

**PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS
DEL TURISMO EN EL SALVADOR
1930 - 2008**

Jorge Barraza Ibarra.

Primera Edición

2011

338.479 1

B269p Barraza Ibarra, Jorge

Perspectivas y tendencias del turismo en El Salvador: 1930-2008 /
sv Jorge Barraza Ibarra. – 1ª ed. – San Salvador, El salvador,
UFG Editores, 2011.
270p. 24 cm.

ISBN 978-99923-47-23-2

1. Turismo-El Salvador. 2. Turismo-Aspectos económicos.
I. Título

BINA/jmh

Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez
Rector

Dr. Elnor Osmín Crespín Elías
Director de Investigación



Publicado y Distribuido por la Editorial Universidad Francisco Gavidia

Derechos Reservados

© Copyright

Según la Ley de Propiedad Intelectual



EDITORIAL UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

UFG - Editores

Alameda Roosevelt #3031 San Salvador, El Salvador
Centroamérica

Tel. 2209-2854

Fax 2224-2551

E-mail: realidad@ufg.edu.sv

Website: www.ufg.edu.sv

AGRADECIMIENTOS

Al Ingeniero Mario Antonio Ruiz R.,
Rector de la Universidad Francisco Gavidia,
por su apoyo para la realización del presente trabajo.

*"Un pueblo que desconoce su historia no puede comprender el presente
ni construir el porvenir"*

Helmut Kohl. (Canciller alemán)

*"Para comprender de donde viene un hombre, camine unas pocas millas
en sus mocasines"*

Proverbio de los indios norteamericanos.
San Salvador, octubre de 2009

DEDICATORIA

Para mi esposa Nester y mi nieta Rocío,

*"Con frecuencia uno encuentra su destino, siguiendo las veredas que
tomamos para evitarlo"*

La Fontaine. "Fables"

"Utilice las palabras para ayudar, no para herir"

El Despertar del Buda Interior.

TABLA DE MATERIAS

Capítulo I

Turismo

1.1	Conceptos y características	13
1.2	Tipología del turismo	19
1.3	La teoría general de sistemas y turismo.....	24
1.4	El desarrollo histórico del turismo.....	26
1.5	Los efectos del turismo sobre la economía	35
1.5.1	El turismo como fuente generadora de divisas	36
1.5.2	La contribución del turismo a la redistribución del ingreso	39
1.5.3	El efecto multiplicador del gasto turístico	39
1.5.4	El turismo como generador de empleos	40
1.5.5	El turismo como factor de expansión del mercado nacional..	41
1.5.6	Efectos del turismo sobre el nivel general de precios	41

Capítulo II

El turismo como fenómeno antropológico.

2.1	Antecedentes	43
2.2	Una visión de la sociedad salvadoreña de 1900 a 1930	46
2.2.1	Período 1907 – 1911. Gral. Fernando Figueroa	54
2.2.2	Período 1911 – 1913. Dr. Manuel Enrique Araujo	55
2.2.3	Período 1915 – 1918. Don Carlos Meléndez	57
2.2.4	Período 1919 – 1923. Don Jorge Meléndez	58
2.2.5	Período 1923 – 1927. Dr. Alfonso Quiñónez Molina	59
2.2.6	Período 1927 – 1931. Dr. Pío Romero Bosque	60
2.3	El desarrollo urbano de San Salvador	62
2.4	El desenvolvimiento del transporte marítimo	70
2.5	Los puertos y los ferrocarriles. Su importancia	72
2.6	Las carreteras	76
2.7	El inicio de las primeras medidas del gobierno con respecto al turismo, a partir de 1924	77

Capítulo III

El período "romántico" del turismo salvadoreño.

3.1	El marco histórico del país en 1944 – 1947	81
3.2	La institucionalidad del turismo en el país en el período	83
3.3	El período romántico	85
3.4	La obra de Raúl Contreras	93
3.5	La creación del Instituto Salvadoreño de Turismo	101

Capítulo IV

El comportamiento del turismo entre 1963 a 1979.

4.1	Antecedentes	103
4.2	El inicio del turismo en El Salvador	106
4.3	La década de 1970	109
4.4	Las estrategias del período	117

Capítulo V

Enfoques básicos para el estudio del turismo.

5.1	Enfoque económico	127
5.2	Enfoque sociológico	128
5.3	Enfoque geográfico	128
5.4	Enfoque administrativo	128
5.5	Enfoque institucional	129
5.6	Enfoque histórico	129
5.7	Enfoque del producto	129

Capítulo VI

Diagnóstico del desarrollo del turismo en El Salvador.

6.1	Algunas consideraciones sobre oferta y demanda turística	135
6.2	El desarrollo de la actividad turística desde 1992 a 2007	143
6.3	La oferta hotelera	144
6.4	Los servicios complementarios	151
6.4.1	Las rutas de autobuses	152
6.4.2	La renta de automóviles	154
6.4.3	Taxis	156
6.5	La oferta de alimentos	158
6.6	Los atracciones turísticas naturales	162

Capítulo VII

La estrategia del período 2004 – 2008

7.1	El Plan 2014	165
7.2	Los principios y criterios de la planificación	172
7.3	Valoración de los Objetivos del Plan 2014	173
7.4	La estrategia general	177

Capítulo VIII

Planificación del Turismo

8.1	El proceso de planificación.	186
8.2	Las metas en el desarrollo del turismo.	189
8.3	Esquema. Planificación del desarrollo turístico.	189
8.4	Los aspectos políticos del desarrollo del turismo.	192
8.5	Las funciones del Estado.	197
8.6	Los errores en el diseño de las políticas de turismo.	200

Capítulo IX

Turismo, Medio Ambiente y Ecología

9.1 Turismo.	203
9.2 Las fases de desarrollo del turismo.	204
9.3 El turismo como actividad socialmente incluyente.	209
9.4 El turismo como derecho y necesidad para todos.	210
9.5 La responsabilidad social de las empresas y organizaciones.	210
9.6 La integración de redes de calidad.	211
9.7 La comunicación estratégica.	211
9.8 El capital humano es el principal activo del turismo.	211
9.9 El turismo debe reconocer la nueva ética del consumidor.	212
9.10 El turismo debe mejorar el bienestar de los residentes.	212
9.11 La necesidad de la asociatividad local.	213
9.12 El desarrollo del turismo y la planeación participativa.	213
9.13 El Medio Ambiente.	214
9.14 Ecología y Turismo.	220

Capítulo X

Reflexiones sobre los valores para la elaboración de una futura política turística en El Salvador

10.1 Ministerio de Turismo.	241
10.2 Las metas en el campo económico son:	263
10.3 En el campo social:	263
10.4 En el campo cultural:	263
10.5 En el campo político:	264

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está relacionado con el tema del Turismo en El Salvador. De por sí, constituye un aporte a una temática sobre la que se ha escrito muy poco o prácticamente nada. Los primeros esfuerzos desarrollados por el país en el campo del turismo internacional se dan a partir de los años setenta, sin embargo hasta la fecha, muy poco se ha avanzado en este campo. La improvisación y la falta de sistematización de los esfuerzos, tanto públicos como privados, ha sido la característica más notoria de las iniciativas desarrolladas en los últimos cuarenta años, excepción hecha de algunos cortos períodos de tiempo en donde se abrigó la esperanza de que el turismo adquiriera una dimensión importante y significativa para el país.

El concepto de turismo se ha modificado con el tiempo y bajo la influencia de hechos y factores que conforman su estructura y comportamiento; los conceptos y los enfoques de los años setenta no son los mismos de hoy en día. Las motivaciones que inducen a los viajes, las expectativas y las apetencias de los turistas en lo que respecta a los lugares de destino, una nueva conciencia mundial sobre la urgencia de preservar las riquezas naturales, geográficas, históricas y culturales de nuestro planeta tiene hoy un papel importante en la mente de los turistas de los países industriales del siglo XXI.

Posiblemente, es cada vez menos importante, los flujos de turismo masificado y depredador, que inundó las más importantes regiones turísticas de las décadas de 1980 y 1990. Por tales razones, se avecinan nuevas formas de viajar, de utilizar el ocio para el enriquecimiento humano y cultural del viajero, para la creación de experiencias únicas e incluyentes, para dejar de ser masas informes de seres humanos llevados y traídos al gusto de las grandes empresas operadoras de turismo, más preocupadas por maximizar sus beneficios dentro de un sistema de capitalismo neoliberal, que por contribuir a la formación integral de los turistas y las regiones.

Uno de los indiscutibles beneficios del turismo en los países que se ven beneficiados por sus actividades, especialmente los subdesarrollados, es su capacidad para contribuir a promover el desarrollo económico y social de los mismos. Por sus especiales características para generar empleos,

sobre todo de grandes contingentes de mano de obra no calificada; de requerir productos y servicios elaborados internamente; de potenciar la demanda nacional; de contribuir al desarrollo de la infraestructura y la estructura recreativa; y también de influir positivamente en las actitudes y motivaciones de los habitantes de nuestras regiones pobres, el turismo ha sido una expectativa en la mente de las autoridades gubernamentales y de otros actores sociales, para apoyarse en su participación en la generación de producción y riqueza nacional. Sin duda, estos beneficios no nos hacen ignorar los efectos negativos que esta actividad genera si no se cuida con responsabilidad social su participación en las actividades económicas.

El documento que hoy estamos poniendo en manos de los distintos grupos académicos de la vida universitaria, es un esfuerzo para contribuir al análisis y al conocimiento de nuestras experiencias en este campo, desde los lejanos años de 1930, cuando empezó una tibia preocupación social por cuidar el ornato de nuestros limitados recursos turísticos nacionales. Años después, en la década de 1950, bajo el influjo de la personalidad del gobierno de esa época y de don Raúl Contreras, la construcción de nuestros parques turísticos nacionales y el desarrollo del concepto de recreación social.

Luego, a partir de 1970, los esfuerzos por ingresar en los mercados turísticos internacionales con todos los errores y aciertos cometidos. Me atrevo a afirmar, que este documento presenta por primera vez, en forma inédita, una historia sistematizada del desarrollo del turismo en El Salvador, del que tuvimos la suerte de ser partícipes muy cercanos de los actores y de los hechos de algunos períodos.

El análisis y las reflexiones pertenecen al autor y, en este sentido, me hago responsable de las afirmaciones y consideraciones al respecto. Sin embargo, nadie podrá dudar que, independientemente se esté o no de acuerdo conmigo, el valor del trabajo se mantiene en el enfoque conceptual, en la relación de los hechos, en las referencias proporcionadas, en la sistematización de la obra y en que constituye un primer esfuerzo académico para poner en manos de los presentes y futuros estudiantes de estas disciplinas una obra que espero se convierta en obligada referencia.

Capítulo I

Turismo

1.1 Conceptos y características.

El turismo es una actividad humana, y como tal, tiene toda la amplitud y la profundidad de los hechos humanos, por lo que no debe extrañar que su conceptualización se revista de diversos enfoques y categorías en función de la óptica con que se examine su papel en la sociedad.

Las Naciones Unidas definen al turismo diciendo que "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado."

Se desprende de la definición anterior, cuya amplitud se comprende por la práctica imposibilidad de definir con precisión los complejos hechos y actividades humanas, que el turismo es todo desplazamiento de nuestro lugar habitual de residencia por un período determinado, atendiendo a una o varias causas, que generan una diversidad de impactos económicos, sociales, culturales y de diversa índole, en los lugares de destino.

En términos generales, el turismo es una actividad cuyo crecimiento progresivo genera impactos de considerable importancia en el ámbito social, cultural y económico de un país.

