

10. Artesanía de Repujado

		
Capacitación de Artesanía de Repujado 1	Artesanías elaboradas	Capacitación de Artesanía de Repujado 2

Anexo-4 Ejemplos de Proyectos de Desarrollo Turístico

Ejemplos de Proyectos de Desarrollo Turístico

< Desarrollo de los Recursos Turísticos Naturales >

- 1) **Tour a las Islas:** Se implementó el Proyecto Piloto. A futuro, su desarrollo tiene alto potencial. En el Proyecto Piloto, con respecto a la utilización turística de los recursos locales, no solo fue las islas y el mar, sino las personas que viven utilizando dichos recursos, y se hizo la "Creación de un Producto Vivencial". La "Creación de un Producto Vivencial" es hacer que los turistas vean la forma de vida de las personas locales con sus propias características. Por ejemplo, las técnicas de pesca de los pescadores es básicamente de los pescadores, pero si eso se muestra a los turistas y se hace para que los turistas experimenten, es posible brindar la pesca como una parte de la vida de los pescadores, y eso es un Producto Turístico para los Turistas. Para la "Creación de un Producto Vivencial" a través del Proyecto Piloto, se capacitó a los guías lancheros y se estructuró el sistema. A futuro, es necesario aumentar la habilidad para la "Creación de Productos Vivenciales" y el acondicionamiento de infraestructura para aprovechar al máximo estos recursos intangibles. Especialmente es necesario el acondicionamiento de áreas de descanso con servicios higiénicos y duchas.
- 2) **Tour de los Manglares:** Se implementó el Proyecto Piloto. A futuro, su desarrollo tiene alto potencial y es fácil hacerlo como proyecto. Para elaborar el tour es necesario la introducción de materiales empezando con los kayaks y chalecos salvavidas. Además, es necesario la formación de guías que estén familiarizados con la naturaleza de los Manglares. A futuro, desde el punto de vista de protección de los Recursos Naturales, es conveniente un establecimiento y acondicionamiento para la observación de fauna silvestre en el Santuario de Aves.
- 3) **Desarrollo de Miradores (Volcanes y Cerros):** En el Volcán de Conchagua se tiene la instalación de un Ecoparque. A través del Proyecto Piloto, se instalaron Señalizaciones Turísticas y ya es más fácil el acceso de los turistas. A futuro, es necesario analizar el mejoramiento del Centro de Visitantes y necesario la cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente. En muchas otras zonas del interior, consideran a los cerros como recurso turístico y es posible convertir en recurso turístico un Mirador utilizando la parte alta o panorámica de estos cerros. Para este acondicionamiento, primero se tiene que hacer una evaluación ambiental para estudiar la carga ambiental y luego analizar la implementación de este plan. Luego se construirá un Centro de Visitantes y se ilustrará sobre la protección del Medio Ambiente y se presentará la vida de la región (Reactivación de las Plantaciones de Café).
- 4) **Desarrollo de Rutas de Senderismo (Volcanes y Cerros):** Teniendo como base el Centro de Visitantes del Volcán de Conchagua, se crearán Rutas de Senderismo y extender el tiempo de permanencia de los turistas. En otras zonas del interior, también es posible el Desarrollo de Miradores junto a la creación de Rutas de Senderismo. Para la creación de rutas, hay que analizar la posibilidad de pasar por terrenos privados. Para las Rutas de Senderismo, hay que analizar bien la accesibilidad para los turistas, siendo necesario el mantenimiento de los senderos fáciles de caminar y la instalación de las Señalizaciones Turísticas y Áreas de Descanso.
- 5) **Desarrollo de Ecoparques:** Para utilizar turísticamente los recursos naturales con el debido cuidado del medio ambiente, está el desarrollo de Ecoparques como una de las mejores formas de utilización turística de dichos atractivos. Un ejemplo de ello es lo que se había desarrollado en el Volcán de Conchagua, pero es bastante la necesidad de mejoramiento. Sobre todo es necesario el mejoramiento de la instalación de hospedaje existente. El Ecoparque del Volcán de Conchagua tiene la función de lugar de veraneo en la Región de La Unión y es muy alto el potencial como instalación de hospedaje. En los cerros del interior también es posible el Desarrollo de Ecoparques, y para la primera fase es necesario el acondicionamiento del Centro

de Visitantes y la formación de Intérpretes. Finalmente se pedirá el acondicionamiento de las instalaciones de hospedaje que se sienta en comunión con la naturaleza.

- 6) **Desarrollo de las Playas:** En la zona costera hay una línea de Playas con alto potencial, y su utilización turística tiene una gran fuerza de influencia en la economía regional. Para la Región Oriental, es uno de los recursos de mayor potencial. Para el Desarrollo de las Playas es necesario la "Evaluación Ambiental" y solucionar los problemas de derecho sobre los terrenos. Para ello es necesario la cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente. Como infraestructura básica se necesita de áreas de descanso con servicios higiénicos y duchas, y es posible la administración de pequeñas empresas. Si se piensa en extender el tiempo de permanencia de los turistas, es necesario los restaurantes (Especialmente donde se puedan comer frutos de mar y vegetales de la región) y los establecimientos de hospedaje. Además, establecer permanentemente a los salvavidas y asegurar la seguridad en las playas. Para ello es necesario el acondicionamiento de dichas instalaciones y la formación de los salvavidas. Además, se puede acondicionar una instalación deportiva como cancha de fútbol playa y educar a los jóvenes en recreación sana. Además como la Playa Chiquirín, elaborando específicamente los objetivos de Desarrollo Turístico con el Concepto de Desarrollo de Playa sin alcohol, es posible trabajar en un nicho de mercado.
- 7) **Desarrollo Turístico de las Lagunas:** Es posible utilizar como recurso turístico a la Laguna de Olomega. Como recreación en la laguna, se puede analizar la atracción de experiencias como paseos en el lago en barco y lanchas, y la pesca en caña. Además, brindar comida en un tranquilo restaurante a orillas de la laguna utilizando insumos locales, es posible poner valor agregado si "Solo se come aquí" y solo está "Limitado a la región".
- 8) **Desarrollo Turístico de las Cascadas:** Para el acceso a las cascadas de los cerros, hay que analizar el desarrollo de Rutas de Senderismo. Es necesario la implementación de "Evaluación Ambiental" y confirmar la posibilidad de pasar por terrenos privados, y necesario la cooperación con el Ministerio de Medio Ambiente. Se instalarán Señalizaciones Turísticas y Paneles de Información Turística para que los turistas entiendan la Ruta de Senderismo hacia las Cascadas. Además, en El Salvador es normal comprar agua embotellada, por lo que se puede analizar el embotellamiento de la "rica agua" de las cascadas y ríos tratados térmicamente y venderlo como producto regional con un nombre de marca.

< Desarrollo de los Recursos Turísticos Culturales >

- 1) **Utilización Turística de los Restos Arqueológicos de Petrograbados:** Los Restos Arqueológicos de Petrograbados que hay en la región, también pueden ser un recurso turístico. Sin embargo, desde el punto de vista arqueológico es necesario hacer un Estudio de Investigación y de allí es necesario darle un valor a los Restos Arqueológicos de Petrograbados. Además, hay que elaborar un Plan de Protección de los Restos Arqueológicos de Petrograbados con valor, siendo necesario estructurar un sistema de utilización turística protegiendo los Petrograbados. Luego, elaborar la Ruta de Senderismo hacia los Restos Arqueológicos de Petrograbados y hacer la elaboración de las Señalizaciones Turísticas y Paneles de Información.
- 2) **Utilización de las Edificaciones Históricas:** Respecto a la Antigua Estación de La Unión, se puede ver el uso de la Edificación Histórica. Dichas edificaciones pueden ser puntos destacados para el turismo y tienen posibilidad de diversos usos como Oficina de Turismo, Local de Eventos y lugar de recreo de la población. En vez de congelar la Edificación Histórica como un simple Museo, mejor es darle vida a la edificación con diversas actividades y convertirlo en Recurso Turístico (Museo Vivo). De esa manera se le da un atractivo a la edificación y se tendría la posibilidad de animar la región y obtener resultados económicos. Sin embargo, se observa el deterioro por el tiempo de dicha edificación y por lo tanto se tiene que elaborar un reglamento de conservación y uso, y necesario compartir dicho reglamento. Además, construir al lado un pequeño Museo Regional (Dentro o fuera de la edificación) y presentar la Vida de la Región.

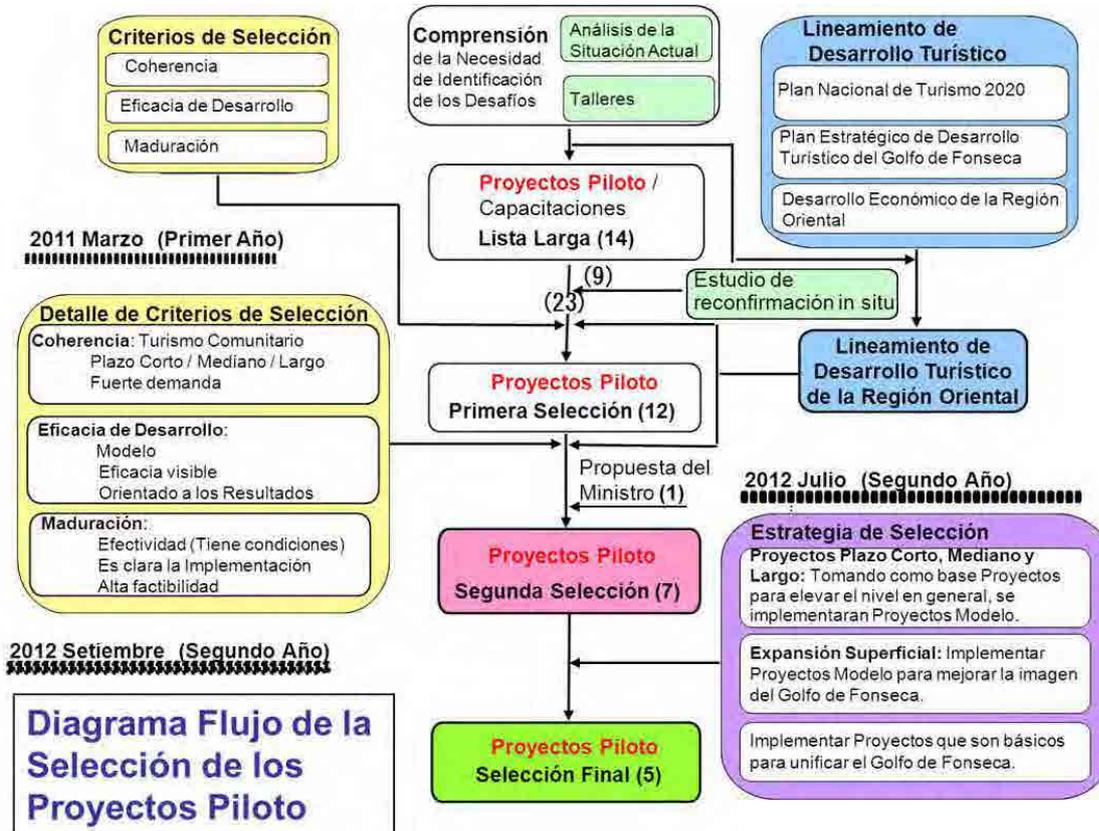
- 3) **Desarrollo de Turismo Comunitario:** La Cultura que tiene cada región, a pesar de ser un asunto sin importancia para los habitantes del lugar, en algunos casos es muy interesante para las personas de otras regiones y se tiene la posibilidad de convertirse en un Recurso Turístico. Como no es necesario el acondicionamiento de infraestructura de gran escala, es un concepto relativamente fácil de introducir, y se puede utilizar el proceso (Creación de un Producto Vivencial) del Proyecto Piloto “Tour a las Islas”. Sin embargo, para convertirse en Recurso Turístico se necesita la recolección de muchas cosas y el análisis del método de transmisión, formación de guías turísticos, solución de los problemas de sanidad pública y un gran desarrollo sobre sistemas y programas. Además, a pesar del desarrollo con mucho esfuerzo, no es muy grande el impacto económico hacia la región y muy difícil obtener la comprensión de la población local. Sin embargo, a través de la suficiente comprensión de la población local y su participación hacia el proyecto, es posible el Desarrollo Sostenible del Recurso Turístico. Sobre todo, incluyendo siempre la comida local en los Tours, se obtendría un resultado económico en la población local y un resultado cultural de conservación de la comida tradicional de la región.
- 4) **Utilización Turística de las Festividades:** Existe la posibilidad de que los turistas aprovechen turísticamente las festividades de los lugares visitados, por lo que es posible la utilización turística de dichas festividades. Como no es necesario una gran infraestructura, relativamente es fácil de empezar. En la región de los 13 Municipios, hay muchos lugares que no tienen instalaciones de hospedaje como hoteles, y es necesario los servicios de buses especiales seguros que trasladen a los turistas de los hospedajes de La Unión y Santa Rosa de Lima. En los casos de festividades que son peligrosos, es necesario analizar hasta donde pueden participar los turistas. Además, los turistas (En especial los turistas extranjeros) no siempre visitan en las épocas de las festividades. Para ello, se deben colocar paneles de información sobre las festividades en los Parques Centrales y los lugares donde se realizarán dichas festividades, para atraer a los turistas y fomentar la visita de nuevo.
- 5) **Mantenimiento de los Parques Centrales:** El Mantenimiento del Parque Central que tiene cada municipio, está planteado en los Planes de Desarrollo Turístico de muchos municipios. Proporcionar un lugar de recreo a la población luego de la misa dominical es darle recreación y con la mejora de la hospitalidad es posible conectarse con la conciencia hacia el turismo. Relativamente es fácil la instalación y manejo de una Caseta de Información Turística y la instalación de iluminación por Navidad. Sin embargo, primero se debe empezar con la limpieza del Parque Central. Además, la preservación de la seguridad también es un tema importante. Analizar la formación de Grupos de Vigilancia Vecinal y la colaboración con la policía. En el Municipio de La Unión, se ha instalado una Estación de Policía en el Parque Central y está mejorando la seguridad en la ciudad.
- 6) **Desarrollo de Centros de Artesanías:** Es la instalación y manejo de los Centros para vender las Artesanías de la Región. El artista artesano aunque elabora el producto, muchas veces es difícil asegurar los canales de venta. Para solucionar dicho problema se desarrollarán los Centros de Artesanías. Sobre todo, en La Unión y Pasaquina que son la “Cara de El Salvador” (Regiones fronterizas), y es efectivo porque los turistas de regreso tienen la tendencia de buscar artesanías. En los Centros de Artesanías se tiene que hacer la “Demostración Venta” y un “Área para Experimentar”, siendo posible extender el tiempo de permanencia de los visitantes a través de un Centro de Formato Vivencial. Además, comprender la tendencia de consumo de los turistas e implementar el Marketing y Seminarios para el Desarrollo de Productos Artesanales, considerando el precio del producto y la utilidad de la artesanía.
- 7) **Utilización Turística de Artes Tradicionales (Danzas):** Como ejemplos de utilización turística de Danzas Tradicionales, tenemos las danzas de Kecak y Barong de la Isla Bali, siendo posible la creación de atracción regional mediante la utilización turística de las danzas. No es solo mostrar una Danza Tradicional, es necesario mostrar una interpretación artística. Para ello, se tiene que implementar Seminarios de Danzas para danzantes e ir midiando periódicamente el mejoramiento de las técnicas de danza. Además, se deben realizar concursos para que

comience la competitividad y de esa manera mejorar el valor artístico.

- 8) **Utilización Turística de la Culinaria Regional:** El Desarrollo de la Culinaria Regional utilizando insumos locales, como no es necesario de infraestructura, relativamente es fácil de empezar. Aquí también se puede aplicar el Concepto de “Creación de un Producto Vivencial” que se aplicó en el Tour a las Islas, trayendo comida que se come normalmente en la casa y analizar la Culinaria Regional que se puede brindar a los turistas como un producto. La comida no solo se disfruta con el gusto, sino que como primera impresión se disfruta con la vista. Por ello, la decoración también es un factor importante en la culinaria, y se tiene que analizar el uso de vasijas de materiales locales como el jícaro y bambú, y la decoración con tallados de frutas y vegetales. No solo preparación de comida, sino hacer Seminarios sobre Salud Pública y Decoración de Platos, dando soporte a la conservación de Comida Típica y al desarrollo de Comida Local. Además, se realizarán Concursos de Comidas, empezará la competitividad y de esa manera mejorará la calidad de la Comida Regional.
- 9) **Desarrollo de Rutas Turísticas:** En El Salvador se han elaborado varias rutas turísticas como es el caso de “Ruta de las Flores”, mejorando la conveniencia de viajar a cada zona de los turistas. Además, a través de la creación de rutas, puede hacerse la promoción en conjunto de varias regiones a la vez de la ruta y no en forma individual, fortaleciendo la cooperación entre dichas regiones. Las Rutas Turísticas pueden conformarse de diferentes maneras, dentro de una sola ciudad o extendiéndose en varias regiones con recursos turísticos similares. Como tiene el concepto de conectar recursos turísticos ya existentes, no necesita crear una gran infraestructura nueva. Cuando se elaboran nuevas Rutas Turísticas, para que los turistas también puedan gozar la ruta sin guía de turismo, es necesario la elaboración de Mapas Turísticos y Señalizaciones Turísticas. No solo es establecer la Ruta Turística, sino que mediante la planificación de “Recorridos con Sellos”, es posible el aumento de los visitantes hacia la ruta, la extensión del tiempo de estadía de los visitantes o el aumento de los visitantes repetidores.

Anexo-5 Diagrama Flujo de la Selección de los
Proyectos Piloto

Diagrama Flujo de la Selección de los Proyectos Piloto



Con relación a los proyectos piloto, durante el primer año fue realizado un “Estudio de las condiciones existentes” y un “taller” para los 13 municipios; en el segundo año fue realizado un “Estudio de reconocimiento del sitio” y se preparó una lista larga de proyectos, según requerimientos del CDT y las condiciones existentes verificadas; al mismo tiempo fueron formulados los criterios de selección y los lineamientos de desarrollo turístico, para avanzar hacia la primera y segunda selecciones, para finalmente ser definidos por el MITUR/CORSAYUR.

Proceso de la selección de los proyectos piloto

	Propuesta Tentativa (Proyectos propuestos en el Primer Año)	Proyecto adicionados en el Segundo Año	Primera Selección (12)	Segunda Selección (7)
1	Mapa Turístico		①	Aprobación
2	Señalización Turística		②	Aprobación
3	Seminario y Concurso Gastronómico		③	No aprobado
4	Seminario y Concurso Artesanal		Capacitación	
5	Apertura Seminario Turístico Golfo de Fonseca El Salvador		Para tercer año	
6	Crucero a los Manglares del Golfo de Fonseca		Punto 15	
7	Apoyo a la elaboración del Reglamento del CDT		Aparte	
8	Elaboración de Folleto del CDT		Para tercer año	
9	Educación a la Agencia Local		No hay empresa	
10	Campaña de Concientización Turística		Punto 23	
11	Campaña de Limpieza		Punto 23	
12	Capacitación en Técnica Turística		Capacitación	
13	Lanzamiento del CDT Regional		Aparte	
14	Transferencia Tecnológica Turística a las ONG		Desaparición de ONG	
15	Tour Manglares		④	Aprobación
16	Llaveros / Adornos de Piedra		⑤	Capacitación
17	Mascaras / Petate		⑥	Capacitación
18	Museo de la Estación		⑦	No aprobado
19	Monumento		⑧	Prioridad Baja
20	Fútbol Playa / Softball		⑨	Prioridad Baja
21	Ninfa		⑩	Capacitación
22	Cerámica		⑪	Capacitación
23	Educación Turística y Ambiental		⑫	Aprobación
24	Tour Islas del Golfo de Fonseca		Propuesto en la Reunión del CCC	Aprobación

La lista larga constó de 23 proyectos, y durante la primera selección, fueron eliminados 11 proyectos, sea por la incorporación de proyectos similares en uno, sea porque serían atendidos a través de la capacitación; al mismo tiempo, fue incorporado 1 nuevo proyecto por decisión del Comité Consultivo, quedando así, de esta manera 13 proyectos para la primera etapa. En la segunda etapa, con los criterios de selección ya establecidos, fueron seleccionados 7 y finalmente el MITUR/CORSATUR definió los 5 proyectos.

La naturaleza de los 5 proyectos piloto seleccionados a través de diversos procesos se muestra a seguir.

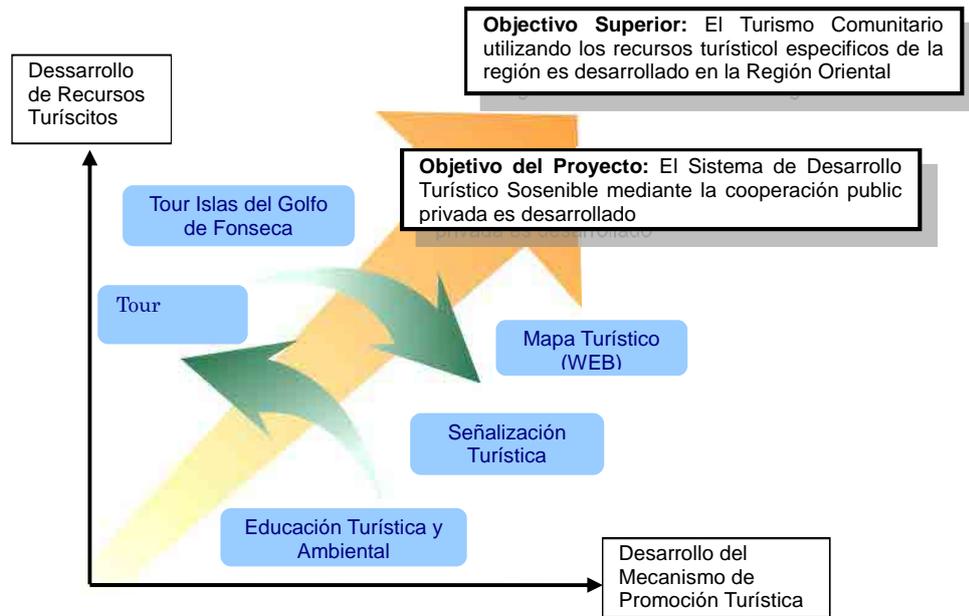
- a. Proyectos fundamentales para la promoción del turismo
 - Educación Turística y Ambiental
 - Señalización Turística
- b. Puesta en valor de los recursos turísticos locales
 - Tour de los Manglares
 - Tour a las islas del Golfo de Fonseca
- c. Fundamental para la promoción del turismo pero al mismo tiempo instrumento de difusión de los recursos turísticos locales.
 - Mapa Turístico(WEB)

Algunos han señalado que los proyectos están concentrados en la misma zona o municipios; sin embargo, al considerar la promoción del turismo en la región, se puede decir que existe un equilibrio en los proyectos piloto seleccionados.

Para lograr el objetivo de este Proyecto “Estructurar un sistema de desarrollo turístico sostenible con la asociación “público-privada” es necesario; 1) Estructurar el sistema de promoción del

proyecto y 2) es indispensable que los recursos turísticos concretos se desarrollen de forma paralela para que los resultados puedan manifestarse mutuamente en un efecto multiplicador, y de esta manera lograr el objetivo del Proyecto.

La siguiente figura muestra un esquema de los proyectos piloto y su relación con el logro de objetivos del Proyecto.