Con el transcurso del tiempo y, en la medida que las sociedades se transforman, el turismo se ha modificado en su estructura, así como en las formas de explicarlo y entenderlo.

Desde el punto de vista económico, que constituye una importante forma de medir los impactos del turismo en la economía, se trata de medir los efectos en la balanza de pagos, en las inversiones, en la

construcción, en el mejoramiento del empleo, y finalmente en el bienestar general de los miembros de las comunidades que se benefician de estos flujos de personas.

Pero es necesario considerar también que el fenómeno del turismo no solamente genera beneficios, sino que igualmente pueden darse efectos sociales y culturales negativos, tales como la prostitución, la trata de blancas, el consumo de drogas, las actividades del crimen organizado, que son males que abaten a las sociedades modernas.

Sin lugar a dudas, el turismo es también un fenómeno social, en donde se han dado una multiplicidad de definiciones que no son universalmente satisfactorias. Esto es indicador del carácter multifacético del turismo y de su amplio contenido, considerando que cada definición trata de hacer énfasis en una dirección científica determinada.

Por lo tanto, las definiciones y concepciones más relevantes sobre el turismo, pueden ser agrupadas en diferentes corrientes de pensamiento, pero debe tenerse una clara conciencia que no existe una definición universalmente aceptada sobre el turismo, aunque sí hay consensos básicos, que posibilitan un primer acercamiento al fenómeno. En este sentido, otras definiciones sobre el tema son las siguientes:

- a) "El turismo es el estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la industria que responde a sus necesidades habituales, y del impacto que tanto él como la industria tienen sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes".¹
- b) Desde un punto de vista sociológico, "el turismo es la suma de tres factores: tiempo libre, ingresos económicos no necesitados para satisfacer necesidades personales como casa, comida, transporte, etc., y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que se pertenece, hacia el hecho de viajar".²

¹ Jafan, 1977, página 6.

² San Martín García, 1997, página 38. Smith, 1989.

- c) "el turismo es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos".³
- d) Atendiendo a una perspectiva geográfica, "el turismo es la suma de los viajes de los no residentes".⁴
- e) Para Hunziker, uno de los precursores del estudio teórico del turismo, este es "un conjunto de relaciones y de hechos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por actividad lucrativa".
- f) Otro autor, Benscheidt sostiene que: "el turismo es el conjunto de relaciones pacíficas y esporádicas que son el resultado del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los naturales de ese lugar".
- g) Para Donald E. Lundberg, "el turismo es el negocio del transporte, atención, alimentación y diversión del turista".
- h) Finalmente la OMT, define al turismo como "es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales".

Las anteriores definiciones, no constituyen más que enfoques sumamente parcializados de un complejo fenómeno humano; por lo tanto carecen de una suficiente visión de las motivaciones e intereses, así como de las implicaciones, que mueven a las personas a hacer un viaje.⁵ En tal sentido, parece necesario buscar otras definiciones que se preocupen por desarrollar con mayor amplitud este fenómeno.

³ Ryan, 1991.

⁴ Murphy, 1985

⁵ Es indudable que no todos los factores enumerados deben concurrir en los viajes de las personas para hacer un viaje de turismo, y aun faltando algunos de ellos, el viaje puede ser apropiadamente calificado como "de turismo".

“Turismo es todo plan de desplazamiento de ida y vuelta cualquiera que sea la motivación de la distancia recorrida y la duración temporal.”⁶ No obstante, debe considerarse también aquellos movimientos de turistas, que se desplazan animados de motivaciones no comunes de la mayoría de los turistas; llamados como turismo “espurio”. Sin embargo, el turismo es igualmente un concepto legal, que es concedido tanto por el país emisor como por el país receptor.

Frente a toda esta clase de peculiaridades, en los estudios particulares de estos flujos de personas, es necesario identificar las causales o motivos que dan lugar a los viajes turísticos, tales como factores demográficos, económicos, psicológicos, culturales, ecológicos, deportivos y muchos otros más.

El turismo puede ser considerado dentro de un concepto sociológico más amplio, como es el de movimiento de población; en la medida que son personas que se mueven de un lugar a otro, pero sin cambiar su domicilio habitual. Por tal razón, el concepto de turismo es una interpretación más reducida y limitada del concepto de movimiento poblacional. Estas consideraciones avalan la necesidad de considerar al turismo como un fenómeno social en toda su integridad, incluyendo sus contradicciones.

El turismo es concebido desde principios del siglo XX como un fenómeno social, y por lo tanto se considera como un objeto de estudio de la sociología. Sin embargo es, obviamente, un fenómeno económico, que requiere de amplios análisis de la economía, ya que se considera como una actividad de consumo “enfrentada”, que impacta todo el sistema productivo del país visitado.

Es interesante considerar aquí lo que ha dado por llamarse una descripción anatómica del turismo, entendida como una descripción de las actividades que integran lo que se denomina turismo. Este enfoque se basa en que el turismo no es un sector económico tradicional, sino un conjunto de actividades que realizan diferentes sectores, especialmente de servicios. Muchos de estos servicios son exclusivos para atender las

⁶ CSIC. Centro Superior de Investigaciones Científicas. 2003.

necesidades de los turistas, es decir "de aquellas personas que se encuentran en lugares distintos al de su entorno habitual."⁷

Para acercarse a la concepción que se pretende desarrollar en el concepto anterior, es necesario enfatizar que la actividad turística como tal, consta de un núcleo central de empresas, equipamientos y dotaciones de recursos, que conjuntamente constituyen el fundamento de la actividad turística.

Este "centro nuclear" del turismo, es incidido desde la periferia por cinco bloques complementarios, denominados en cinco categorías así:

- a) productos de consumo turístico,
- b) insumos básicos de las empresas turísticas,
- c) movilidad,
- d) canales de comercialización y
- e) administraciones y otras instituciones.

La integración de estos cinco bloques de actividades turísticas con el núcleo central es lo que se denomina turismo, desde el punto de vista de la oferta. Sus interrelaciones indiscutiblemente favorecen el apareamiento de ventajas competitivas de las empresas que operan en el sector. Es importante considerar un concepto reciente, que merece ser examinado, cuando se estudia el turismo, que se denomina "zona turística".

Se entiende por ésta, un territorio normalmente de carácter nacional o supramunicipal, caracterizado por una gran concentración de actividades turísticas, en las que el turismo es la actividad económica preferente, y donde se ofertan diversos productos turísticos,⁸ que integra diferentes destinos turísticos y que se manifiesta como conglomerado de tres tipos de agrupamientos de empresas o entidades turísticas:

⁷ Rafael Esteve Secall. La competencia de las zonas turísticas". UMA.

⁸ Aunque predomine un tipo de producto concreto.

- a) las de carácter empresarial,
- b) las de carácter territorial y
- c) las de carácter institucional.

Las zonas turísticas surgen por evolución expansiva de uno o varios destinos próximos, así como también de uno o varios productos turísticos que se ofertan en un entorno geográfico concreto, que tenga alguna proximidad. Muchas veces la creación de una marca ha facilitado la creación de una imagen propia, que es identificable en el mercado.

Por regla general, la evolución del turismo en un entorno geográfico, se fortalece en la medida que se crean redes entre empresas, lo que permite ampliar actividades, integrar localizaciones, diversificar motivaciones y, como consecuencia, ganar competitividad.

El profesor Manuel Ortuño Martínez, en su Estudio del Turismo, lo conceptualiza así: "El turismo es la afición de viajar por el gusto de recorrer un país"; y el Papa Juan Pablo II, el 9 de octubre de 1984, se refería a éste de la forma siguiente:

"El turismo es una realidad compleja sometida a numerosas fuerzas e influencias económicas o de otro tipo, difíciles de captar en su totalidad".⁹ Otras definiciones expresan que "Es la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde naturalmente vive, y descansar en ambiente agradable para esparcimiento y recreación".

El turismo es difícil de definir, por lo que ha sido objeto de múltiples polémicas, especialmente si se tiene en cuenta el ángulo o enfoque con el que se pretende elaborar una definición. Su interpretación depende en la mayoría de veces de la experiencia, pero hay que reconocer que el

⁹ Congreso Mundial sobre la Pastoral de Turismo.

turismo no es estático, ya que implica movimientos y traslados. En síntesis, es inevitable y no se puede evadir.¹⁰

La palabra "turismo", etimológicamente se deriva de la palabra latina "tornus", que significa vuelta o movimiento; en alguna forma este término fue empleado y aplicado por los europeos para referirse al turismo. Pero es a partir de 1960, que comienza a popularizarse el concepto de "industria turística", lo que significa reconocer un modelo mucho más complejo.¹¹

1.2 Tipología del turismo.

Los principales tipos de turismo varían, en función de diversas características, pero en la actualidad esta tipología responde principalmente a las actividades a realizar, el lugar donde se llevan a cabo dichas actividades o sus modalidades. Se consideran a continuación, algunos de los tipos de turismo identificados.

1. Turismo doméstico: Es aquel que se realiza sin salir de las fronteras del país residente.

2. Turismo itinerante: Cuando el desplazamiento turístico incluye movilizaciones a varios lugares o destinos (ciudades, pueblos, sitios arqueológicos, etc.).

3. Turismo receptivo: Es aquel que realizan los residentes de países foráneos y que ingresan al territorio del país receptor.

4. Turismo de aventura: Son aquellos viajes que tienen como finalidad realizar actividades recreativas o deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

¹⁰ Comentarios del doctor Miguel Flores Sédek, Director del Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas. (C.E.I.T.)

¹¹ Sergio Molina. Fundamentos del nuevo Turismo. Editorial Trillas. México. 2007.

5. Turismo sedentario: Cuando el viaje tiene un sentido de permanencia, más o menos pronunciado, en un lugar determinado; ocurriendo en algunas oportunidades que el turista adquiera una propiedad para seguir acudiendo a ese lugar.

6. Turismo nacional: Se agrupan dentro de esta categoría el turismo interno y el turismo emisor. El turismo interno o doméstico es el que realizan los residentes de un país dentro de su territorio, y el turismo emisor es el que se genera en un país hacia el extranjero.

7. Turismo internacional: Comprende los flujos de personas que se reciben del exterior (turismo receptor) y también el turismo emisor. Esta categoría también puede subclasificarse en dos grupos: turismo regional, porque pertenece a países que se encuentran en una región, por ejemplo Centroamérica, y turismo extra regional, cuando se da entre países ubicados en distintas regiones, por ejemplo, entre Francia y El Salvador.

Pero igualmente hay categorizaciones más específicas, de reciente clasificación, como las que se detallan a continuación:

8. Turismo de sol y playa: Es un turismo de grandes dimensiones y el más masificado. Dependiendo del lugar donde se realiza puede ser una actividad anual, como serían las playas del Caribe o algunos países tropicales; o puede ser por temporadas, dependiendo del clima, como en algunos países europeos.

9. Turismo cultural: Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Generalmente la finalidad del viaje es conocer ciudades, museos o monumentos, que tengan valor histórico y/o artístico.

10. Turismo rural: Es aquel que se realiza en pequeñas localidades rurales, en las que se facilita el contacto con la naturaleza. Las caminatas por el campo, el contacto con la flora, la fauna y la belleza de los paisajes agrestes, forman parte de esta clasificación.

11. Ecoturismo: Se caracteriza por los desplazamientos a destinos cuyo principal atractivo es la naturaleza; en esta clase de turismo se destacan los viajes a los parques nacionales, reservas naturales y todo tipo de actividad vinculada a la ecología.