Anexo-6 Manual de Procedimiento de los Proyectos Piloto

- A. Mapa Turístico
- B. Señalización Turística
- C. Educación Turística y Ambiental
- D. Tour de los Manglares
- E. Tour a las Islas (Manual de desarrollo de tours en áreas costeras con participación de pescadores artesanales y sus familias)

A. Mapa Turístico

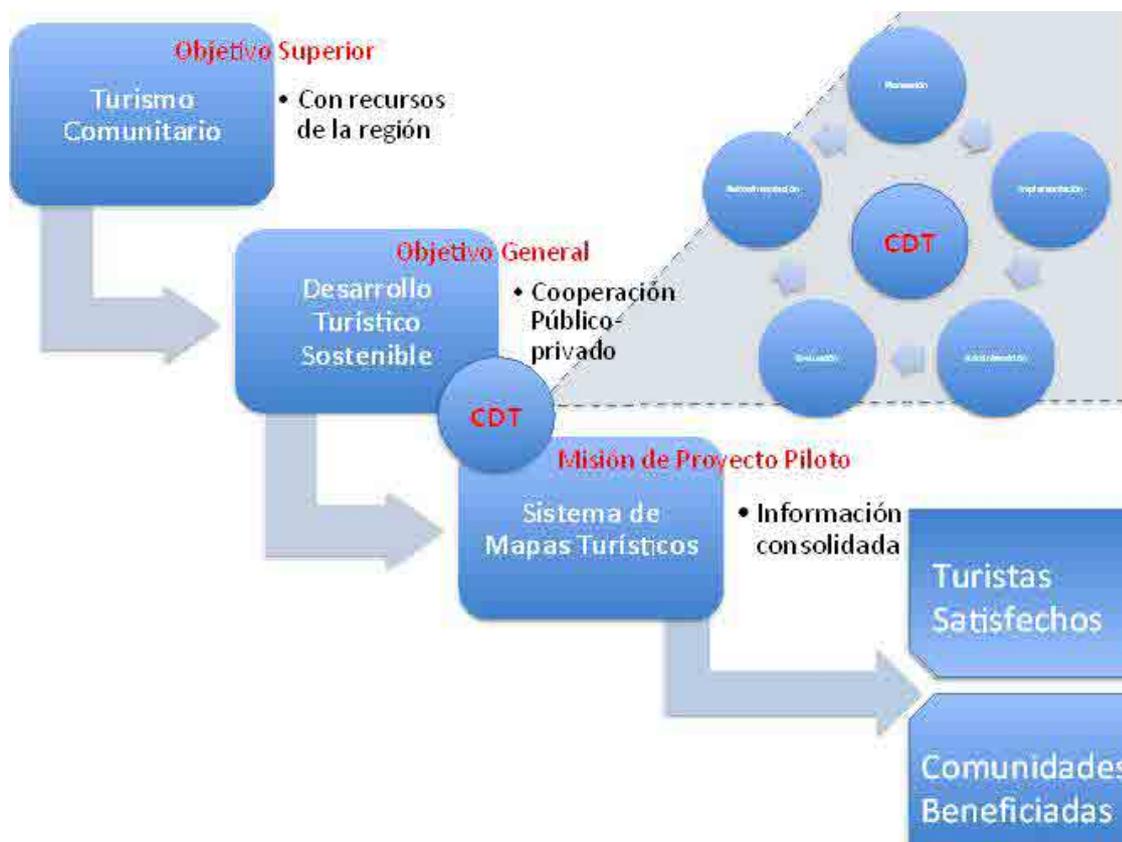
Mapa Turístico

Manual del proyecto manejo de mapas comunitarios

Objetivo del Manual

Acumulación de experiencia y promoción de lecciones aprendidas a través del proceso de implantación del proyecto piloto cuya misión es **“Formular un sistema de Mapas Turísticos que funcione efectiva y sosteniblemente a través de los Comités de Desarrollo Turístico, para brindar información consolidada a los visitantes de la región.”**

Diagrama del Proyecto



1. Importancia del Proyecto

Diversos estudios muestran que el preparar mapas turísticos con activa participación de las comunidades locales y ratificar que sean las comunidades quienes identifiquen y decidan los elementos de información logística, geográfica, comercial e identitaria relacionada con la cadena de valor del turismo, tiene impactos positivos en dos direcciones:



a) La satisfacción de los turistas

Para quien se encuentra fuera de su lugar de residencia, contar con información puntual sobre lo que pueden o no hacer y cómo moverse en un lugar de antemano desconocido, genera seguridad y aumenta su satisfacción. Además, contar con información en sitio y saber cómo llegar a los lugares de interés genera un impacto directo en la motivación del gasto, la estadía, su posterior interés en regresar a los lugares que visitan y la movilidad de los viajeros.

b) La identificación de las comunidades receptoras con su entorno

Para la comunidad receptora reconocer la importancia de sistematizar y dar a conocer a los visitantes información sobre sus recursos y su entorno, provoca una motivación especial que incluso los lleva a conocer mejor sus recursos turísticos, culturales y ambientales, y los motiva a disfrutarlos, aprovecharlos, cuidarlos y difundirlos. Tener un interlocutor ávido de conocimiento es el mejor motivador de un maestro y los locales pueden reconocerse como maestros de sus comunidades cuando participan en la creación de información, lo que incide en su autoestima y permite un diálogo equilibrado entre visitantes y anfitriones.

2. Papel de los Actores Involucrados

El proyecto se puede implementar directamente por los miembros del CDT local y/o los CDT's regional, talleristas de CONAMYPE, la empresa de diseño subcontratada y alumnos en las escuelas colaboradoras; los actores involucrados así como sus respectivos papeles se muestran abajo.

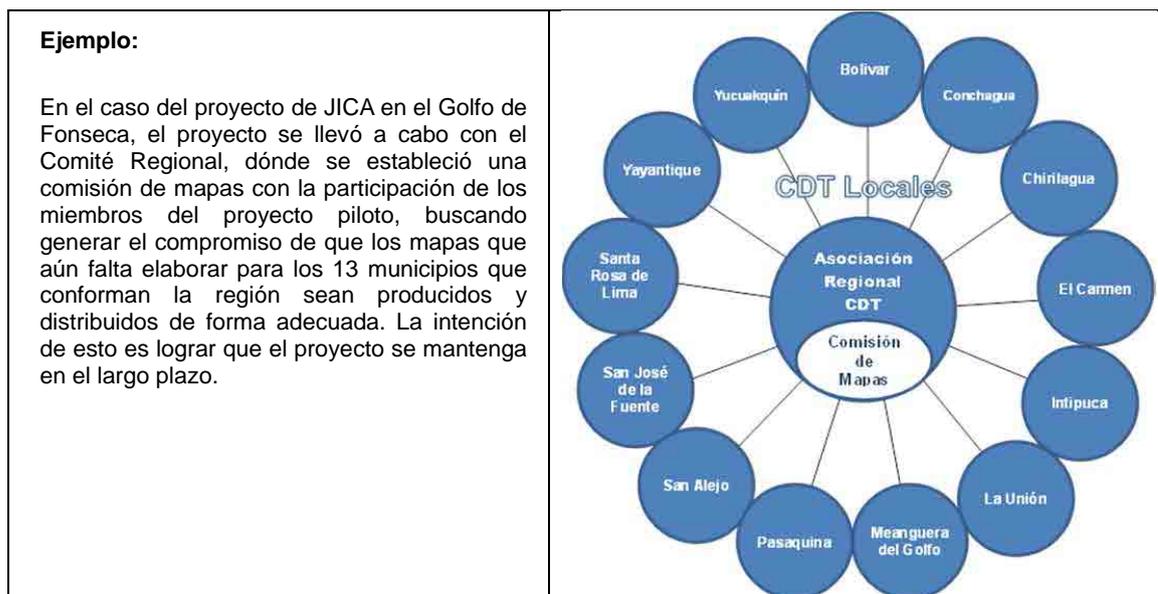
Actores	Función
CDT locales	Proporcionar información sobre el destino y seleccionar íconos representativos.
CDT regional	Responsable por la implementación del proyecto, y generar mecanismos para asegurar la posibilidad de actualizarlos, replicarlos y sostener el proyecto en el mediano y largo plazos.
Municipalidad	Cooperar con el CDT.
CORSATUR	Estar al tanto de la situación general para que el proyecto pueda ser un logro de CORSATUR, proporcionar información y lineamientos, vincular los mapas con la página web de CORSATUR.
CAT La Unión	Apoyar al CDT para la realización del proyecto.
Comunidades	Cooperar con el proyecto.
Talleristas de CONAMYPE	Impartir talleres para proporcionar a los involucrados metodologías y herramientas de mapeo, y generar información para los mapas.
Estudiantes	Apoyar el levantamiento de información.
Empresa de diseño	Diseñar los materiales de acuerdo con las instrucciones de los participantes, mantener un estrecho contacto con los CDT's y asesorarlos respecto a los temas especializados de mercadotecnia.

3. Equipo de Liderazgo Local

Aunque el proyecto puede implementarse en un CDT Municipal, se recomienda que el proyecto se

implemente a través de un Comité Regional por varios motivos:

- La unión hace la fuerza, hacerlo juntos nos permitirá ser más eficientes y efectivos al conseguir y aplicar recursos.
- Por su naturaleza multisectorial y porque está conformado por personas de distintos municipios y sectores es menos vulnerable a cambios políticos y administrativos que pudieran poner en riesgo el proyecto.
- Será más fácil replicar las experiencias en Comités con menor nivel de desarrollo con el apoyo de los más adelantados.



4. El Proceso Participativo

4.1. Comisión responsable

Para conducir el proceso participativo es indispensable asignar a una persona o comisión que sea responsable del liderazgo del proyecto para evitar dos posibles situaciones que ponen en riesgo la eficiencia y sostenibilidad del proyecto:

1. Que se dupliquen los esfuerzos y varias personas hagan la misma tarea, utilizando muchos recursos y energía.
2. Que nadie haga las tareas necesarias porque todos esperan que otra persona lo hará.

Ejemplo. El proceso de integración de la comisión responsable para el proyecto piloto se llevó a cabo en tres etapas:

Primera etapa: Comisiones locales

En la primera etapa se conforma una comisión en cada uno de los comités en que se lleva a cabo el proyecto piloto para comenzar a organizar los talleres y obtener información para diseñar el mapa. Los facilitadores trabajan con estas comisiones en varios talleres, buscando identificar con la comunidad factores importantes que marcan su identidad y que sería necesario incluir en los mapas, como la geografía, los lugares, los colores y los íconos identitarios que llevarían los mapas.

La comisión local tiene las siguientes funciones:

1. Seleccionar sedes y tiempos adecuados para la realización de los talleres de acuerdo con las condiciones y necesidades de cada comunidad.
2. Convocar a los miembros del comité y otras personas relevantes que participaron en los talleres.
3. Comunicarse con los facilitadores
4. Entregar a los responsables de diseñar el mapa la información que se recaba por parte del Comité
5. Capacitar sobre el levantamiento de la información, para que no existan dificultades en complementar la guía del levantamiento de la información en sitio.

Segunda etapa: una sola comisión para todos los comités de una región

En caso de que participen varios Comités, durante la segunda etapa, es necesario establecer una fórmula que permita la sostenibilidad de los mapas. Los comisionados de los tres municipios piloto se reunieron y acordaron que sería más eficiente conformar un frente común entre todos para la comercialización y distribución de mapas. Fue así que se conformó la Comisión de mapas en el marco de la Asociación de Desarrollo Turístico Regional.

Tercera etapa: Una comisión regional y varias comisiones locales

En la tercera etapa se consolida la comisión de mapas que está encargada del liderazgo, administración y control del proyecto a nivel regional para lograr que los mapas ya existentes sigan produciéndose, y para impulsar que en las otras localidades se conformen comisiones locales que aseguren la participación de las comunidades en cada localidad.

Para una tarea operativa de ésta naturaleza, no se recomienda que las comisiones para la realización o seguimiento de los mapas estén integradas por más de cinco personas, pues el proceso se vuelve ineficiente y burocrático.

En el proyecto piloto realizado en el Golfo de Fonseca hay dos tipos o niveles de comisiones para el proyecto de mapas y cada uno tiene sus funciones y responsabilidades:

Tipo de comisión	Perfil	Funciones
Comisión Regional de Mapas (en la Asociación de Desarrollo Turístico Regional)	Un máximo de 5 personas de cualquier municipio, interesadas en replicar el proyecto y lograr su sustentabilidad.	Coordinar la realización de nuevos mapas Generar e implementar estrategias de sostenibilidad Sistematizar y transmitir lecciones aprendidas
Comisión Local de Mapas (en los Comités Municipales o locales)	Un máximo de 5 personas cuyo liderazgo local y conocimiento del municipio aporten al proyecto.	Coordinar la participación de los actores locales Recabar información local

4.2. Talleres y sesiones de planeación participativa

Durante el proceso de planeación participativa se debe contar con talleristas capacitados enfocados a fortalecer la experiencia local y facilitar el seguimiento del proyecto. Los talleres se utilizan para transmitir conocimientos al tiempo que se recoge información práctica y emocional de los procesos internos generando un ambiente de negociación informada para generar consensos y motivar la apropiación los conceptos, metodologías, actitudes y acciones necesarias para implementar los proyectos y programas.

Para la realización de los talleres de planeación se utilizan las siguientes técnicas didácticas y de concertación:

- **Exposiciones teóricas** apoyadas con material visual en las que compartimos información general sobre tendencias del mercado, conceptos de competitividad, sustentabilidad, comercialización, metodología y ejemplos de mapeo.

- **Análisis de enfoque** que nos permiten profundizar en la comprensión del imaginario de los participantes: sus necesidades, sus deseos, sus gustos en relación con el proyecto y el entorno. Consiste en abrir un espacio de opinión sobre temas determinados donde los informantes se expresen individualmente y generen una voz colectiva en la que se identifiquen consensos y discensos sobre el tema estudiado.
- **Ejercicios prácticos** que tienen por objeto facilitar el aprendizaje y la aplicación práctica de las metodologías.
- **Dinámicas de grupo** para propiciar la integración, facilitar el análisis de los recursos comunes y establecer acuerdos y pasos a seguir.

4.3. Validación de la información

Para validar la información recabada en los talleres, es importante realizar una exploración de campo utilizando fichas diseñadas para incorporar información puntual de los lugares y establecimientos que serán incluidas en los mapas. Para realizar esta tarea, es posible involucrar a estudiantes de alguna institución educativa interesada en apoyar el proceso y permitir a sus alumnos aprender durante la tarea.

Atractivo o servicio urbano

Fecha _____ Localidad _____
 Encuestador _____ Municipio _____
 Supervisor _____ Departamento _____

Información del negocio

Nombre _____
 Conocido como _____
 Dirección _____
 Cómo llegar _____

Clasificación

Para dormir		Para comprar		Para visitar		Misceláneos	
Hotel	<input type="checkbox"/>	Artesanías	<input type="checkbox"/>	Parques	<input type="checkbox"/>	Grupos musicales	<input type="checkbox"/>
Hostal u hospedaje	<input type="checkbox"/>	Supermercado	<input type="checkbox"/>	Iglesia	<input type="checkbox"/>	Salas de belleza	<input type="checkbox"/>
Motel o autohotel	<input type="checkbox"/>	Mercado	<input type="checkbox"/>	Estadio	<input type="checkbox"/>	Parqueo	<input type="checkbox"/>
Campamento	<input type="checkbox"/>	Tienditas	<input type="checkbox"/>	Centross recreativos	<input type="checkbox"/>	Centro de oficina	<input type="checkbox"/>
Casa	<input type="checkbox"/>	Joyería	<input type="checkbox"/>	Monumentos	<input type="checkbox"/>	Fotoestudios	<input type="checkbox"/>
Otros _____	<input type="checkbox"/>	Papelería	<input type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>	Salas de recepciones	<input type="checkbox"/>
Para comer		Ropa		Centros culturales		Telefónicas	
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	Ferretería	<input type="checkbox"/>	Molinos	<input type="checkbox"/>	Empresas y fábricas	<input type="checkbox"/>
Pupuserías	<input type="checkbox"/>	Agroservicios	<input type="checkbox"/>	Gimnacios	<input type="checkbox"/>	Bancos	<input type="checkbox"/>
Comida a la vista	<input type="checkbox"/>	Zapatería	<input type="checkbox"/>	Cementerios	<input type="checkbox"/>	Funerarias	<input type="checkbox"/>
Chalet al aire libre	<input type="checkbox"/>	Centro comercial	<input type="checkbox"/>	Museo	<input type="checkbox"/>	Cerrajerías	<input type="checkbox"/>
Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>
Instituciones		Para información		Para educarse		Para curarse	
Alcaldía	<input type="checkbox"/>	CAT	<input type="checkbox"/>	Casa de la cultura	<input type="checkbox"/>	Hospital o centro médico	<input type="checkbox"/>
Centro de Gobierno	<input type="checkbox"/>	Touroperadores	<input type="checkbox"/>	Escuelas e institutos	<input type="checkbox"/>	Unidad de salud	<input type="checkbox"/>
Gobernación	<input type="checkbox"/>	Canales de cable	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>	Farmacia	<input type="checkbox"/>
Ministerios y oficinas nacionales	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>	Para autos		Otros _____	<input type="checkbox"/>
Servicios públicos	<input type="checkbox"/>	Circuito cerrado	<input type="checkbox"/>	Carwash	<input type="checkbox"/>	Para emergencias	
Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>	Gasolineras	<input type="checkbox"/>	Policía	<input type="checkbox"/>
Para transportarse		Para finanzas		Lubricentros	<input type="checkbox"/>	Migración	<input type="checkbox"/>
Terminales	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>	Bomberos	<input type="checkbox"/>
Taxis	<input type="checkbox"/>	Banco	<input type="checkbox"/>	Para llantas	<input type="checkbox"/>	Fuerza naval	<input type="checkbox"/>
Muelles	<input type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Venta repuestos	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>
Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>	Otros _____	<input type="checkbox"/>		

Descripción _____

GPS N _____ W _____ A _____

Le gustaría un anuncio SI Tel(_____) NO

Atractivo o servicio fuera del casco urbano

Fecha _____		Localidad _____	
Encuestador _____		Municipio _____	
Supervisor _____		Departamento _____	
Información del sitio			
Nombre _____			
Conocido como _____			
Dirección _____			
Cómo llegar en auto _____			
Cómo llegar en bus _____			
Clasificación sitios			
Naturales	Históricos	Contemporáneo	
Playa	Cueva	Petrograbados	Estadio
Laguna	Gruta	Vestigio arqueológico	Mina actual
Río	Sierra	Vestigio colonial	Zoológico
Ciénega	Montaña	Antigua Mina	Balneario
Cascada	Concentración flora y fauna	Zona arqueológica	Vivero
Ausoles			
Servicios			
Alojamiento	Mirador	Centro cultural	Gasolinera
Restaurante	Tirolesa	Museo	Lubricentros
Tienda	Balneario	Centro interpretativo	Talleres
Baño	Complejo recreativo	Venta de artesanías	Para llantas
	Tienda de Buceo		Venta repuestos
	Estación de Pesca		Terminal de bus
			Sitio de taxi
			Muelle
			Otros _____
Descripción			
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
GPS	N _____	W _____	A _____
	Le gustaría un anuncio	SI Tel(_____)	NO

5. Expresión de la Identidad del Destino

Los participantes en los talleres de planeación participativa deben explorar tanto contenidos geográficos como identitarios. Es muy importante que los mapas combinen cuatro elementos que expresen lo que es el lugar y lo que ofrece:

Valores	Características
Funcionales	Las expresiones funcionales se vinculan con el pensamiento lógico, con el entendimiento del medio ambiente y la oferta razonada. Responde a lo que se ofrece en términos prácticos y utilitarios. Esta información indica qué lugares pueden visitarse, qué servicios hay, cómo llegar a ellos y qué hacer en los destinos.
Emocionales	Se vinculan con el deseo más que con la necesidad y generan impulsos negativos o positivos respecto a un destino o producto. Apelan a un estado de ánimo. Hacen sentir seguros a las personas que los utilizan.
Sensoriales	Se perciben a través de diferentes sentidos relacionales como el tacto, el oído, la vista, el olfato.
De auto expresión	Son atributos de personalidad que se enfocan en generar relaciones de aspiración con los interlocutores. Tiene que ver con lo que un destino transfiere a la persona que lo visita para mostrar, presumir u ostentar públicamente.

Las expresiones identitarias son la base para la realización de íconos que identifiquen a cada comunidad.

Ejemplo de íconos identitarios de los destinos del Golfo de Fonseca:		
La Unión	Conchagua	Santa Rosa de Lima
		
La Unión como puerto y como destino ancla de la región	Conchagua con sus tradiciones culturales	Santa Rosa una ciudad comercial

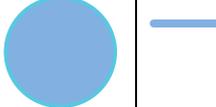
6. Contenido del Mapa

Los aspectos más relevantes que debe incluir un mapa comunitario para lograr cumplir con sus objetivos internos (hacia la comunidad) y externos (hacia los visitantes). En todos los mapas debe incluirse una relación de la simbología utilizada. Esto permite leer los símbolos que se utilizan en el mapa.

6.1. Información geográfica

Lo primero que hay que incluir es el mapa geográfico, orográfico, hidrográfico y topográfico de la zona. Esto se refiere a las principales montañas, cuencas y otras depresiones geográficas, cuerpos de agua como ríos y lagos, islas, y otros elementos que corresponden a la descripción de los elementos que conforman el territorio. En un mapa turístico es recomendable las que depresiones geográficas menores no se incluyan o se difuminen pues no tienen relevancia para el viajero y dificultan la lectura del mapa.

Ejemplo: Durante la última fase el proyecto piloto en la región del Golfo de Fonseca se utilizaron los siguientes colores:

Tipo de relieve	Ejemplo
El área de tierra deberá de ser del tono pantone EEE6CF, con un borde de .5 puntos de calibre con tono pantone 877F6B, tal como se muestra en el ejemplo.	
Los cuerpos acuáticos y ríos deberán ser de tono pantone 6897BA, y si se encuentran dentro de tierra, como son lagos y lagunas, deberán tener un borde de un punto de calibre con tono pantone 31C2E0.	
Los montes y montañas importantes se marcarán simulando relieves, utilizando para los tonos luminosos el pantone E1DAC9 y para los tonos sombríos el pantone D6D0C4. Las depresiones, como son barrancas y cañones, se marcarán de la misma manera pero invirtiendo los colores. Mostraremos cómo en el siguiente ejemplo.	
Los manglares, selvas y bosques se marcarán coloreando el área con tono pantone 90C375, 3C9608 y 4FCC06, respectivamente, utilizando en la capa una opacidad del 35%.	

6.1.1. El trazo de la información carretera

Los viajeros utilizan los mapas para ubicarse en el territorio y poderse movilizar de un punto a otro. Por esto mismo es de máxima importancia que los caminos, calles, carreteras, autopistas, paseos, andadores, ruta marítima y vías de tren sean perfectamente diferenciables. El calibre del trazo dependerá del tamaño del mapa, de la importancia del camino y de la proporción de los mismos.

Ejemplo: El cuadro siguiente mostrará cómo identificaremos la información carretera en la última etapa de los mapas durante el proyecto piloto del Golfo de Fonseca.

Tipo de camino	Figura	Tono	
Autopista		Pantone FFF100 sobre ED1D24	1.5 puntos sobre 3 puntos
Carretera pavimentada		Pantone F05A28	1 punto
Camino balastrado		Pantone C6AF75	1 punto
Camino 4X4		Pantone C6Af75	1 puntos
Andador		Pantone AFD135	.5 puntos
Ruta marítima		Pantone F70808	.5 puntos

6.1.2. Tipo de sitio

Identificar los sitios que se quieren resaltar en el mapa es algo que se debe hacer antes de comenzar el diseño pues esto facilita planear con anticipación. Existen muchos tipos de poblaciones, y en una misma región podemos encontrar un gran número de ellas. Al hacer

un mapa es muy importante no sólo ubicarlas en el mapa, sino también diferenciar los tipos de poblaciones que son, para que el viajero pueda ubicarse.

Ejemplo: A continuación se muestra un cuadro con el tipo de clasificación utilizada en la última etapa del proyecto piloto del Golfo de Fonseca, que se utilizó para diferenciar los diferentes tipos de poblaciones de forma gráfica.