12. Turismo deportivo y de aventura: Tiene como finalidad la práctica de actividades deportivas y, entre ellas, algunas que supongan determinados tipos de riesgo.

13. Turismo gastronómico: Se trata de un tipo de turismo cuyos protagonistas son las comidas y bebidas típicas de un país o región; por ejemplo en Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas, que atraen muchos visitantes.

14. Turismo de salud: Se le llama así al realizado por aquellas personas que deciden viajar para ser atendidos en sus enfermedades y dolencias, o simplemente en vías de relajación. Están incluidas aquí las visitas a lugares naturales con propiedades terapéuticas, por ejemplo los baños termales.

15. Turismo de ayuda humanitaria: Es aquel que realizan personas que viajan con intención de colaborar con proyectos sociales y de ayuda, por motivos de humanidad hacia problemas de comunidades pobres, en hambrunas o epidemias, catástrofes naturales y motivos similares.

16. Turismo de negocios: Son los viajes con fines de hacer negocios, así como la asistencia a ferias, seminarios y conferencias; es un turismo que mueve mucho dinero, especialmente porque los gastos son cubiertos por las empresas. Este tipo de turismo exige de buenos hoteles, restaurantes, asistencia a eventos de negocios y recreativos, desplazamientos en avión o en trenes, etc.

17. Turismo de golf, de ski o similares: Son actividades de gente adinerada, que paga por el equipamiento, alquiler de pistas, hoteles de lujo y demás.

18. Turismo por motivaciones religiosas: Se incluyen aquí las romerías, las visitas a santuarios como Lourdes o Fátima, al Vaticano, a Santiago de Compostela, o a los lugares santos como Jerusalén y la llamada Tierra Santa.

19. Turismo de viajes de estudio: Que algunos lo asocian con turismo cultural, pero es diferente y merece ser analizado aparte. Aquí se incluyen los cursos de verano, o los promovidos por universidades de prestigio, de cursos cortos o seminarios.

20. Turismo de “gap-year” o año sabático.

En conclusión, hay muchos tipos de turismo, pero su clasificación varía en función de las formas, los destinatarios, las características de la oferta y otras.

En la actualidad, es frecuente que aparezcan nuevas categorías, tratando de lograr una mayor especificidad y realidad de los viajes, en un mundo dinámico y cambiante como el nuestro. Ninguna época, en la historia humana, había presentado tantas motivaciones para inducir a los viajes y los medios de comunicación, de transporte, las facilidades de la oferta turística, etc., nunca antes habían facilitado tanto el desplazamiento de las personas, especialmente en forma masificada.

Se destacan igualmente diversas corrientes que pretenden aportar enfoques de estudio del fenómeno del turismo, siendo las más relevantes las siguientes:

a) La corriente psicosocial.

Esta corriente enfatiza las relaciones sociales y culturales que son el resultado del movimiento de viajeros; en la misma forma toma en cuenta los fenómenos psicológicos que surgen del contacto entre visitantes y miembros de las comunidades locales.¹² En un artículo publicado,¹³ el autor se refiere al turismo como: “Tránsito de forasteros

¹² Se destacan en este campo los trabajos de Josef Stradner y Morgenroth.

¹³ Morgenroth, 1929.

en sentido estricto, es el transporte de personas que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”.

b) La escuela humanista.

En esta corriente, el papel central lo tiene el individuo, y por consiguiente los aspectos sociales tienen una mayor importancia de los económicos.¹⁴ En 1942, hicieron una definición de turismo cuyo enfoque es tomado en cuenta en las concepciones modernas. Dice así: “La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”.

c) La escuela sociológica.

Esta escuela hace una integración de los aspectos económicos, sociales y humanos del turismo. Importantes contribuciones han sido hechas por diferentes autores.¹⁵ Por ejemplo, F. Cribier utiliza la geografía para el análisis lo que significó aportaciones y consideraciones con el medio ambiente y la planeación.

En 1981, Burkark y Medlik definieron el turismo de la siguiente forma: “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

Más tarde, la Organización Mundial del Turismo (OMT), basándose en la anterior elaboró otra definición cuya característica es haber incluido a los viajes de negocios como parte de dicha actividad.

En tal sentido, “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su

¹⁴ Representantes de esta escuela son los catedráticos de la Universidad de Berna (Suiza), Hunziker y Krapf.

¹⁵ F. Cribier (1969), Louis Turner y Ash (1975), Burkark y Medlik (1981).

entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros”.

Modernamente se considera que el turismo es también un fenómeno social, que trasciende otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado.¹⁶ Se plantea que el turismo como fenómeno tiene esencia (el ocio) y un conjunto de manifestaciones que se interrelacionan e interactúan. Estas manifestaciones son de orden ideológico, político, económico, social, psicológico y físico-ambiental.

1.3 La teoría general de sistemas y turismo.

A medida que el turismo como actividad se volvió más complejo, fue necesario ir construyendo conceptos que incorporaran los nuevos aspectos y las dimensiones de esta actividad. Una modalidad moderna es entender las actividades turísticas como un sistema, abierto por su propia naturaleza, compuesto por diferentes partes o actividades que se interrelacionan. Para la Organización Mundial de Turismo (OMT), el sistema turístico está integrado por los siguientes factores o elementos:

- a) La demanda, es decir, los consumidores de bienes y servicios;
- b) La oferta, que incluye los productos y servicios que se encuentran disponibles en el mercado, así como las organizaciones;
- c) El espacio geográfico en donde se interrelacionan la oferta y la demanda, y en donde están ubicados los residentes;
- d) Los operadores del mercado, comprendido por empresas y organizaciones que facilitan la interrelación entre oferta y demanda.

¹⁶ Boullón, Molina y Rodríguez. El tiempo libre institucionalizado.

Para Sergio Molina,¹⁷ el modelo de sistema es una herramienta que permite un acercamiento a la dinámica del turismo, y en ese sentido el sistema turístico se encuentra integrado de la siguiente forma:

1) Superestructura:

Se ubican en este grupo las instituciones del sector público y las asociaciones de la empresa privada, colegios, leyes, reglamentos, normas, planes y programas de desarrollo.

2) Demanda turística:

Subsistema que hace referencia a los turistas, a los clientes, que a su vez puede ser subdividido en mercado nacional y extranjero, así como en diferentes segmentos.

3) Atractivos turísticos:

Naturales y culturales, cada uno de ellos agrupados en diferentes subcategorías.

4) Equipamientos e instalaciones:

Comprende los hoteles, centros de diversión, agencias de viajes, transportes, instalaciones deportivas y otros.

5) Comunidad local:

Integrada por la población residente en el destino turístico, ya sea que esté empleada en empresas e instituciones turísticas o que se dediquen a otras actividades.

¹⁷ Sergio Molina. Conceptualización del turismo. Editorial Limusa. 1994. Teoría General de Sistemas y Sistemas Turísticos. Centro de Emprendimiento e Innovación. 2005.

6) Infraestructura:

Comprende las carreteras, especialmente las de acceso a los destinos turísticos, así como puertos, aeropuertos, sistemas de alumbrado público, drenajes, energía eléctrica y agua potable.

Se reconoce que los objetivos del sistema turístico están dirigidos tanto a los turistas como a las personas que se encuentran en los espacios turísticos, es decir, las comunidades locales o receptoras; todos ellos en conjunto son los que se benefician de una u otra forma, del sistema turístico.

Finalmente, se acepta que comúnmente los objetivos del sistema son los siguientes:

- a) Contribuir a la evolución integral de los individuos y grupos humanos,
- b) Promover el crecimiento y desarrollo económico y social, y
- c) Proporcionar descanso y diversión.

1.4 El desarrollo histórico del turismo.

La actividad que hoy en día conocemos como turismo, nace en el siglo XIX, como un resultado de la Revolución Industrial,¹⁸ que consistió en desplazamientos cuya principal intención era la búsqueda de ocio, descanso, cultura, negocios, salud o relaciones familiares. Sin embargo, no es suficiente insistir que el turismo, en la forma que lo conocemos y como se realiza hoy en día, es un fenómeno moderno.

¹⁸ Se conoce históricamente como La Revolución Industrial, a los cambios en los procesos de producción que se inician en Inglaterra, a finales del siglo XVIII. Constituyó un proceso de evolución que condujo a las sociedades desde una economía agrícola tradicional hasta otra caracterizada por procesos de producción mecanizados para la fabricación de bienes a gran escala. Después de Inglaterra siguieron otros países europeos, Alemania y Francia, modificando sus estructuras productivas. Los años correspondientes a estos esfuerzos, que cambiaron las formas de producción son conocidos como la Revolución Industrial.

En este sentido no puede ser comparado con la forma en que los miembros de otras sociedades, históricamente más antiguas, realizaban sus viajes o desplazamientos, por motivos similares o diferentes a los de hoy en día. Pretender comparar el turismo del siglo XX y, aún más, el turismo de los primeros años del siglo XXI, no sería consistente y lógico.

Pero, independientemente de la afirmación anterior, no deja de ser ilustrativo conocer las modalidades utilizadas por otros pueblos en otros períodos, para viajar hacia otros lugares por motivos diversos.

En la llamada Edad Antigua, especialmente en la Grecia clásica, la sociedad griega le concedía una gran importancia al tiempo de ocio. Por regla general, el tiempo libre era dedicado a la cultura, la salud, los negocios o las relaciones familiares. Uno de los eventos que provocaban una gran cantidad de desplazamientos eran las Olimpíadas, que se realizaban en la ciudad de Olimpia cada cuatro años, a las que acudían miles de personas para asistir a los juegos y a los actos religiosos. En igual forma, fueron famosos los desplazamientos de los que querían consultar los oráculos en los templos de Delfos y Dodoma.

Por su parte, los romanos fueron asiduos a los grandes espectáculos, por lo que no es de extrañar que visitaran los teatros con mucha frecuencia. Igualmente eran aficionados a los viajes a la costa, los adinerados a sus villas de vacaciones a orillas del mar, y a los baños de aguas termales que eran muy frecuentes, por ejemplo, son de reconocida fama las termas de Caracalla.

Es importante señalar que la afición de los romanos por los viajes se vio favorecida por tres factores fundamentales: los años de la Paz Romana,¹⁹ el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que permitió a sus ciudadanos algunos medios económicos y el tiempo libre.

¹⁹ La Paz romana son los años en donde Cayo Julio César Octavio Augusto, primer emperador de Roma (27 a.C. al 14 d.C.) restauró la unidad, puso en orden el gobierno romano tras casi un siglo de guerras civiles. Reinó durante un período de paz, prosperidad y desarrollo cultural conocido como la "Era Augusta". Octavio nació en Roma, el 23 de septiembre del año 63 a.C., siendo sobrino nieto de Julio César.

Durante la Edad Media, surge una nueva forma de viajar motivada por las peregrinaciones religiosas, a pesar de que fue un período lleno de conflictos, guerras y una recesión económica, consecuencia de las exacciones exigidas por los señores feudales y los costos de la guerra.

Tanto la expansión del Cristianismo como el avance del Islam en Europa, motivaron radicales movimientos de creyentes que, cuyo fanatismo difícilmente se dejaba amedrentar por los peligros de los viajes, haciendo fluir miles de creyentes. Son famosas las expediciones, por ejemplo, desde Venecia a Tierra Santa; las peregrinaciones hacia la tumba del apóstol Santiago,²⁰ lo que obligó a la creación de mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.²¹ Por otra parte, en el mundo islámico, la peregrinación a la Meca o el "Hajj", sigue siendo uno de los cinco pilares del Islam y se obliga a los creyentes a realizar esta peregrinación, por lo menos una vez en la vida.