Tipo de población	Definición	Figura	Tono
Ciudad turística	Ciudad mayor a 2000 habitantes que cuenta con servicios		Pantone ED1D24 con bordes tono 000000 de un punto
Población turística	Población menor a 2000 habitantes que cuenta con servicios		Pantone F7911D con bordes tono ED1C24 de un punto
Centro recreativo	Centro turístico con hotel y comercios. No es necesariamente una población.		Pantone F26D21
Población de apoyo	Población pequeña con pocos o ningún servicio.		Pantone 000000

6.2. Información iconográfica

La información iconográfica del mapa debe ser fácil de entender para cualquier persona, sin importar el idioma que hable. Esto se facilita cuando utilizamos íconos y símbolos visuales que representan lo que queremos decir de forma gráfica y significan lo mismo en cualquier idioma. No debemos perder de vista que la mayoría de los turistas que viajan en el país son salvadoreños y que visitar lugares turísticos no es el único motivo para viajar. El tamaño de la localidad que se quiere mapear determina en gran medida la forma como se planeará, seleccionará y presentará la información.

Los mapas son más atractivos y especiales si muestran la identidad local y resaltan los atractivos turísticos con imágenes relacionadas al lugar que estamos señalando.

- A los usuarios entrevistados les gustaron particularmente los íconos diseñados para el mapa. La mayor parte de la gente prefiere ver imágenes que leer. Es muy importante mencionar que estas imágenes deben ser creadas por la persona o grupo de personas que desarrolle el mapa, o bien, comprar los derechos de las mismas pues en caso de no hacerlo nos podremos enfrentar a problemas legales relacionados con el plagio y robo de propiedad intelectual.
- Pueden utilizarse íconos relativos a ser construcciones carismáticas como iglesias o monumentos, alguna fiesta o baile, alguna actividad cotidiana, una especie de flora, fauna o un accidente geográfico que se presenten como elementos que identifican el lugar. El equilibrio iconográfico permitirá generar la idea de diversidad e identidad de las regiones que se presenten en el mapa.

Ejemplos de íconos elegidos por las comunidades participantes en la Mancomunidad del Golfo de Fonseca.				
Meanguera	Chirilagua	El Carmen	Olomega	Manglar San Alejo
				

6.3. Vocación del destino

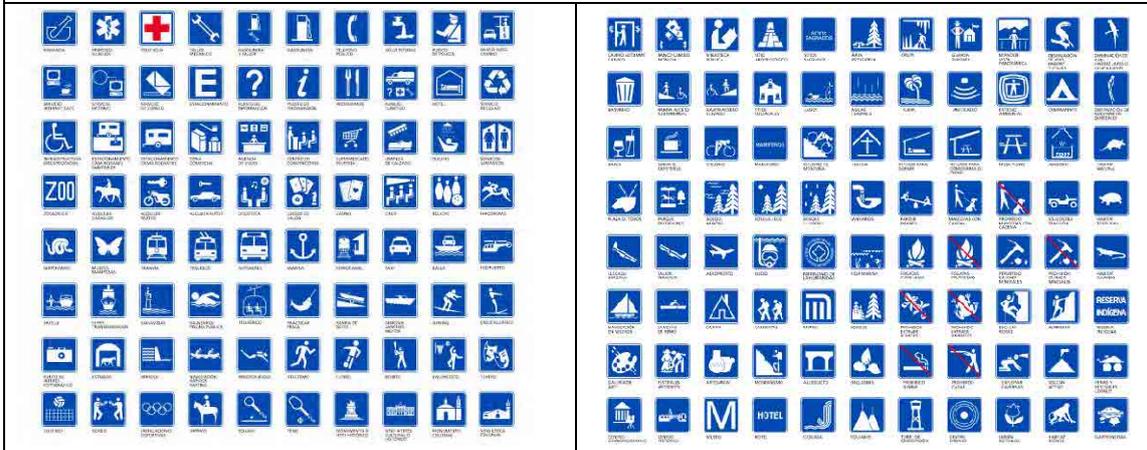
Es muy importante tomar en cuenta la vocación del destino para incluir los atractivos y servicios pertinentes. Por ejemplo:

- En las ciudades comerciales, es importante señalar todos los negocios, pues las personas van a hacer negocio.
- En las capitales departamentales, es muy importante poner todas las oficinas de gobierno a las que las personas llegarán para hacer trámites u obtener alguna información.
- En los pueblos que producen artesanías, habrá que tratar de localizar a todos los artesanos para que los visitantes sepan dónde encontrarlos y ellos tengan mejores posibilidad de mostrar y vender sus productos.
- De igual forma hay que investigar sobre todos los lugares turísticos que tenga la comunidad, para que el turista tenga la información más relevante del destino.

6.4. Servicios

Cuando una persona que viaja busca lugares para satisfacer distintas necesidades: comer, comprar, dormir, etc. Así mismo, uno de los principales objetivos de los mapas es lograr que los visitantes derramen beneficios a la mayor cantidad de personas posible. Pueden utilizarse los íconos diseñados por organizaciones internacionales para señalar las carreteras, pero también pueden crearse íconos propios que sean sencillos fáciles de entender e identificar.

Ejemplo. CORSATUR recomienda la utilización de los íconos diseñados por la OMT para señalización de acuerdo con el Manual de Diseño de Sistema de Señalización Turística de El Salvador.



6.5. Anuncios

Es conveniente incluir en el mapa anuncios de lugares para comer, comprar o realizar actividades diversas, como paseos por día. Así los viajeros sabrán a qué lugares ir y será más fácil para ellos planear su viaje y visitar los destinos a los que nosotros queremos que vayan.



6.6. Información de emergencia

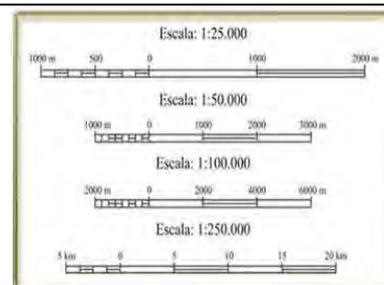
La información de emergencia se incorpora en alguno de los espacios vacíos del mapa. Esto contribuye a que el visitante se sienta protegido.

6.7. Información de ubicación

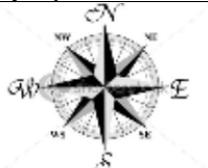
6.7.1. Tabla de escalas

Es importante incluir una tabla de escalas que nos de una referencia de las distancias en el lugar en que estamos, pues evidentemente el lugar es muchísimo más grande que lo que se muestra en el mapa. El mapa es sólo una representación que ayuda a comprender mejor el sitio. Con la tabla de escalas podemos calcular distancias con mayor facilidad.

Ejemplo



6.7.2. Puntos cardinales

<p>Es muy importante incluir una rosa de los vientos que nos ayude a ubicar los puntos cardinales y facilitar la lectura del mapa.</p>	<p>Ejemplo</p> 
--	--

6.8. Tamaño de letra

En un mapa hay muchos elementos que deben ser identificados con texto. Dicen que la letra habla y las tipografías uniformes generan un sentido de orden. Así mismo, una fuente fácil de leer y que se puede encontrar en cualquier computadora y programa genera seguridad, por lo que se eligió la fuente llamada ARIAL de color negro.

Ejemplo. Durante las primeras pruebas del proyecto se utilizó una letra demasiado pequeña y esto hizo difícil y molesta su lectura, por lo que al final se estableció el no bajar de los siguientes tamaños de fuente:

Elemento a identificar	Tamaño de fuente	Notas y puntos importantes
Nombre de población	10 puntos	No hay que olvidar empezar con mayúscula
Nombre de lagos y lagunas	10 puntos	
Nombre de parques nacionales	12 puntos	Negritas
Nombre de ríos	10 puntos	Negritas/Sigue el trazo del río
Países	21 puntos	Mayúsculas/Negritas/Letras blancas delineadas con negro
Mares y océanos	12 puntos	Negritas/Mayúsculas

6.9. Textura

La textura que presentan los objetos influye en los sentidos, crea sensaciones y produce atracción o rechazo, especialmente relacionado con la congruencia o correspondencia entre la textura y la personalidad de quien la expresa. Es por eso que la decisión sobre la textura de papel que utilizemos para el mapa es importante. La textura se percibe a través de dos sentidos:

- Tacto. Se siente la suavidad o rugosidad del papel y esto tiene un significado.
- Vista. Es llamada también textura gráfica. Ésta nos da una sensación de aspereza, transparencia, lisura o estampado.

La elección del papel debe realizarse con base en sus propiedades físicas, en lo que expresa, en su precio y en la accesibilidad, que tiene que ver con la disposición que existe, qué tan fácil o difícil es de conseguir.

Ejemplo. Durante el proyecto piloto se decidió utilizar papel bond, pues es un papel suave, flexible, que permite que los dobleces queden firmes y no se rompan fácilmente y que es mate, es decir, que no brilla. Todas estas características son consistentes con la intención de proyectar destinos naturales y los informantes que entrevistamos durante la evaluación estuvieron de acuerdo con que el papel no debe ser brillante para no deslumbrar a los usuarios, además de que les agradó que la textura estuviera acorde con la idea de lo rústico y tradicional de las comunidades que representan los mapas.

7. Formato

7.1. Tamaño

La decisión sobre el tamaño del mapa tiene que ver con el tamaño de papel que se utilizará, lo que debe considerarse desde un principio, pues el tamaño final afectará el diseño y el costo del mapa. Utilizar un papel de tamaños estandarizado ayuda a que nuestro producto sea más eficiente y rentable, pues si elegimos un tamaño no estandarizado es posible que la imprenta y el corte cobren extra. Los papeles que más convienen en El Salvador son ISO A2, ISO C2 o tabloide. En este caso recomendamos ISO A2 pues las series A son mucho más comunes, por ende más fáciles de encontrar y podremos incluir mucha información gráfica y textual sin sobresaturar nuestro mapa.

7.2. Cuadrícula de Referencia

Al lector del mapa le ayuda tener referencias para encontrar puntos específicos. Para esto es muy útil incluir en el mapa márgenes de referencia. Éstos se hacen dividiendo el mapa en cuadrantes del mismo tamaño y asignando a cada columna una letra y a cada fila un número. Para facilitar las personas que cuentan y saben utilizar equipo de geoposicionamiento, pueden incluirse las coordenadas de referencia.

Ejemplo				
	A	B	C	D
1				
2				
3				
4				

7.3. Distribución Interior

Es buena idea que antes de diseñar los mapas se establezca una distribución interior para dar consistencia a los mapas de una región.

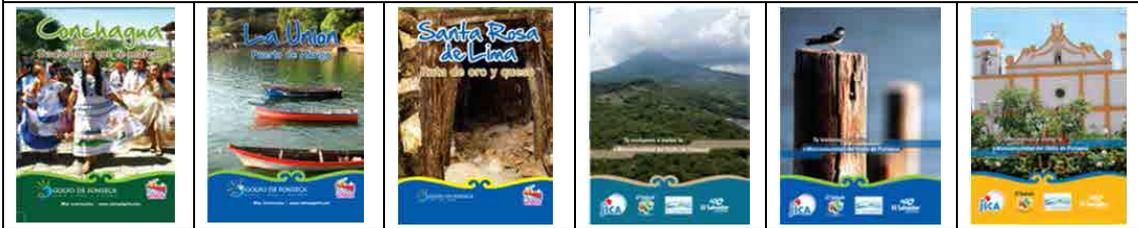
Ejemplo utilizado en los mapas comunitarios del Golfo de Fonseca.

Mapa del territorio municipal					Contra portada
Portada	Distancias Simbología				Mapa de ubicación

7.4. Portadas y contraportadas

La consistencia en las portadas es muy importante para generar un sentimiento de pertenencia entre los mapas de la misma región.

Ejemplos:



8. Presentación Final

8.1. La Resolución

La resolución tiene que ver con la claridad con que se miran las imágenes y los detalles que contienen. Cuando se trabaja en computadora, una vez que se ha creado un diseño es importante cuidar la calidad de impresión para poder presentar un producto de buena calidad. Los principales elementos a observar son:

Todas las pantallas funcionan a base de píxeles. Éstos son pequeños puntos a los que se les asigna un color para crear una imagen. Para cuidar el control de calidad en las imágenes por computadora se creó la unidad de medición DPI (dots per inch, en español puntos por pulgada) que mide la cantidad de píxeles que hay en una pulgada. Al crear un archivo de imagen (.pdf, .jpg, .png, .tiff, etc.) se le puede asignar la resolución (número de dpi) que se quiere. Los pasos para hacerlo dependen del programa que se utilice. Se recomienda utilizar programas especializados en diseño y establecer un mínimo de 260 dpi, para la impresión de una fotografía se sugiere un mínimo de 300 dpi, y para imágenes que se quedarán en internet se sugiere un mínimo de 72 dpi.

8.2. La Definición

Existen dos tipos de impresoras, y es importante guardar los archivos a imprimir con el mismo formato con el que trabaja la impresora. Así se logrará que el color impreso sea lo más fiel posible al que se ve en la pantalla, aunque casi nunca es exactamente igual. Se puede dar el formato de impresión desde la computadora al guardar el archivo o ajustando las preferencias de impresión.

Las impresoras comunes que se encuentran en casas y oficinas trabajan con el formato de impresión CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, black, en inglés) que funciona mezclando los colores cian, magenta, amarillo y negro. Muchas impresoras industriales también trabajan con este formato.

Algunas impresoras por inyección especializadas de mayor calidad funcionan con el sistema RGB (Red, Green, Blue, en inglés), que funcionan mezclando tintas rojo, verde y azul. Éste es el formato que utiliza la computadora y por ello es también el formato que se utiliza para imágenes que se quedarán en pantalla para internet, presentaciones, etc.

8.3. Doblado

Idealmente el mapa doblado debe quedar de 8 cm x 11 cm para que quepa cómodamente en el bolsillo. El mapa debe doblarse y desdoblarse con facilidad y permitir una ágil lectura de la información gráfica. Mientras esté doblado deben quedar por fuera la portada y la contraportada, escondiendo lo demás. Es conveniente doblar el mapa como un acordeón, será mucho más fácil de usar.



9. Distribución

Los mapas turísticos comunitarios NO son un material rentable y eficiente para promover los destinos fuera de su área de influencia, ya que han sido creados para ayudar a los visitantes que YA están en los destinos a desplazarse durante su visita, aumentando su satisfacción, gasto y recomendación, por lo que NO deberán ser distribuidos fuera de la región.

Al principio pensamos que podríamos llevar los mapas a ferias o distribuirlos fuera de nuestros pueblos para convencer a los turistas que nos visitaran. Después de un cuidadoso análisis que nos ayudaron a realizar los expertos de JICA y de realizar entrevistas con los turistas, reconocimos que los mapas comunitarios sólo son útiles y eficientes para guiar a los visitantes cuando ya llegaron a nuestros pueblos, pero no lo son cuando los distribuimos fuera de nuestra región.

La mejor manera de lograr que vengan más visitantes es haciendo que las personas que han llegado se sientan cómodas y seguras, se vayan contentas y nos recomienden.

9.1. Destinatarios

Los destinatarios de los mapas conforman tres grupos principales:

- A. Distribuidores autorizados (Patrocinadores y otros actores autorizados relacionados con la cadena de valor del turismo).
- B. Las personas de contacto en la comunidad.
- C. Los visitantes que YA se encuentran en el destino.

Ejemplo. Esta tabla fue diseñada durante el proyecto piloto para resumir el objetivo y perfil de los distribuidores.

Destinatario	A. Distribuidores		B. Personas de contacto	C. Visitantes que ya están en el destino
	Patrocinadores	Otros autorizados		
Perfil y criterios de elegibilidad	Haber apoyado el desarrollo del proyecto con su patrocinio.	Ser parte de la cadena de valor del turismo; participar en el taller.	Vivir en la comunidad, tener contacto con los visitantes.	Estar en el lugar.
Objetivo	Fortalecer su lealtad al proyecto. Utilizarlos como medio para dar información a los visitantes.	Motivarlos a participar en posteriores ediciones de los mapas. Utilizarlos como medio para dar información a los visitantes.	Fortalecer la identidad Capacidad para informar a los visitantes. Promover que conozcan y visiten su municipio.	Aumentar el deseo de viajar por la región, la percepción de seguridad de los viajeros, su satisfacción, su gasto, su recomendación.

9.2. Distribuidores autorizados

Serán distribuidores autorizados en primera instancia los anunciantes que han mostrado interés por el proyecto, y por lo tanto de informar a los visitantes. Los anunciantes serán los primeros receptores de los mapas en un evento privado para agradecer y motivar su participación.

Para aumentar la capacidad de distribución de los mapas y motivar a otros actores a participar como patrocinadores de los mapas, el CDT con el apoyo del CAT podrá acreditar a empresas no anunciantes que cumplan con los siguientes requisitos:

- Ser una empresa o persona relacionada con la cadena de valor del turismo (como hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías, taxistas, comerciantes, touroperadores y otros actores que tengan contacto con los visitantes).
- Comprometerse a distribuir los mapas entre los visitantes y a proporcionarles información oportuna y eficientemente.
- Capacitar a su personal como informadores turísticos.

9.3. Personal de contacto

Las personas locales son la principal fuente de información de los visitantes, particularmente quienes trabajan en un establecimiento de cara al público, pero también los paseantes. En la medida en que quienes tienen contacto con ellos estén bien informados sobre las características de su localidad y los recursos que lo conforman, las estrategias de comunicación en sitio tendrán mayor éxito y los visitantes se sentirán más seguros y satisfechos. Aunado a lo anterior, el hecho de que un sitio sea elegido por los visitantes suele ser un motivo de orgullo y arraigo local por parte de las personas de la comunidad.

9.4. Visitantes que ya se encuentran en la comunidad

Los mapas serán entregados mano a mano a los visitantes por parte del personal de los distribuidores seleccionados y autorizados para que éstos tengan una mejor receptividad.

La entrega de los mapas a los visitantes es una parte fundamental del proceso. Las personas que tengan esta tarea a su cargo, no deben perder de vista que los mapas son un instrumento para:

- Hacer que los visitantes se sientan más seguros y satisfechos en nuestro pueblo.
- Que se lleven una mejor impresión de los locales y de los salvadoreños en general.
- Que reconozcan que sabemos hacer bien las cosas.
- Lograr que se la pasen mejor y gasten más durante su estadía.
- Lograr que recomienden el destino entre sus amigos y familiares (recomendación boca a boca).

10. Sostenibilidad en el Mediano y Largo Plazos

Entre los mayores retos que se identificaron para lograr la sostenibilidad del proyecto está el asegurar que el Comité cuente con recursos económicos para seguir mejorando los mapas existentes y apoyando a otros CDT locales a producir otros mapas.

Ejemplo. En el caso de la Comisión de Mapas de la Asociación de Desarrollo Turístico Regional del Golfo de Fonseca, se establecieron las siguientes alternativas de recuperación y patrocinio que serán aplicadas de acuerdo con las condiciones de cada destino y las decisiones del CDT:

A. Donativo contra anuncio publicado en los mapas impresos

- A patrocinadores locales.
- A patrocinadores fuera de la región.

B. Donativo por recepción de mapas

- A empresas interesadas en informar a sus clientes.
- A turistas en sitio.
- A instituciones locales.

C. Donativo por otros actores locales, nacionales o extranjeros

- Alcaldía Municipal.
- Ministerio de Turismo u otros organismos gubernamentales.
- ONGs y/o proyectos orientados al desarrollo turístico o desarrollo de economías locales.

El presupuesto que se logró está sirviendo para contribuir con los otros municipios a desarrollar esta estrategia de los mapas comunitarios, para que ellos también puedan tener su mapa, y de esta manera la Región del Golfo de Fonseca cuente con información y destinos turísticos bien identificados, para contribuir al desarrollo comunitario sostenible entre los miembros.

11. Administración

Es importante establecer formatos administrativos que permitan el control y la transparencia de los recursos.

Ejemplo: Registro de usuarios: El distribuidor llenará el siguiente registro de usuarios que será entregado por el responsable del CDT Golfo de Fonseca.

Nombre	Lugar de residencia (municipio, país)	@	Desea recibir más información	Comentarios
			Sí _____ No _____	
			Sí _____ No _____	
			Sí _____ No _____	

Solicitud de mapas: Se entrega a los responsables de guardar los mapas.

Nombre del solicitante _____
 Empresa _____
 Motivo y forma de distribución _____

 Cantidad de mapas entregados _____ Cantidad de mapas requeridos _____
 Donación \$ _____ (_____)
 Aportación recibida _____ Mapas recibidos _____

Reporte financiero: Se entrega a los CDT's y a los donantes y se publica para asegurar la transparencia de los recursos, tal como debe hacerse con todos los proyectos de los CDT's en que se manejen fondos.

(1)Nombre	(2)Concepto	(3)Ingreso	(4)Egreso	(5)Total*
Donante en especie	Plataforma, diseño e impresión de mapas	XXX	XXX	\$ 00
Anunciante	Aportación 1 mapa	Xxx		+\$ xxx
Anunciante	Aportación 3 mapas	Xxxxx		+\$ xxxxx
Tallerista	Comisión por gestión de aportaciones		Xxx	-\$ xxxxx
Resumen del ejercicio		+ xxx	- xxx	\$ xxx

B. Señalización Turística

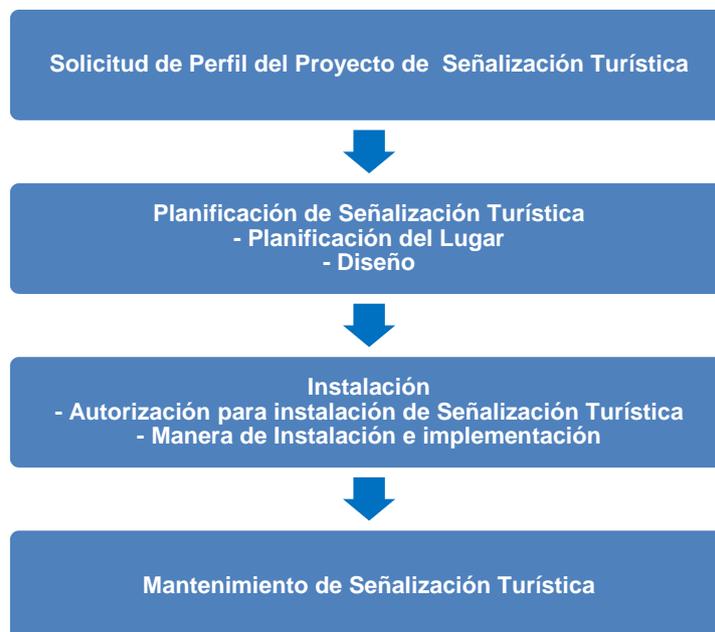
Señalización Turística

Manual de Proyecto de Señalización Turística

Objetivo del Proyecto es Acumulación de experiencia y lecciones aprendidas a través del proceso por parte de los involucrados y objetivos superior son Los recursos turísticos son conocidos por los turistas e Aumentar el conocimiento de los recursos turísticos

El Proyecto Piloto de Señalización Turística fue implementado de manera participativa, causando efectos tanto para el CDT como para los actores locales (municipalidad, empresarios, comerciantes y habitantes en general).

Flujo de Proyecto de Señalización Turística



1. Método para la solicitud de señalización turística

El CDT debe llenar en el formulario la información detallada sobre los recursos e instalaciones turísticas que requieren de señalización y entregar el mismo a las oficinas de MITUR CORSATUR. El formato del Perfil del Proyecto de Señalización Turística se encuentra en el anexo 1.

En base al formulario recibido, CORSATUR deberá verificar el contenido de la solicitud, junto al CAT y CDT.

El grado de prioridad será determinado conforme el formulario de señalización turística, y la implementación se dará de acuerdo a ese orden, según disponibilidad de presupuesto.