En la llamada Edad Moderna, las peregrinaciones continúan siendo motivo de viaje. Igualmente son los años de las grandes expediciones marítimas, tomando la delantera los españoles y portugueses, despertando la curiosidad por viajar a tierras extrañas, acompañados naturalmente del afán de obtener las fabulosas riquezas del Nuevo Mundo.

También aparecen los primeros alojamientos con el nombre de "hotel", palabra francesa que designaba a los palacios urbanos, pero que fue adoptada como lugares de alojamiento de importantes personajes, que viajaban con séquitos numerosos, para los que se requerían grandes espacios. Entre los ingleses aristócratas, a finales del siglo XVI, surge la costumbre de mandar a los jóvenes de adineradas familias cuando terminaban sus estudios, a lo que se llamaba el gran tour, para permitirles completar su formación, así como para adquirir madurez y ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración, entre tres y cinco años, por diferentes países de Europa, dando origen a la palabra turismo y turista.

²⁰ La tumba de Santiago fue descubierta en el año 814, y desde esa fecha, miles de peregrinos viajaron desde diversos lugares de Europa hacia ahí.

²¹ Es interesante saber que para guiar a los caminantes por las rutas a seguir, se elaboraron diversos mapas sobre las rutas.

El "Grand Tour", cumplía también con las expectativas de la sociedad inglesa de preparar a sus jóvenes para que gobernaran su país en el futuro. Renacen en este período, pero como "moda", las visitas a los centros termales, como en Bath, en Inglaterra, los baños de barro y las playas frías, en Niza y la Costa Azul.

Algunos autores sostienen que en los últimos años del siglo XVIII y principios del siglo XIX, calificada como la Edad Contemporánea, aparecen los viajes de placer propiamente dichos. El siglo XIX es el protagonista de una gran expansión económica, fundamentada en la revolución industrial, acompañada de grandes descubrimientos en el campo científico. La sociedad es sacudida profundamente y se producen grandes cambios en los estilos de vida, en un proceso industrial que llevó más bienes a mayores personas y en el desarrollo de una tecnología que producía cambios, constantes y progresivos, en la morfología de las sociedades.

La revolución industrial consolida la naciente burguesía, que se ve llena de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En este marco, es lógico esperar que fuera el turismo uno de los principales beneficiarios, que lo llevan a convertirse en el tiempo, a finales del siglo XX, en la mayor "industria" del mundo.

El invento de la máquina de vapor,²² revolucionó las formas de transporte, lo que además conllevó a una reducción en los costos del desplazamiento.²³ Inglaterra toma la delantera y algunas de sus empresas navieras ofrecen por primera vez viajes transoceánicos, llegando a dominar el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX. Este es el punto de partida para la expansión del transporte marítimo y las compañías navieras. Históricamente, este hecho

²² La máquina de vapor es un dispositivo mecánico que convierte la energía de vapor de agua en energía mecánica. El primer motor fue diseñado por el físico francés Denis Papin; en 1698 el ingeniero inglés Thomas Savery diseñó una máquina y en 1707 el inglés Thomas Newcomen inventó otra. Pero le corresponde al ingeniero escocés James Watt, el diseño de la máquina de vapor que hoy conocemos, que fue patentada en 1769.

²³ Hasta ese momento los transportes eran tirados por animales.

favoreció los grandes flujos migratorios que salen de Europa hacia América en las primeras décadas de 1900. Paralelamente, aparece también el desarrollo de los ferrocarriles como medio de transporte terrestre, que permitía los desplazamientos de grandes cantidades de personas y mercancías al mismo tiempo, y por largas distancias.

En el campo del turismo, empieza a desarrollarse el turismo de montaña, los viajes de salud, que motivan la construcción de sanatorios y clínicas privadas, que lógicamente son acompañadas por la construcción de confortables hoteles. También entran en esta expansión los viajes de recreo a las playas frías en Costa Azul, las costas del Mediterráneo o el Canal de la Mancha.

El mercado turístico se benefició con las innovaciones de personajes con mucha visión en este campo; por ejemplo, en 1871, Thomas Cook emprende el primer viaje organizado de la historia. Parece que desde el punto de vista económico fue un fracaso, pero sin duda abrió grandes expectativas para la organización de paquetes turísticos, que sería con los años uno de los mecanismos más utilizados para movilizar viajeros en todo el mundo.

Diez años después, en 1851, se creaba la primera agencia de viajes del mundo: "Thomas Cook and son". En 1867, se inventa el bono o voucher, que consistía en un documento que permitía la contratación previa de los servicios de hoteles, contratados y prepagados a través de una agencia de viajes. Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viajes "American Express", la que inicialmente dedicaron al transporte de mercancías, hasta convertirse con los años en una de las más grandes agencias del mundo.

Se introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheque de viajero o "traveler check", que protegía a los viajeros de los robos o pérdidas de dinero en sus desplazamientos.

En el ámbito de la hostelería, la figura de César Ritz se proyecta como la mayor figura de la hostelería moderna. Se dice que desde muy joven trabajó en un hotel, pasando por todos los puestos hasta llegar a la

gerencia de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios que se prestaban a los clientes, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones y revolucionó la administración. En su historial se le reconoce haber reconvertido los hoteles más decadentes de Europa, en las mejores instituciones de su tiempo.

Algunas cifras estadísticas registraban un nivel de visitantes americanos en Europa, de aproximadamente 150,000 personas al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914. Cuando finalizó la guerra, en 1917, se empezó la construcción masiva de automóviles y autobuses; nuevamente el turismo europeo se centra en los ríos y playas, incrementando significativamente las motivaciones por el turismo de costa. En estos años aparecen los aeroplanos, inicialmente utilizados por minorías adineradas para desplazamientos de algunas distancias.

Años más tarde, la aviación y la industria aeronáutica irán siempre en auge, movilizando pasajeros en forma masiva, en grandes distancias y con menores tiempos, hecho que le permite imponerse sin obstáculos sobre las compañías navieras.

La gran depresión de 1929, que abatió con mucha fuerza a los países industrializados, detuvo por algunos años el crecimiento y la expansión de muchas actividades económicas, afectaría sin duda al turismo; pero una vez superada la crisis, a partir de 1933, las grandes economías del mundo retornan a la normalidad.

En 1944, la Segunda Guerra Mundial vuelve a golpear las economías de los países en conflicto, llevando a la postración a los grandes países europeos. En 1949, Francia, Inglaterra y Alemania, empiezan a ser reconstruidas una vez terminada la guerra, y de nuevo, la economía mundial se expande en un crecimiento de gran alcance, al que se unen los Estados Unidos de América, como la mayor potencia económica mundial.

Entre 1950 a 1973, se comienza a notar el desarrollo de un "boom turístico", posiblemente fomentado por los más altos niveles de vida de los países de mayor desarrollo. El turismo internacional crece a un ritmo como no se había experimentado antes; a su favor abona el

establecimiento del nuevo orden internacional, los ingresos económicos de las familias, la estabilidad social y el aparecimiento de una cultura de ocio en el mundo occidental.

Desde la óptica de la sociología, el crecimiento económico de los países industriales eleva el nivel de renta de las familias, influyendo en la formación de clases medias acomodadas, que empiezan a interesarse en los viajes de turismo. El mundo occidental principalmente disfruta de los beneficios de la llamada "sociedad del bienestar", que además de tener cubiertas satisfactoriamente sus necesidades, tiene recursos excedentes para el ocio, para mejorar sus niveles de cultura y el interés por viajar.

Los avances en la legislación laboral, consecuencia de las luchas de los trabajadores por mayores prestaciones sociales, logran la semana inglesa de trabajo de 5 días, la reducción de la jornada de trabajo a 40 horas semanales, las vacaciones pagadas, el aparecimiento de coberturas sociales, tales como los pagos por jubilación y desempleo, abren espacios para que se puedan programar viajes de turismo como parte de las actividades familiares.

En el desarrollo urbano aparecen las mega ciudades, grandes concentraciones humanas en ciudades como Nueva York y San Francisco, en los Estados Unidos, así como Londres, Paris, Fráncfort, en Europa, con los derivados de estas masificaciones humanas: el estrés, la necesidad de evasión por cortos períodos de tiempo y aplacar las presiones.

La tecnología aeronáutica introduce el avión de reacción por el de hélice, con grandes capacidades para el transporte de personas y carga; este hecho significó el golpe final para las empresas navieras, quienes dan un nuevo giro a sus operaciones como son los viajes de cruceros.

Pero las nuevas modalidades de movilización, para ser rentables, tienden a masificar el turismo y parte de esa operatividad implica la estandarización de los productos turísticos. Los grandes operadores entran al mercado con grandes cantidades de paquetes turísticos idénticos, de mucha popularidad y con costos accesibles.

Eso impulsó el turismo, que de un registro estimado de 25 millones en 1950 pasó a 190 millones de turistas en 1973. Es innegable que, a partir de la segunda mitad del siglo XX, el turismo inicia un explosivo crecimiento.

De 1970 a 1978, la crisis energética y la inflación de las economías desarrolladas, afectan el desarrollo del turismo, pero con el propósito de mantener la demanda necesaria para las empresas del sector, se busca una reducción en los costos y precios de los servicios del turismo, con el propósito de mantener la masificación del sector sacrificando la calidad.

A partir de 1980, se eleva nuevamente el nivel de vida de los países ricos, y una nueva revolución en los transportes aumenta aún más la capacidad de desplazamiento: nuevos y mejores aviones, trenes eléctricos, la venta de vuelos "chárter".

Las grandes empresas hoteleras y los mayores operadores de turismo empiezan a internacionalizarse, buscando ofrecer nuevas formas de utilización del tiempo libre así como la aplicación de técnicas de mercadeo para satisfacer demandas cada vez más exigentes, en lo que respecta a los productos y los lugares de destino.

La publicidad se vuelve sumamente influyente para atraer la atención de los turistas potenciales y la competencia entre las empresas del sector se vuelve más audaz.

A partir de 1990, el sector del turismo continúa creciendo, pero posiblemente en forma más adecuada y controlada. Es preciso limitar la capacidad receptiva de los lugares de destino, esto es adecuar la oferta a la demanda; también se da inicio a programas de protección de los recursos turísticos, como son los sitios arqueológicos, las obras de arte y los recursos naturales.

Se amplía la oferta con nuevos productos y destinos, pero también aparecen nuevos tipos diferentes de turistas y se ofrece una amplia variedad de precios acorde con las posibilidades de cada grupo.

En muchos países, que tienen una gran afluencia de turistas, el fenómeno se inserta en las agendas políticas de los mismos, se adquiere entonces la conciencia de que el Estado tiene que intervenir mediante el desarrollo de políticas públicas para regular y manejar, los efectos tanto positivos y negativos que producen estos flujos de personas.

Como factor positivo, el turismo puede contribuir a la promoción del desarrollo económico de cada país, promoviendo el empleo, generando divisas, fortaleciendo las empresas dedicadas a la oferta de servicios.

Pero como factor negativo, el turismo es proclive a la destrucción de los recursos, a la proliferación de algunas lacras sociales, como la prostitución y la trata de blancas, y la excesiva dependencia de la vida económica del país a esta actividad, conocida en alguna forma como "colonialismo turístico".

Alcanzar un desarrollo turístico sostenible, hoy en día, significa el desarrollo de planes educativos, con un definido sentido de especialización, la exploración de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad, entre otras cosas.

En estos últimos años, es de notar una reducción en los precios de los viajes por vía aérea, se han introducido al mercado compañías aéreas de bajo coste, además de una agresiva competencia entre ellas por llenar sus vuelos.