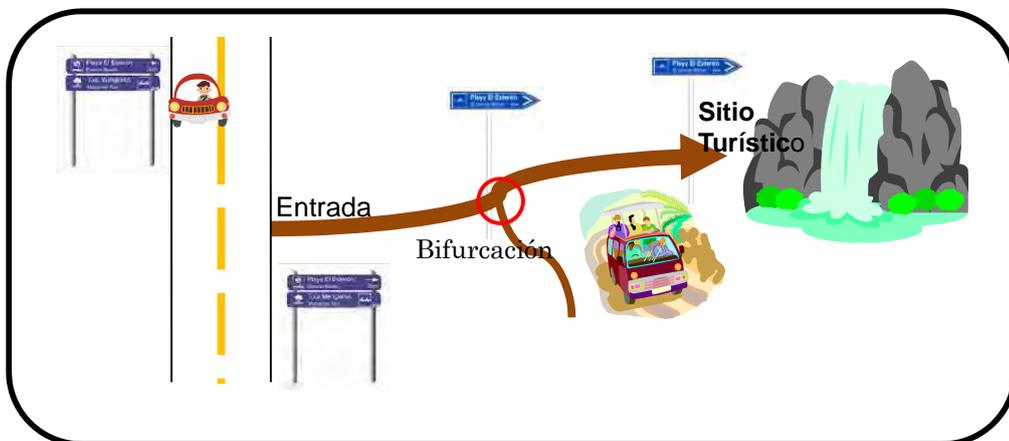
2. Seleccionar el tipo de Señalización Turística (Señalización Direccional, Señalización de Bienvenida, Rotulo de Información Turística)

Una vez verificado el local que requiere de señalización turística, será realizada una inspección de sitio juntamente con el solicitante y CORSATUR irá evaluar el tipo y ubicación de señalización turística más adecuados para ser instalados.

2.1 Señalización Direccional al Sitio Turístico

2.1.1 Planificación

- 1) Se irá marcar en un mapa, el punto de partida y el punto de llegada del recorrido que requiere de la instalación de señalización turística.
- 2) El recorrido debe ser planeado de manera que el turista pueda llegar a su destino sin perderse.
- 3) Cuando existan diversas rutas, planear las mismas considerando la más segura (seguridad). En lo posible, evitar rutas que no permitan el pase de algunos tipos de vehículos.
- 4) Señalizar siempre donde haya bifurcaciones.
- 5) Para las señales indicativas, colocar siempre la distancia hasta el sitio turístico, en un intervalo de 1km.
- 6) El punto de partida para la señalización turística indicativa debe ser la entrada de la carretera principal y el punto de llegada el sitio turístico mismo. Cerca de la entrada de la carretera principal, colocar señalizaciones a una distancia de 50~100m (2.4m X 0.4m /1señal; ver los detalles en 2-1-2, diseño 7) en ambos lados de la carretera.



2.1.2 Diseño

- 1) A principio se utilizará como estándar el "Manual de Diseño del Sistema de Señalización Turística de El Salvador" de CORSATUR.
- 2) La fuente de las letras deberá ser "CgGaramond".
- 3) Las indicaciones deberán estar en español e inglés, y el tamaño aproximado de la fuente en español debe ser de 1x y en inglés 0.75x, para mantener la proporción del diseño.

- 4) El color de fondo de la señalización turística será azul de acuerdo al Código de Pantone establecido para señalización Turística (Azul PR color No. 3, Color 15.090 de la norma federal de los estados unidos de América, No. 595A) para señalización del tipo direccional e indicativa interurbana, urbana y rural.
- 5) El color de fondo del pictograma deberá ser del mismo color de 4) y 5) arriba y con diseño de acuerdo a los establecidos.
- 6) Todas las letras deberán ser de color blanco.
- 7) Al planificar un nuevo diseño, es necesario que este se encuentre en armonía con el entorno natural para que no sea demasiado ostentoso.
- 8) Las dimensiones de la señalización sobre la carretera principal deberán ser 2.4m de ancho y 0.4m de alto cada una, para colocar no máximo 4 ~ 5. La ventaja es que en caso de daños, o cuando sea necesario acrecentar nueva información turística, el cambio de la señalización es sencillo.



- 9) Las siguientes señalizaciones turísticas serán utilizadas cuando se quiera causar más impacto para los turistas, atendiendo a lo establecido en el numeral 4) y 5).



- 10) Las dimensiones de las señalizaciones en flecha serán 1.5m de ancho y 0.3m de alto, y deberá contar con información sobre la distancia hasta el destino (km), pictograma del recurso turístico y el nombre del local (español, ingles).
- 11) Serán utilizadas señalizaciones turísticas en forma de flecha para indicar la señalización hacia la derecha o izquierda, según lo indicado a seguir.



Pictograma de Bosque

- 12) Se utilizara la flecha direccional, para indicar al turista la orientación que debe seguir para llegar a su destino, por ejemplo si el destino se encuentra 9Km siguiendo una trayectoria recta, se utilizara una flecha similar a la siguiente.



Pictograma de Caminatas

- 13) Los pictogramas deberán ser pertinentes al sitio turístico objetivo (Ver Manual de Diseño del Sistema de Señalización Turística de El Salvador) y colocarlos en secuencia de acuerdo a la oferta existente en el sitio, lo que permite incrementar las expectativas del turista con relación al destino, durante el trayecto.

Ej.: En el volcán de Conchagua se puede disfrutar de los bosques, las caminatas y el mirador con vista panorámica, por lo que se colocarán algunos pictogramas en secuencia.



Pictograma de Mirador Vista Panorámica

Señalización Turística instalada por el presente Proyecto Piloto



2.2 Señalización de Bienvenida

2.2.1 Planificación

- 1) Se evaluará la mejor ubicación para instalar la señalización turística de bienvenida al turista buscando generar el mayor impacto posible, como la entrada frente al sitio turístico o el lugar de pase obligatorio para el turista.
- 2) Se deberá evaluar el lugar para ser instalado tomando en consideración el entorno.
- 3) Se recomienda utilizar materiales locales característicos que sean de fácil mantenimiento (madera, por ejemplo), bajo el concepto de brindar una acogida cálida al visitante, por medio de frases amables.

2.2.2 Diseño

- 1) Desde el punto de vista del mantenimiento, el material debe ser resistente y de fácil obtención en el local.
- 2) El diseño del formato a ser confeccionado deberá expresar las características representativas de la localidad.
- 3) La fuente a ser utilizada en grabados de madera deberá ser Helvética.
- 4) Al utilizar la madera, se deberá tener en cuenta que los colores de la fuente, el pictograma y el logo no sean demasiado ostentosos.
- 5) Para el acabado de la madera, se recomienda la aplicación de barniz. Especialmente en zonas cercanas al mar, la aplicación de barniz marino garantiza una mayor durabilidad.

	
<p>Isla Zacatillo</p>	<p>Volcán de Conchagua</p>
	
<p>Muelle Municipal en La Unión</p>	

2.3 Rotulo de Información Turística

2.3.1 Planificación

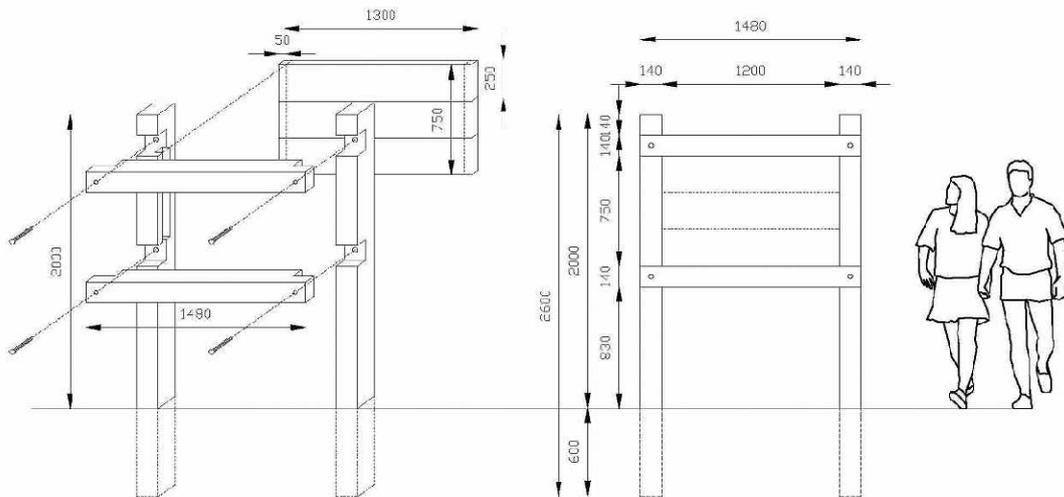
- 1) Para facilitar la lectura de la información en los rótulos de información turística, como datos de los mapas, la impresión deberá ser de alta resolución.
- 2) La ubicación para la instalación de los rótulos de información turística deberá estar a la altura del campo visual del turista, pero suficientemente alto para evitar vandalismos. Como estándar se considera una altura aproximada de 1.35m desde el suelo hasta el centro del rotulo.
- 3) La estructura del rótulo, para exteriores, deberá ser la siguiente.
 - Impresión digital para la información de mapas, en vinil autoadhesivo.
 - Luego se aplicara un laminado OVERLAY 3M.
 - Se laminará posteriormente con una capa de acrílico de 3 milímetros, para doble protección, este acrílico deberá sujetarse con tornillos de acero inoxidable.
- 4) La placa de acrílico puede ser fácilmente sustituida caso sufra daños o sea manchada, reinstalando un nuevo acrílico, sujetado siempre con tornillos.



Materiales de Estructura

El material a ser utilizado para las estructuras deberá ser de fácil mantenimiento y de fácil obtención en el lugar (madera, por ejemplo). Cuando sean instalados en zonas cerca al mar, será necesario considerar los efectos del óxido, por lo que en la medida del posible se deberá utilizar madera en lugar de materiales metálicos.

Los detalles sobre el material de estructura se muestran abajo.



Rótulos de Información Turística elaboradas por el presente Proyecto Piloto

	
<p>Rótulo de Información Turística para Tour a las Islas en Golfo de Fonseca</p>	<p>Rótulo de Información Turística para Tour de los Manglares</p>

- 1) Al utilizar la madera, considerar el color del logotipo para que este no sea demasiado ostentoso.
- 2) Se recomienda utilizar el barniz para el acabado en madera. Particularmente en sitios cerca al mar, la utilización de barniz marino permite mayor durabilidad.
- 3) Al instalar en locales cerca al mar, los tornillos, tuercas, arandelas, etc. deberán ser de acero inoxidable o galvanizado.

2.4 Opiniones sobre el Diseño de Señalización Turística

- 1) Se llevará a cabo entrevistas o encuestas sobre los ítems descritos en el cuadro siguiente, para los turistas que visitan los sitios donde se ha instalado la señalización turística, a fin de utilizar las respuestas como retroalimentación para el diseño de señalizaciones turísticas futuras.

Encuesta a los Turistas para Mejoramiento de Señalización Turística

- 1) Fue posible llegar al destino sin perderse?

Sí No

En caso negativo, en qué lugar ud. se perdió?

Medida a ser aplicada: revisar nuevamente el sitio donde fue instalada. Verificar si la señalización no ha sido averiada o robada.

- 2) Visibilidad

- Es fácil ver el tamaño y la fuente de las letras de las señalizaciones?

Sí No

- El color de las señalizaciones facilita la visualización?

Sí No

- Fue posible obtener la información adecuada sobre distancia, pictogramas, etc. indicados en las señalizaciones?

Sí No

En caso negativo

Medida a ser aplicada: reevaluar medidas para mejorar el tamaño de fuente, combinación de colores, etc.

3) Impacto

- ¿Cual fue su primera impresión al ver la señalización turística?

Comentario:

Ej.) Elevó la expectativa de llegar pronto al destino.

- Cuál fue su primera impresión al ver la señalización de bienvenida?

Comentario:

Ej.) Sensación de ser acogido, etc.

3. Metodología para la Instalación de la Señalización Turística

3.1 Autorización para la instalación de señalización turística

- 1) Una vez definidos el tipo, cantidad y ubicación de la señalización turística, se tramitará el permiso de instalación con a la alcaldía o a la entidad concerniente; de ser posible se debe solicitar el permiso por medio de CORSATUR, consensado con el CAT y CDT para aumentar las posibilidades de efectuar los trámites sin problemas.

Con relación a áreas naturales protegidas, es necesario obtener permiso del Ministerio de Medio Ambiente y otras instituciones involucradas, de manera que sería provechoso para el proyecto que CORSATUR se involucrara en contactar a las entidades concernientes, para acelerar el proceso.

- 2) La carta de solicitud para autorización de instalación de señalización turística (formulario) se encuentra en el Anexo 2.