Estas iniciativas se han extendido a la liberalización de muchos servicios turísticos, entre ellos, la facilitación en los aeropuertos y la protección y seguridad de los destinos turísticos.

La importancia del turismo en el mundo actual es de una extraordinaria magnitud, a tal grado que muchos países buscan la implementación de programas públicos y privados para atraer turistas a sus territorios, convirtiendo esta actividad en un rubro importante de sus economías.

A continuación, se muestran las cifras de ingreso de turistas para los primeros diez países de destino, en los años 2006 y 2007, según registros de la Organización Mundial de Turismo (OMT).²⁴

Cuadro No. 1
Ingresos de turistas internacionales
en los primeros diez destinos en el mundo.
(en millones de personas)²⁵

Posición	País	Continente	2006	2007
1	Francia	Europa	79.1	81.9
2	España	Europa	58.5	59.2
3	Estados Unidos	América del Norte	51.1	56.0
4	China	Asia	49.6	54.7
5	Italia	Europa	41.1	43.7
6	Reino Unido	Europa	30.7	30.7
7	Alemania	Europa	23.6	24.4
8	Ucrania	Europa	18.9	23.1
9	Turquía	Europa	18.9	22.2
10	México	América del Norte	21.4	21.4

1.5 Los efectos del turismo sobre la economía.

Por regla general, el turismo como actividad económica y social, genera diversos efectos sobre la economía, el entorno sociocultural y el medio ambiente de los países de destino.

Para justificar, a nivel nacional, los esfuerzos y los recursos que un país destina a la promoción del turismo, es necesario tratar de cuantificar los

²⁴ Organización Mundial de Turismo (OMT), es una agencia especializada de Naciones Unidas.

²⁵ Cifras OMT.

beneficios que se producen por el hecho de que cientos o miles de visitantes extranjeros decidan visitar un país.

Por esta razón, frecuentemente las autoridades de turismo y los sectores involucrados buscan demostrar que cada dólar gastado para atraer turistas al país, genera un valor adicional que significa el beneficio que se obtiene por dicho gasto.

Los efectos del turismo sobre la economía son, tradicionalmente, los más conocidos y los más utilizados para comprobar que, para muchos países vale la pena incluir al turismo como una actividad productiva y como un instrumento para el desarrollo nacional.

En el área económica, es posible identificar muchos efectos sobre las actividades económicas, pero los más importantes efectos del turismo sobre éstas se relacionan con su capacidad para generar divisas, como fuente generadora de empleos, como factor de expansión del mercado, y otras que se mencionan a continuación.

1.1.1 El turismo como fuente generadora de divisas.

Posiblemente es el más notorio y el que con mayor facilidad se puede constatar, dado que es posible medir su contribución al ingreso total de divisas del país, por medio de la cuenta del ingreso nacional conocida como “la balanza de pagos”.²⁶

Los ingresos en divisas que se generan por el gasto de los turistas en los países que visitan, es obligatoriamente registrado en la balanza de pagos, por lo que es posible el estudio de su comportamiento y su

²⁶ La balanza de pagos forma parte de un sistema global conocido como Contabilidad del Ingreso Nacional o Social. Consiste en el registro de las transacciones que se realizan entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo, en un periodo determinado, que convencionalmente ha sido fijado en un año. Comprende tres subcuentas que son la balanza comercial, la balanza de servicios y la balanza de capital. El Fondo Monetario Internacional exige a sus países miembros llevar un registro anual de su sistema de cuentas nacionales, puesto que refleja el comportamiento y estado de su situación económica.

aporte al ingreso total de divisas obtenido por el resto de exportaciones del país.

Para los países en vías de desarrollo esta contribución es sumamente importante para pagar las importaciones que el país realiza, así como una fuente de financiamiento para el desarrollo económico nacional.

La evaluación de los efectos del turismo sobre la balanza de pagos data desde hace muchos años y tiene un enfoque de carácter económico.²⁷ Desde esta apreciación la contribución a la economía del país de la actividad turística parte de la capacidad para generar divisas, comparándola con la capacidad de generación de divisas que tienen las exportaciones de bienes y las ventas de servicios al extranjero.

Por regla general, los países siempre evalúan la capacidad del turismo en la captación de divisas, ponderando sus valores frente a las divisas obtenidas por las exportaciones de sus principales rubros de exportación.

En El Salvador, por ejemplo, cuando en 1970 se empezó a apostar en los ingresos que generaba el turismo frecuentemente se comparaba con lo que producían las exportaciones de café, algodón y azúcar que, en esos años, eran los principales rubros de exportación del país.

Se supone que los ingresos positivos del turismo sirven para dar cobertura a las importaciones del país; esto es cierto cuando el saldo de la balanza turística es positivo. La balanza turística es la diferencia entre los ingresos en divisas percibidos por el turismo, menos los egresos en divisas ocasionados por los nacionales que salen al extranjero.

En El Salvador, así como en muchos países subdesarrollados, la balanza turística es negativa; esto por la razón de que son más los nacionales que viajan al extranjero que los extranjeros que ingresan al país.

²⁷ Esta apreciación tienen como referencia las recomendaciones de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales, celebrada en Roma en agosto de 1963.

A continuación se muestra un pequeño cuadro de este fenómeno:

Cuadro No. 2

Contribución del turismo a la cobertura de las importaciones.
Cifras de 1980.
Balanza turística

País	Ingresos (1)	Egresos (2)	Saldo (1-2 = 3)	Importaciones (4)	Tasa de cobertura (3) / (4)
México	1 670	1 011	+ 659	18 572	3.5
Jamaica	242	12	+ 230	1 170	19.7
Costa Rica	87	62	+ 25	1 376	1.8
Guatemala	184	164	+ 20	1 522	1.3
Honduras	27	94	- 67	954	.-
El Salvador	7	80	- 73	956	.-
Brasil	1 465	604	+ 861	22 960	3.7

Fuente: OMT. Monografía sobre el turismo en las Américas. 1982 y DIB. Progreso Económico y Social en América Latina – Informe 1980 – 1981.

Como puede observarse, se requiere que la balanza turística sea positiva para que se pueda hablar de la existencia de una cobertura a las importaciones; en caso contrario, el turismo no contribuye en nada a financiar las importaciones. En la misma forma se acepta que los ingresos generados por el turismo pueden contribuir al pago del servicio de la deuda externa,²⁸ pero igualmente solo en los casos en que el saldo de la balanza turística sea positivo. También se acostumbra medir cuantitativamente la importancia del turismo en cada país, determinando porcentualmente el valor de los ingresos del turismo frente al valor total de las exportaciones del país.

Esto significa que, dado que los bienes y servicios turísticos son vendidos a extranjeros, el producto generado por esta actividad se

²⁸ El servicio de la deuda externa de un país, en términos de las Cuentas Nacionales, está formado por el pago de los intereses más las amortizaciones del año de su deuda con el resto del mundo.

vuelve competitivo con los otros rubros de exportación. En este sentido, los ingresos en divisas del turismo empiezan a rivalizar en cantidad e importancia con las divisas obtenidas por los bienes tradicionales de exportación del país.

Sin embargo, hay otros importantes efectos del turismo sobre la economía que ameritan ser mencionados.

1.5.2 La contribución del turismo a la redistribución del ingreso.

El turismo contribuye significativamente a la redistribución del ingreso nacional, tanto desde el punto de vista social, entre los diferentes sectores de la población, como desde un punto de vista espacial, en la medida que los visitantes se esparcen por todo el territorio nacional.

Esta capacidad redistributiva es aplicable a todo el visitante que viaja dentro del territorio y gasta, demandando los bienes y servicios locales, pero se manifiesta con mayor intensidad en el turismo nacional. Un turista al trasladarse a cualquier punto de un territorio demanda y consume una serie de servicios en los lugares de destino, que les permite a los moradores locales satisfacer con su producción.

Para satisfacer esta demanda, los productores locales igualmente demandan de otros habitantes otros bienes y servicios que son necesarios para producir los bienes que están prestos para el visitante. Por tal razón, una vez que el visitante se encuentra en el destino, su gasto produce una derrama económica entre los distintos sectores ligados a las actividades locales, que beneficia a un gran número de personas que habitan en la localidad visitada.

1.5.3 El efecto multiplicadores del gasto turístico.

Llegar a un país, y en su período de estancia, efectuar una serie de gastos para cubrir las necesidades de su estancia tiene efectos directos sobre la demanda de ciertos bienes y servicios, así como de carácter indirecto sobre otros bienes y servicios de la economía.

Significa que, hay muchos factores de la producción, tanto del sector turismo en especial como de los otros sectores de la economía, que van a recibir ingresos generados por los gastos de los turistas.

Es necesario reconocer que los beneficios económicos que brinda el sector turismo, no solamente se limita a las actividades relacionadas con el turista sino que se expande hacia otras ramas.

Se reconoce entonces que en la economía, se producen efectos inducidos por la inyección inicial provocada por el gasto de los turistas, y que se dan repercusiones en la generación de valor agregado provocada por dichos gastos.

Esta cadena de aportaciones en la demanda y en el valor agregado se le conoce conceptualmente como "efecto multiplicador del turismo". En otras palabras, se define como "el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico".

1.5.4 El turismo como generador de empleos.

Está ampliamente reconocido que las actividades del turismo tienen una alta capacidad de generación de empleos, especialmente en aquellas economías en donde este sector tiene un peso preponderante en la misma.

Normalmente el empleo generado por el turismo tiene su origen en los gastos de los visitantes, lo que implica que un primer impacto se produce en el propio sector turismo y en los sectores que proveen los insumos para producir el "producto turístico", pero gracias a los efectos multiplicadores, se generan empleos en las actividades conexas, por ejemplo, en las empresas constructoras de infraestructura turística y en el desarrollo de las facilidades turísticas como construcción de hoteles, centros de amenidades, comercio, etc.

En este aspecto, el efecto beneficioso del turismo en la generación de empleos, se transmite a los grupos desempleados de un país,

especialmente cuando las fuentes de empleo locales se encuentran estancadas sin capacidad para crecer.

Esto pondera los beneficios del turismo, especialmente cuando la fuerza de trabajo desocupada está formada por mano de obra poco calificada, como generalmente sucede en los países subdesarrollados.

En este sentido, el turismo es una vía de salida debido a que algunos servicios demandados por las organizaciones de turismo no requieren de personal muy calificado. Esta situación es sumamente beneficiosa para los países subdesarrollados, en donde la escasa calificación del recurso humano es una realidad.

1.5.5 El turismo como factor de expansión del mercado nacional.

Cuando un turista llega al país de destino, un primer efecto se produce cuando empieza a demandar los bienes necesarios para su alimentación: huevos, leche y sus derivados, frutas, granos, etc.

Pero también el turista efectúa otros gastos adicionales en la compra de productos fabricados para el mercado nacional, que distan mucho de ser parte de la canasta de los bienes "turísticos".

Estas compras adicionales que los turistas realizan de artículos manufacturados, tales como perfumes, ropa, licores y otros, han sido definidas por algunos autores como "consumo turístico secundario".²⁹

1.5.6 Efectos del turismo sobre el nivel general de precios.

En el área económica, el turismo también influye sobre el nivel general de los precios de la economía y, en ocasiones, puede llegar a ocasionar fenómenos inflacionarios. Esto se da especialmente cuando los turistas provienen de países ricos, que tienen divisas fuertes como monedas

²⁹ Archer Brian H. The primary and secondary beneficiaries of tourist spending". Tourist Review. April – June, 1972.

nacionales, y no tienen reparos en pagar los precios que los comerciantes locales les piden.

Esto es típico en países de destino como los latinoamericanos, en donde es fácil identificar al turista, siendo una costumbre de los comerciantes locales pedirles precios mucho más altos por los productos, por ejemplo, el caso de las artesanías y los bienes típicos.

Pero igualmente sucede lo mismo con otra clase de bienes, ocasionando comportamientos que al final llevan a un encarecimiento de los productos, en la medida que exista una demanda, más o menos permanente, que esté dispuesta a pagar los precios exigidos.

Los efectos del turismo sobre el nivel de los precios puede tener una connotación negativa, por lo que corresponderá al sistema en su conjunto, mantener un comportamiento ponderado puesto que si los precios se desbordan la demanda turística disminuirá y se orientará hacia otros destinos.

Capítulo II

El turismo como fenómeno antropológico

2.1 Antecedentes

Para el desarrollo del presente trabajo, el turismo es un fenómeno antropológico, social y económico. Posiblemente su óptica social y económica no tiene dudas, y ha sido ampliamente estudiada bajo estas disciplinas. El intento de examinarlo desde un punto de vista antropológico tampoco debería plantear dudas, puesto que la Antropología, en términos generales, "son los estudios científicos y humanísticos de la especie humana.

Es la exploración de la diversidad humana en el tiempo y en el espacio. La antropología confronta las interrogantes básicas de la existencia humana".³⁰ Por su parte, la antropología tiene diferentes perspectivas, por ejemplo, la antropología cultural examina la diversidad cultural del presente y del pasado reciente y, uno de sus roles es el estudio sociológico de las urbes modernas y las concentraciones poblacionales, con todos sus problemas y características.

En tal sentido, la antropología ofrece las distintas perspectivas que interrelacionan y cruzan los aspectos culturales con la economía, la política, la psicología, el arte, la música y la literatura. Si el turismo, como actividad humana y fenómeno social, tiene que ver con todos los aspectos anteriormente mencionados es, sin duda, un objeto de estudio de la misma.

La historia y la antropología contribuyen a ubicar los hechos históricos en su contexto social y cultural, y por lo tanto, teniendo el turismo una

³⁰ Conrad Phillip Kottak. Cultural Anthropology. The University of Michigan. Mc. Graw Hill. 8.ª Edición. 2000.

ubicación en la historia de los hechos humanos, también es obligatorio examinar su evolución en el tiempo.³¹

Por otra parte, la cultura son tradiciones y costumbres transmitidas por la enseñanza-aprendizaje, las creencias y la dependencia de los pueblos hacia ellas. La tradición cultural incluye costumbres y opiniones, modos y formas de ser, actitudes y comportamientos, desarrollados a través de generaciones, acerca de conductas propias e impropias, de los pueblos expuestos a ellos.

La cultura es propia de la humanidad, no es compartida por ninguna otra especie del planeta, por tal motivo, las reglas de conducta son internalizadas por los grupos humanos en función de su crecimiento y algunas reglas culturales son las que dirigen a las personas a pensar y actuar conforme ciertas características. La enculturación es, entonces, el proceso por medio del cual la cultura es adquirida y transmitida a través de generaciones.

Sin embargo, la cultura puede cambiar o modificarse, especialmente porque existen interrelaciones entre grupos diversos. Estos cambios están motivados por diversas fuerzas: la difusión, la aculturación, las invenciones que producen cambios culturales y, recientemente, se deben incluir las fuerzas de la globalización.

Una importante muestra de lo anterior es la cultura transnacional del consumo, que gracias a los modernos medios electrónicos de comunicación y otras fuerzas internacionales involucradas en las operaciones financieras, los países desarrollados y de altos niveles de consumo, han logrado influenciar por la vía de las grandes empresas transnacionales las diversas actividades de los países pobres.

No es extraño que las poblaciones de los países del tercer mundo, tengan elevados consumos de bienes de los países ricos: alimentos, bebidas, equipos electrónicos, servicios y comercio. Muchos países de

³¹ La antropología comprende diversas disciplinas: sociocultural, arqueológica, biológica, lingüista y etnográfica.

América Latina tienen basado este consumo en las remesas de los trabajadores migrantes, que periódicamente envían a sus familias parte de los ingresos de su trabajo.

Los turistas, al visitar estos países, encuentran muchas comodidades que hacen más agradable su estancia, por lo que no deja de haber cierta preocupación en el sector de empresas turísticas de contar con la mayor sofisticación posible en la oferta de sus servicios.

Es por ello que, para más de algún antropólogo, el turismo es “un mundo manufacturado, trivial e inauténtico”.³² La necesidad o incentivos que tiene el turista de observar lo auténtico, en muchas oportunidades lleva a los nativos a prostituir sus tradiciones y sus manifestaciones culturales, en función de proporcionar un mayor disfrute al visitante, en la medida que se sustituye la realidad en manifestaciones pseudo teatrales.

Sin embargo, no se pueden hacer afirmaciones categóricas, pues también se dan muchos casos de fortalecimiento de las identidades colectivas y la recuperación de tradiciones.³³ Sociólogos y etnólogos se enfrentan a la pregunta: ¿por qué viajamos?

Se podría responder con argumentos psicológicos de autoestima o autorrealización, pero algunos antropólogos ven en el turista una nueva categoría: el turista representa al hombre moderno. Para ellos, el turista es el símbolo de la modernidad.³⁴ Mc Cannel en su libro “El Turista. Nueva Teoría de la Clase Ociosa”, señala que generalmente el turista busca la autenticidad de las experiencias, y que esa búsqueda es relevante para comprender al hombre moderno.

Han sido diversas las teorías que se han aplicado para entender la estructura y la dinámica del turismo, así como para la implementación de proyectos específicos de gran escala, desde las teorías del lugar central hasta la de los polos de desarrollo y de la competitividad.

³² J.J López Soberano. Turismo y Antropología. Contribuciones a la economía.

³³ Daniel J. Bocratin.

³⁴ Entre ellos Dean Mc Cannell, John Urry, Chris Rojek e Ives Winkin.

El turismo ha representado y representa un vehículo cultural que afecta y transforma las sociedades de destino; pero estas influencias se dan en ambos sentidos: el turista a la sociedad que lo recibe, pero también de la sociedad al turista. Diversos estudios señalan que el turismo impacta los usos y costumbres de la población local, llegando a distorsionar las culturas autóctonas.

Parece difícil determinar en cuanto el turismo es responsable de esta distorsión, especialmente porque en los tiempos presentes, dichas distorsiones pueden ser ocasionadas por otros factores tales como el desarrollo industrial y los medios masivos de comunicación, de por sí, más influyentes que el turismo.

En el caso específico de El Salvador, objeto de nuestro estudio, se intentará construir una visión antropológica de la sociedad salvadoreña en el período 1900 a 1930, con el propósito que sirva como antecedente histórico-espacial, para el estudio del turismo salvadoreño.

2.2 Una visión de la sociedad salvadoreña de 1900 a 1930.

Muchos años después de la independencia de España, la exportación de añil continuó siendo el motor de la economía salvadoreña, hasta que finalmente, por iniciativa del presidente Doroteo Vasconcelos en primer lugar, y posteriormente, del capitán general Gerardo Barrios, se impulsa el cultivo del café, como principal producto de exportación, cuando la demanda internacional del añil empieza a decaer, como consecuencia de la introducción de los colorantes sintéticos en el mercado de la industria de textiles.

Esto significa que el modelo económico del país, basado en el añil se agota, para ser sustituido por otro modelo hacia el exterior, pero soportado por las exportaciones de café. A nivel nacional, este nuevo modelo indujo cambios de carácter económico, social y político.

El Estado, bajo la presidencia del doctor Rafael Zaldívar, liquidó la propiedad comunal e indígena sobre la tierra, se construyeron las redes

ferrocarrileras, se mejoró la infraestructura de carreteras y puertos, se instaló la primera red telegráfica y telefónica, se crearon algunos bancos y el papel moneda, se empiezan a fabricar algunas manufacturas y, consecuentemente, se establecen también las clases obrero-artesanales, se activa el comercio y se da inicio a un proceso de modesta urbanización en San Salvador y algotras ciudades provinciales.

Alrededor de la producción cafetalera se estructuran el resto de las actividades económicas, el Estado depende de los ingresos producidos por dicha actividad, y se diseñan leyes y políticas económicas para proteger el modelo.

Ciertamente, el modelo agro exportador de café fue dinámico y propició el crecimiento de la economía, que principalmente benefició a una nueva burguesía terrateniente, cafetalera y exportadora, pero que al mismo tiempo conllevó pobreza a las familias campesinas y obreras. Paralelamente, en la óptica de apoyar el modelo, se buscó mejorar y ampliar la educación en el nivel primario, se hace uso de la imprenta y muy tímidamente, aparecen los primeros grupos de clase media.

Pero también este modelo agro exportador de café presenta síntomas de agotamiento, como consecuencia de la gran depresión mundial de 1930, cuyos efectos se hicieron sentir en la economía salvadoreña.

El levantamiento campesino de 1932, fue la culminación de un período económicamente difícil para las clases trabajadoras y campesinas. La oligarquía cafetalera formada al amparo de los beneficios de esta actividad, aliada y protectora de la dictadura del general Maximiliano Hernández-Martínez en 1932, prorrogó por la fuerza su modelo tradicional. No es de extrañar que durante los siguientes veinte años, toda la política del Estado se concentre en preservar y proteger esta actividad, a costa del sacrificio de las demás clases sociales y sectores de la economía.

Entre 1870 y 1900, se da un violento proceso de acumulación capitalista y de expropiación de tierras en la zona occidental del país: Ahuachapán, Santa Ana y Sonsonate, lo que provocó numerosos

levantamientos entre los campesinos, que según se sabe, fueron violentamente reprimidos.³⁵

El 4 de mayo de 1882, dos meses después de haber sido promulgada la Ley de Extinción de Ejidos, fue inaugurado el primer tramo del ferrocarril, desde Sonsonate a Acajutla.³⁶

En 1894, el capital británico bajo la firma de Salvador Railway Company, construyó una red ferroviaria; pero en 1912, con capital norteamericano, se completó la red ferroviaria para unir las restantes zonas cafetaleras con el puerto de Acajutla, y también, con las líneas ferrocarrileras guatemaltecas de la Internacional Railway Company (IRCA), que llegaban a Puerto Barrios y al puerto de La Unión, en el oriente del país.

Para completar esta visión antropológica, se toma de mi trabajo anterior, "Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días",³⁷ algunos párrafos ilustrativos:

"El entramado social se definió y estructuró sobre la base de las exportaciones cafetaleras, que eran la espina dorsal de la economía y la sociedad. A medida que el café se convertía en la actividad más importante, la estructura social se orientó en torno a los requerimientos del proceso productivo. Para finales del siglo XIX, los altos estratos de la sociedad se agrupaban en torno a las propiedades cafetaleras: fincas, beneficios, sociedades de exportación, bancos y casas comerciales, que vendían internamente los bienes fabricados en el extranjero.

En el extremo opuesto, los campesinos y jornaleros agrícolas, en su gran mayoría, que proporcionaban la mano de obra requerida por las

³⁵ Se registran varios levantamientos en esos años, el 12 de agosto de 1872; en Izalco, el 16 de marzo de 1879 y el 2 de enero de 1885; en Nahuizalco, en octubre de 1884 y en algún lugar de occidente el 14 de noviembre de 1898.

³⁶ Sonsonate era en esos años el centro comercial más importante de la gran zona cafetalera del país.