3.2 Metodología para la instalación de señalización turística

- 1) CORSATUR, con la colaboración del CAT y CDT, verificará el lugar para la instalación de señalización turística.
- 2) Con relación a la instalación de señalización turística a través de este proyecto piloto, la empresa responsable del diseño y distribución de señalización, trabajó conjuntamente con el CDT local para instalar la señalización. La mano de obra de la instalación fue ejecutada por los miembros del CDT y CAT. Esta fue la primera vez que esto ocurrió en el país.
- 3) El trabajo de instalación realizado por los actores involucrados, genero conciencia en la población sobre la importancia del proyecto de señalización para su localidad, así como para el cuidado y mantenimiento de la misma.

	
Playa El Esterón (Intipucá)	Volcán de Conchagua (Conchagua)
	
Muelle Municipal (La Unión)	Isla Zacatillo (La Unión)

3.3 Estudio para la ubicación de instalación de la Señalización Turística

Algunas de las señales turística instaladas en los municipios de Conchagua y e Intipucá (total 2 lugares) fueron hurtadas. Se pudo averiguar que en ambos sitios, la concurrencia de personas es baja y no hay autoridad de seguridad en los alrededores.

- 1) Una vez decidido el lugar de instalación, se recomienda averiguar las condiciones de seguridad de los alrededores junto a la municipalidad y a la población local. No es recomendable instalar señalización turística en lugares poco concurridos, ya que la probabilidad de ocurrencia de daños o hurto es grande.
- 2) Es importante que el sitio se encuentre cerca de alguna vivienda y solicitar el apoyo de su propietario para cuidar la señalización contra daños o hurto.

4. Mantenimiento de Señalización Turística

4.1 Responsables de Proporcionar Información

La Gerencia de Proyectos e Inversión de CORSATUR es la responsable por la señalización turística que la institución instale; y todo aquello relacionado con la obtención de información y reportes deberá ser realizado a través de la oficina del CAT local o directamente a las oficinas de CORSATUR.

1) CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo)

Gerencia de Proyectos e Inversión

Licda. Martha Cristina Morales

Gerente de Proyectos e Inversión

E-Mail: mmorales@corsatur.gob.sv

Tel. (503) 2243-7835

Arq. Manuel García

Coordinador de Infraestructura Turística

Unidad de Infraestructura Turística

E-Mail: mgarcia@corsatur.gob.sv

Tel. (503) 2243-7835

Arq. Marta Calderón

Especialista en Infraestructura Turística

Unidad de Infraestructura Turística

E-Mail: mcalderon@corsatur.gob.sv

Tel. (503) 2243-7835

2) CAT La Unión (Centro de Amigos del Turista)

Ing. Sandra Natzumin Fuentes Sánchez

Técnico

Lic. Raúl Alcides Torres

Técnico

E-Mail: cat.launion@gmail.com

Tel. (503) 2604-0470

4.2 Lista de Materiales Utilizados

- 1) La información sobre especificaciones, local de adquisición y precios de los materiales utilizados en la señalización turística del presente proyecto piloto se encuentra en el Manual de Uso y Mantenimiento para facilitar la reposición de piezas y el mantenimiento.

4.3 Plan de Mantenimiento

4.3.1 Aplica a los siguientes elementos:

- Postes y estructura de soporte
- Tablero
- Anclajes
- Vinilo o Lámina Reflejante
- Madera

MANTENIMIENTO PREVENTIVO:

Se refiere al mantenimiento preventivo de los posibles causantes de daño de las señales que lo requieran atendiendo a las siguientes actividades para cada una de las señales instaladas, pero sin limitarse a ellas:

- 1) Ajustar y completar tornillos de anclaje.
- 2) Eliminar burbujas de aire.
- 3) Verificar fundaciones y estructura de soporte.

- 4) Quitar óxido de cualquier elemento metálico que lo tuviere y aplicar dos manos de anticorrosivo.
- 5) Colocar logos que hayan sido removidos.
- 6) Realizar limpieza a manera de remover ramas y hojas, polvo, manchas (graffiti, otros), stickers y otros que entorpezca la legibilidad de cada señal.
- 7) Aplicar 2 manos de barniz para ambientes marinos a la estructura de madera, por lo menos 1 vez al año.
- 8) Sustitución de acrílico de rótulos de madera, que se encuentren dañados. (Utilizar material nuevo).
- 9) Aplicar silicona en los lugares donde se requiera, para evitar el ingreso de humedad.
- 10) Aplicación de antioxidante y dos manos de anticorrosivo para ambientes marinos a placas metálicas.
- 11) Reposición de placas metálicas faltantes.

Para dar un mantenimiento preventivo, ninguna señal deberá ser removida de su ubicación actual.

MANTENIMIENTO CORRECTIVO:

Se refiere al mantenimiento que requiere del diseño, la fabricación, el suministro y la instalación de la señalización turística, como parte del mantenimiento correctivo de las señales, mediante la sustitución de la señalización deteriorada, la reposición de la señalización faltante e instalación de señalización en los lugares donde ha sido removida.

El mantenimiento correctivo de los todos los elementos que componen las señales se deberá hacer, atendiendo a las actividades de diseño, suministro e instalación de acuerdo a lo siguiente:

Postes y Estructura de Soporte:

- 1) Enderezado y pintura de estructura de soporte doblada.
- 2) Cambio de estructura de soporte dañada.
- 3) Complemento de estructura de soporte faltante.

Tablero:

- 1) Enderezado de tablero doblados.
- 2) Cambio de tableros dañados.
- 3) Complemento de tableros faltantes.

Anclajes:

- 1) Sustitución de anclajes dañados.

Vinilo o Lámina Reflejante:

- 1) Sustitución de vinilos dañados.
- 2) Complemento de vinilos faltantes.

Madera:

- 1) Sustitución de madera dañada.

4.3.2 Procedimiento de Plan de Mantenimiento

- 1) Llenar ficha de mantenimiento de acuerdo al Anexo 3. Esta ficha deberá entregarse completamente llena en las oficina del CAT La Unión, para que este informe a las autoridades correspondientes en CORSATUR.
- 2) Atender al programa de mantenimiento establecido en el Anexo 4.

- 3) Conformar un grupo de pobladores, centrado en el CDT para implementar el plan de mantenimiento. Caso necesario, se irá solicitar el apoyo de la municipalidad, la Asociación de Desarrollo Comunitario (ADESCO), la policía y el ejército para efectuar la vigilancia contra daños y robo.
- 4) Solicitar el apoyo de las comunidades o moradores en las cercanías de la señalización turística instalada para vigilar la misma, evitando así que sea dañada o robada.
- 5) Si encuentran algún problema en alguna de la Señalización Turística por favor notificar al Presidente de CDT o a la oficina del CAT La Unión quien dará aviso a las autoridades correspondientes de CORSATUR. Véase la 4.1.
- 6) Caso alguna parte de la estructura de la señalización sufra daños que puedan ser arreglados, verificar el registro de materiales utilizados que se encuentra en el Manual de Uso y Mantenimiento, para adquirir el material necesario. De lo contrario, avisar a la autoridad correspondiente, tal como se señala en 4-1.

4.3.3 Otras Recomendaciones

- 1) Las señalizaciones turísticas pueden sufrir daños o ser garabateadas, causando una mala impresión a los turistas que visitan el sitio, de manera que es necesario involucrar los actores locales, para que cuiden de la señalización turística ya que es importante mantenerlas en buen estado.
- 2) Durante la implementación de este proyecto piloto, después que la señalización turística indicativa del volcán de Colchagua fue cortada y desapareció, el CAT La Unión y el CDT local, por iniciativa propia, divulgaron el hecho a través de los medios (medida contra robos) y solicitó el apoyo de la población de los alrededores. Para los miembros del CDT que instalaron la señalización turística con su propio esfuerzo, el robo de la misma causó indignación, y como hasta la fecha no existían medidas contra robos, esta ha sido una lección para un mejor cuidado de la señalización; como resultado, la concientización sobre el turismo ha mejorado. Hasta el momento, no se han reportado otro tipo de ocurrencias similares y podemos considerar que la acción realizada por iniciativa propia ha traído resultados positivos. A partir de ahora, es importante tomar medidas como la inspección de las rutas turísticas, inclusive la señalización, por parte del CDT y del CAT, involucrando la población local.

Anexo B-1



Título PERFIL DEL PROYECTO DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	Código	
	Página	Versión

PERFIL DEL PROYECTO	
Fecha de elaboración del perfil del proyecto	Código del proyecto
INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	
Nombre del proyecto	
Área funcional	Nombre del solicitante
Nombre del director del proyecto	
ENFOQUE DEL PROYECTO	
Provee una visión a nivel ejecutivo del Plan de Proyecto: identifica la necesidad o el problema a resolver.	
Descripción del proyecto (Tipo, Material sugerido, Ubicación, entre otros):	
Problema o Necesidad de la localidad	
Objetivos estratégicos	
Objetivo del proyecto	
PRESUPUESTO ESTIMADO	
OTROS PROYECTOS RELACIONADOS	
Institución: Descripción: Monto estimado a invertir:	
FIRMA DE PARTICIPANTES	
Participante	Participante
Participante	Participante

Anexo B-2



Dirección
Nombre
Cargo

Presente,

Reciban un atento y caluroso saludo de parte del Ministerio de Turismo-CORSATUR a través del Centro de Amigo del Turista.

Motivo por el cual, le solicitamos en esta ocasión el apoyo Institucional para que nos brinde la autorización de los permisos correspondientes en la colocación de las señalización turística y exoneración impuestos municipales; principalmente en cada uno de los puntos identificados a través del proyecto en su municipio. Para más detalles, se anexan las ubicaciones y diseño de señalización propuestas para el municipio.

Esperando contar con su aprobación y autorización por escrita, ya que consideramos que son una institución de entusiasmo, dispuestos a apoyar los esfuerzos de la población; confiamos en poder contar con su cooperación y compromiso; sin más que mencionar les expresamos nuestros más sinceros agradecimientos y estima,

Atentamente

Nombre de Solicitante
Cargo
FIRMA
MITUR-CORSATUR

Anexo B-3

Ficha de Mantenimiento

PROYECTO PILOTO DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

FICHA DE MANTENIMIENTO

Ficha No. ____ Fecha _____
Ubicación _____
No. de Señalización _____
Nombre de quien llena ficha: _____

FOTO
Señalización

Condiciones de Señalización Turística

Tipo de Señalización Turística

Metal Madera

1. Postes y estructura de soporte	Si	No
1) Verificar fundaciones y estructura de soporte.		
2) Quitar óxido de cualquier elemento metálico que lo tuviere y aplicar dos manos de anticorrosivo.		
Comentario y Fotografía		
2. Tablero	Si	No
1) Verificar estado del tablero (tiene manchas, rayaduras, danos, otros)		
Comentario y Fotografía		
3. Anclajes	Si	No
1) Ajustar y completar tornillos de anclaje.		
2) Quitar óxido de cualquier elemento metálico que lo tuviere y aplicar dos manos de anticorrosivo.		
3) Aplicación de antioxidante y dos manos de anticorrosivo para ambientes marinos a placas metálicas.		
Comentario y Fotografía		

4. Acrílico o Lámina Reflejante	Si	No
1) Eliminar burbujas de aire.		
2) Colocar logos que hayan sido removidos.		
Comentario y Fotografía		
5. Madera	Si	No
1) Aplicar 2 manos de barniz para ambientes marinos a la estructura de madera, por lo menos 2 veces al año.		
2) Sustitución de acrílico de rótulos de madera, que se encuentren dañados. (Utilizar material nuevo).		
Comentario y Fotografía		
6. Limpieza	Si	No
1) Realizar limpieza a manera de remover ramas y hojas, polvo, manchas (graffiti, otros), stickers y otros que entorpezca la legibilidad de cada señal.		
Comentario y Fotografía		

Anexo B-4

PROGRAMA DE MANTENIMIENTO

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Limpieza y recolección de basura.												
Verificar estado del tablero (tiene manchas, rayaduras, danos, otros)												
Revisar existencia de Daños, Manchas, Oxido, etc.												
Limpiar paneles con una tela de textura suave.												
Reuniones sobre el cuidado de la señalización												
Verificar fundaciones y estructura de soporte.												
Pintar con barniz super marino señal de madera.												
Fijación de pernos												
Ajustar y completar tornillos de anclaje.												
Aplicación de antioxidante y dos manos de anticorrosivo para ambientes marinos a placas metálicas.												