³⁷ Jorge Barraza Ibarra. Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días". Tomos I al V. Editorial Universidad Tecnológica de El Salvador. 2006.

grandes propiedades. En medio de esta estructura piramidal, estaban aquellos grupos relativamente pequeños de la población, tanto urbanos como rurales, formados por artesanos, obreros pequeños, empleados y trabajadores domésticos, que contribuyeron a conformar, con el tiempo, una organización más compleja y moderna.”

“Consecuencia de esta conformación social, fue el enriquecimiento de los grupos propietarios, dando lugar a una considerable acumulación de riquezas, que ha generado en el tiempo, profundas brechas entre ricos y pobres.

Sin embargo, hay una interrogante relacionada con el origen y nacimiento de estos grupos poderosos: ¿De dónde provenía este pequeño grupo que logró amasar cuantiosas fortunas, gracias al desarrollo de la caficultura? Parece ser que hay diferentes orígenes: en primer lugar, se cuentan los descendientes de hacendados y comerciantes que habían acumulado sus riquezas durante los años de la producción del añil; en segundo lugar, la expansión de la caficultura atrajo a pequeños grupos de inmigrantes europeos que, buscando enriquecerse, se insertan en las diferentes actividades del café: producción, financiamiento y exportación.

Estas personas, son asimiladas por los sectores de más altos ingresos y se integran a las familias acaudaladas por la vía de alianzas matrimoniales, relaciones de negocios y participación en la política.

Pero también, un pequeño grupo de esta clase dominante, salió de las filas del campesinado, generalmente por el esfuerzo personal, el sacrificio y también la explotación de sus propias comunidades campesinas, que fueron enriqueciéndose a través de los años hasta llegar a convertirse en propietarios acomodados.

Posiblemente, por causa de su disímil procedencia, el sector social más alto no fue un grupo homogéneo, pequeños grupos afines se disputaban el poder con la presencia de rivalidades entre ellos.

Al final, estas divergencias se hacían sentir en el ejercicio del poder político, en la medida que cada grupo llevaba a éste. Los propietarios e inversionistas ricos vivían en los centros urbanos, rodeados de toda clase de comodidades. Construían lujosas mansiones para vivir, disponían de elegantes clubes sociales, se construyeron teatros recargados de lujo y en condiciones tales, que no desmerecían para recibir a las mejores compañías. Se identificaban con el mundo europeo en todas sus manifestaciones: formas de vida, estudios, formas de vestir y cultura.

Como consecuencia se fue creando una significativa brecha entre las formas de vida entre ricos y pobres, que se fue ampliando más en el tiempo. En 1880, el señor Mauricio Duke trajo de Nueva York el primer teléfono que funcionó en El Salvador y en 1882, la empresa Ericsson montó el sistema telefónico del país, que fue inaugurado por el presidente Rafael Zaldívar. Para 1906, el país contaba con 6,051 kilómetros de cables para líneas telefónicas y telegráficas. Funcionaban 171 oficinas de telégrafos y 91 telefónicas." En 1909, ingresaron los primeros automóviles en el país.

"Los trabajadores agrícolas o jornaleros, se encontraban en la base de la estructura social. Relegados y marginados, fueron sin embargo, el soporte del proceso de acumulación de riqueza de los sectores privilegiados. Se les retribuía con bajísimos jornales, situación generalizada en todas las haciendas; se les exigía grandes esfuerzos y no tenían ninguna clase de derecho laboral o prestaciones. Se conformó una clase social pobre, sin oportunidades, sujeta a los caprichos de los patronos, constantemente amenazados por los instrumentos de fuerza del poder: el Ejército y la policía."

"Las tareas de los trabajadores eran supervisadas por administradores y capataces, un poco mejor remunerados, pues los capataces ganaban 25 colones mensuales. También, la diferencia se establecía en la comida, ya

que tenían acceso a una mejor dieta: arroz, frijoles, y de vez en cuando, algún pedazo de carne, queso y café.”³⁸

“Con el desarrollo de las actividades económicas, se empiezan a conformar algunos grupos de sectores urbanos medios, que se definen, para efectos de esta clasificación, como aquellos sectores de la población que se ocupan de diversas actividades en los centros urbanos: algunas profesiones, maestros, oficiales del Ejército, dueños de talleres artesanales, obreros, pequeños y medianos comerciantes.”³⁹ También, las funciones de la administración pública y el crecimiento del aparato burocrático fueron dando espacio a empleados de mediana categoría, en igual forma las actividades comerciales y la producción de bienes de consumo popular: zapatos, ropa de vestir, cacharros de cocina, herreros, albañiles, hojalateros y otros más.”

“Estos sectores medios, que también vivían en los centros urbanos, tratan en la medida de sus ingresos, de tener mejores condiciones de vida y participan en la vida ciudadana, generalmente como acompañamiento de los intereses de los grupos predominantes. No tienen ninguna participación e influencia en las decisiones de la nación, a pesar que su preparación y estudios les permiten disponer de opiniones sobre su entorno.”⁴⁰

El trabajo de Dana Munro,⁴¹ dice. “Las clases bajas que habitan en chozas de paja con piso de tierra y que subsisten a base de una dieta en la que la tortilla de maíz es el principal elemento, ofrece un golpeante contraste con sus opulentos y europeizados superiores.”

³⁸ Según Dana Munro, en su trabajo El Salvador, en 1920 los trabajadores agrícolas significaban el 70% de la población.

³⁹ No se trata de una clase media, tal como se define en la actualidad: “a medio camino entre la alta burguesía y el obrero, de medianos niveles de ingresos, no es propietaria de los medios de producción y carecen de una definida conciencia de clase. Da la impresión que es un estamento en transición. (Rodrigo Borja. Enciclopedia de la Política).

⁴⁰ Para ampliar sobre el tema, consultar obra de Jorge Barraza Ibarra. Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días”. Tomo IV. Tercera Parte. Siglo XX. Páginas 228 a 239.

⁴¹ Dana Munro. El Salvador. The Five Republics of Central América. División de Economía e Historia del Carnegie Endowment for International Peace.

La crisis mundial de 1929 afectó seriamente el país, el precio del quintal de café exportado se redujo de 39.40 colones en 1928 a 18.30 colones en 1931. Consecuentemente, los ingresos fiscales, apoyados significativamente en el comercio exterior, se redujeron de 26.8 millones de colones a 17.6 millones de colones, en el mismo período. El colón salvadoreño, cuya paridad era de 2.04 colones por dólar, se devaluó a 2.54 colones por dólar.

En el caso de los empleados, éstos se vieron obligados a vender sus cheques de pago por la mitad o la tercera parte de sus salarios atrasados, por la falta de liquidez de la Tesorería General.⁴² Se beneficiaron una serie de agiotistas, intermediarios bancarios y buhoneros.⁴³ Los cafetaleros terratenientes redujeron los salarios de sus trabajadores en las fincas, de 50 centavos a 35 centavos, a 20 centavos y hasta 8 centavos, por tarea diaria. Se redujo también el número de "limpias" y se dejó sin trabajo a millares de peones y cortadores.

En esas circunstancias, llegó al poder el ingeniero Arturo Araujo, personaje muy rico, líder del Partido Laborista, seguidor de las ideas sociales de don Alberto Masferrer. En su campaña política había prometido muchas cosas, entre ellas un iluso programa de reforma agraria, que no fue del agrado de la oligarquía cafetalera. Su período presidencial duró el breve tiempo de nueve meses, cuando fue derrocado por un golpe de estado, preparado y dirigido por personajes de la oligarquía. Fue sustituido como presidente de la República por el dictador, general Maximiliano Hernández Martínez, quien inició su gestión con una violenta agresión y matanza de campesinos en 1932.

Algunos trabajos históricos del período nos ofrecen una visión de conjunto de la sociedad salvadoreña en esos años; por ejemplo, para 1920, los miembros de la elite salvadoreña, todos prominentes

⁴² Por ejemplo, un director de escuela primaria, que ganaba un salario de 60 colones por mes; el agiotista compraba el cheque por 30 colones, y de ellos, 20 colones eran en efectivo y 10 colones en mercaderías "sobrevaloradas".

⁴³ Muchos de ellos fueron de origen palestino, sirio o libanés, llamados despectivamente "turcos" por la población.

productores de café, acogían algunos inmigrantes europeos bajo uniones comerciales y también por integración familiar.

Según Dana Munro, las clases altas en El Salvador eran de “pura o casi pura” ascendencia europea, pero que el parentesco indígena no es barrera para la prominencia social o política”. Se integraron también culturalmente y formaron sus centros de reuniones o casinos, muy cerrados y exclusivos.

Los dos primeros casinos fundados en San Salvador fueron: el Casino Salvadoreño en 1880, y el Club Internacional.⁴⁴ Fueron espacios para la sociabilidad, celebraciones familiares, presentaciones en sociedad, deportes y presentaciones culturales. También era el punto de encuentro de la elite en eventos que involucraban procesos de reafirmación de la identidad colectiva.

En 1925, aparecen nuevos casinos y clubes: el Sporting Club, el Country Club, el casino Juvenil, la Sociedad de Comerciantes y el Casino Militar. En algunos momentos se relacionaban con la población, especialmente durante las celebraciones cívicas y religiosas, pero siempre manteniendo la distancia como grupos sociales.⁴⁵

Dana Munro, en su trabajo sobre El Salvador, los caracteriza así: “eran empresariales y progresistas como ningún grupo social en Centroamérica. Una gran parte de ellos viajaban al exterior y adoptó estilos de vida cosmopolitas...La elite era un variado grupo de antiguas familias terratenientes, afortunados aventureros, políticos de las

⁴⁴ El Casino Salvadoreño era para la clase alta tradicional, pero los inmigrantes, integrados a la sociedad salvadoreña, pertenecían al Club Internacional, fundado por ellos.

⁴⁵ Los inmigrantes llegaron a El Salvador atraídos por su apertura al comercio mundial y los beneficios proveídos por el café. Entre los integrantes de esta elite figuraban algunos banqueros como Trigueros, Mejía Duke y Bloom. Como exportadores se mencionaban Deininger, De Sola, Dueñas, Goldtree Liebes, Meardi, Mugdan, Nottebohm, Sauerbrey, Smith y Guirola.

décadas anteriores, ricos comerciantes, adinerados inmigrantes recientes y los principales cultivadores de café y azúcar.”⁴⁶

De 1907 a 1931, se sucedieron seis gobiernos, considerados de corte liberal, aunque sus estilos de gobierno y los intereses que protegieron, los ubican como representantes y miembros de los poderosos grupos elitistas y oligárquicos del país. No puede negarse que en este período se dan importantes pasos para modernizar el país, pero también esta modernización estaba orientada a contribuir al fortalecimiento de las exportaciones de café y a la consolidación del proceso de acumulación de riqueza de una reducida clase social. Una visión panorámica de los gobiernos que tuvo el país en estos 24 años es la siguiente:

2.2.1 Período 1907 – 1911. General Fernando Figueroa.

En estos años se funda el Banco Agrícola Comercial y se instala la Compañía de Alumbrado Eléctrico; en 1907, se emite una ley agraria y se establece el alumbrado eléctrico en Santa Tecla. Se construye también el ramal del ferrocarril entre San Salvador y La Unión.

Una versión de un visitante del país en esta época expresa lo siguiente: “Una característica de Salvador es la excelencia de sus carreteras. Ellas son por demás, esenciales para este pequeño país, rico, dotado de una población muy densa, gentes sobrias y laboriosas que no dejan improductiva la menor parcela de territorio. Así el gobierno, sobre todo bajo la presidencia del General Figueroa, ha tenido particular cuidado en mantener las vías de comunicación ya existentes y de crear nuevas carreteras, bellas y anchas, especialmente la de San Salvador-San Vicente.”⁴⁷ También el autor acota: “Es de notar que a medida que la riqueza aumenta, el gusto se afina y el lujo se extiende.

⁴⁶ Dana Munro. El Salvador. El Salvador de 1840 a 1935. Compilación de Rafael Menjívar y Rafael Guidós Véjar. UCA Editores. 1978.

⁴⁷ Maurice de Perigny. Salvador. Conde francés, encargado de Misión en Centroamérica. Su libro “Les Cin Republiques de L Amerique Centrale”, editado en París por la Editorial Pierre Roger & Cie, en 1912-

Las casas comerciales francesas, establecidas desde hace mucho tiempo en el país y muy importantes, han sacado partido e importan exitosamente hoy día las sedas."⁴⁸ Otra cita es la que sigue: "Se puede estimar en un centenar, aproximadamente, el número de nuestros compatriotas establecidos en Salvador, la mayor parte en la capital...

Hay en efecto seis casas importantes, con sus matrices en París, ocupándose de algodones, paños, sedas, listones y artículos de lujo para la importación y de café, caucho y añil para la exportación. Se cuenta aproximadamente en 15 millones de francos el capital francés invertido en Salvador en el comercio y bancos."⁴⁹

2.2.2 Período 1911 – 1913. Doctor Manuel Enrique Araujo.⁵⁰

Este es un período históricamente importante para el país, con una visión y una proyección económica y social diferente, que lamentablemente no pudo llevarse a cabo por el magnicidio del presidente Araujo el 4 de febrero de 1913.⁵¹ Debía de sucederlo el vicepresidente don Onofre Durán, pero éste presentó su renuncia ante el Congreso, razón por la que se hizo entrega de la presidencia al primer designado, don Carlos Meléndez.

Con suficientes razones, se sospecha de la participación de la oligarquía en este hecho, que nunca fue esclarecido. Se inauguró el ferrocarril de San Miguel a La Unión, y se habilitó el puerto El Triunfo. De acuerdo con la óptica presidencial se le dio a la agricultura una atención preferencial como la principal fuente de riqueza del país, creándose en consecuencia

⁴⁸ Maurice de Perigny. Obra citada.

⁴⁹ Maurice de Perigny. Obra citada.

⁵⁰ Para ampliar este tema ver Jorge Barraza Ibarra, Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días", Tomo Cuarto, páginas 252 a 257.

⁵¹ El presidente Araujo murió días después, el 9 de febrero de 1913.

el Ministerio de Agricultura. Igualmente se le concedió mucha importancia a la instrucción pública.⁵²

En el campo militar se creó el Estado Mayor y se fundó la Guardia Nacional.⁵³ Se dio inicio a la pavimentación de San Salvador. Araujo tenía una clara visión de las transformaciones que el país necesitaba, aunada a una voluntad de un Estado, que promoviera el desarrollo protegiendo los intereses de los trabajadores.

El uno de abril de 1911, logró que la Asamblea Legislativa votara un decreto declarando “nulos e inconstitucionales”, un cierto número de privilegios, concesiones, franquicias y reducciones de derechos e impuestos fiscales, otorgados a personas o corporaciones, con el argumento de protección a la industria y otros motivos.

También aumentó en 20% los derechos de importación, en oro americano, de todas las mercaderías que ingresaran al país por los puertos de la república, excepción hecha de la harina. Igualmente fueron rebajados los derechos para algunos bienes de primera necesidad: tejidos de algodón, telas de todas las categorías, hilos de coser, muselinas, satines, casimires, telas para muebles, libros, artículos para calzado y pieles preparadas. El sulfato de quinina quedó libre de impuestos, y se pagaría solamente un centavo sobre las materias primas empleadas en la producción de velas.

En este período se aprobó una Ley de accidentes de trabajo, que obligaba al Estado y a los patronos a indemnizar a los trabajadores que quedaran incapacitados por causa de accidentes de trabajo. Estableció la modernización del sistema fiscal, creando impuestos directos sobre el capital y la sociedad.

⁵² Se estableció una política de enviar estudiantes al extranjero, a los Estados Unidos y Europa.

⁵³ Este cuerpo se fundó con el propósito de combatir la delincuencia en el campo, especialmente la fabricación clandestina de aguardiente. Para su implementación se contó con asesoría española.

2.2.3 Período 1915 – 1918. Don Carlos Meléndez.⁵⁴

Se le reconoce la fundación de una Escuela de Artes y Oficios, así como de la Escuela Nacional de Varones, en el barrio de San Jacinto.⁵⁵ El 15 de junio de 1915, se iniciaron los trabajos de la carretera entre San Salvador y Zacatecoluca y, en mayo de 1916, se prolonga la vía del tranvía entre San Salvador y Mejicanos. Para 1915, existían empresas de diligencias que hacían viajes, tanto de pasajeros como de carga, entre la capital y algunas ciudades del interior, por ejemplo, el 28 de agosto de 1915,

La Prensa Gráfica da a conocer la noticia que la empresa de diligencias de don Gustavo López Guerra, facilitaría el viaje de las personas que vayan a la feria de Cojutepeque, estableciendo un recorrido diario entre esa ciudad y San Salvador. Esta empresa de diligencias igualmente viajaba hasta la ciudad de San Vicente.

El 8 de enero de 1916, se establece en San Salvador una empresa de automóviles: Cáceres y Cía. Los automóviles ya habían llegado a San Salvador en este año y, el 13 de enero de 1917, se realiza el primer viaje automovilístico de San Salvador a Santa Ana. Para 1916, la llegada de visitantes extranjeros y los viajes de los salvadoreños hacia el exterior se realizaban por barco.

Una noticia en el periódico informaba que el 3 de junio de 1916, una remesa de oro para el Banco Salvadoreño llegaba al puerto de La Libertad, en el vapor "Newport". Sin embargo, el 8 de junio de ese mismo año, se reportaba una escasez de vapores en el Pacífico, especialmente los que comunicaban puertos centroamericanos.

⁵⁴ Con este personaje se da inicio a la que el pueblo, irónicamente llamó "dinastía Meléndez-Quiñónez, que termina con el período presidencial de don Pío Romero Bosque.

⁵⁵ Para instalar esta escuela se construyó un hermoso edificio, que nunca fue ocupado por ésta. En esta construcción se instaló Casa Presidencial, permaneciendo ahí hasta el período del presidente Francisco Flores.

Probablemente para atender esa necesidad, el 8 de diciembre del año de 1916, se informaba que los vapores de la Línea Ward estarían llegando al puerto El Triunfo.

El 23 de enero de 1917, llega al puerto de Acajutla el cañonero mexicano “Jesús Carranza”, trayendo en sus bodegas como obsequio del gobierno mexicano, una torre de instalación inalámbrica⁵⁶ y un aeroplano.

El uno de mayo de 1917, se inaugura en la ciudad de San Salvador el edificio del Teatro Nacional, construido por el inmigrante italiano Alberto Ferracuti. La nota trágica de este período es el fuerte terremoto que destruye casi por completo la ciudad de San Salvador y poblaciones circunvecinas, el 7 de junio de 1917, debido a la erupción violenta del volcán de San Salvador. En enero de 1918, se inaugura el tramo de ferrocarril entre Zacatecoluca y San Vicente.

2.2.4 Período de 1919 a 1923. Don Jorge Meléndez.

El 28 de abril de 1919, otro fuerte terremoto causa nuevamente destrucción en la ciudad de San Salvador, especialmente en los barrios San Esteban, Cisneros y Concepción.⁵⁷ Se comienzan las iniciativas para establecer la aviación en el país.

En el área financiera, se celebró una contrata entre el gobierno y el señor Keillhauer, para la fundación del Banco Central. El 16 de agosto de 1919, la Asamblea Legislativa decreta de curso legal la moneda de los Estados Unidos.

Para el uno de abril de 1921, La Prensa Gráfica informaba una intensificación en el tráfico entre Guatemala y El Salvador y, el 30 de

⁵⁶ Esta torre fue levantada en el parque Venustiano Carranza, ubicado en el barrio de San Jacinto, en las proximidades de Casa Presidencial. Se sabe que el gobierno mexicano también envió un grupo de obreros especializados para su instalación.

⁵⁷ Estimaciones hechas daban como resultado una destrucción de 22 manzanas. El epicentro se focalizó en las faldas del cerro de Soyapango.

mayo de ese año, el ferrocarril internacional IRCA, se encontraba ya a las puertas de San Salvador.

El 4 de enero de 1922, los vapores "Colombia", "Venezuela" y "Ecuador", de la Pacific Mail Steamship, inauguran el servicio directo entre puertos salvadoreños y Nueva York. A nivel nacional, y en lo que respecta a la ampliación de la red ferroviaria, se inaugura el servicio de trenes a La Unión.

El 13 de junio de 1923, torrenciales lluvias causan el desbordamiento de los ríos Acelhuate y Arenal, inundando los populosos barrios de Candelaria y La Vega, causando alarma y preocupación entre los habitantes de la ciudad.

En este año, los viajes en automóvil entre la ciudad de Santa Ana y Guatemala duraban diez horas. Para el 31 de diciembre, se terminaba de construir la carretera de Sonsonate hacia el puerto de Acajutla.

2.2.5 Período 1923 a 1927. Doctor Alfonso Quiñónez Molina.

El 20 de marzo de 1923, se instala la primera flotilla aérea salvadoreña. En 1925, se emite una ley de pasaportes y entradas a la república.

En junio de 1926, se aprueba la famosa Ley de Vialidad, como base para realizar la pavimentación de San Salvador, en la que se tuvo que acudir a grandes empréstitos. También el 10 de marzo de 1923, se ofrece a los empleados públicos el pago puntual de sus sueldos para evitar el comercio oneroso de recibos.

El día 16 de marzo, se inicia una campaña de grandes dimensiones para combatir el contrabando de alcohol, que según estimaciones, había disminuido los ingresos fiscales en 1.152,711 colones. En el mes de noviembre de ese mismo año, se emiten los reglamentos de los cementerios y el de la Lotería Nacional.

El 23 de diciembre de 1924, un evento de notable relevancia se realiza en la finca Modelo de la ciudad de San Salvador, se trata de una

exposición nacional de obras de mérito artístico, que congregó a los más importantes sectores de la sociedad.

El fenómeno de la migración de los trabajadores salvadoreños hacia otros países no es nuevo, el 7 de febrero de 1925, se informa que muchos jornaleros salvadoreños están emigrando hacia Honduras.

Por otra parte, tampoco son nuevos los viajes de placer de las familias adineradas hacia el exterior; el 28 de abril del año de 1925, la prensa ofrece la noticia de varias familias salvadoreñas que van en peregrinación a la ciudad de Roma, Italia.

En enero de 1926, se emitió una ley de protección para los empleados de comercio y se instituyó la jornada laboral de ocho horas de trabajo. También en este mismo mes, el gobierno anuncia la construcción de una red de modernas carreteras.

En el trabajo ya comentado de Dana Munro, se dice. “La casa más presuntuosa en la ciudad fue construida por Alfonso Quiñónez Molina, en el tiempo que asumió la presidencia. Esta residencia, que fue valorada en 300,000 colones en 1930, fue conocida como la primera de las nuevas casas que cambiaron la apariencia de la ciudad”.⁵⁸

2.2.6 Período 1927 a 1931. Doctor Pío Romero Bosque.

En este período se estableció el transporte aéreo de pasajeros entre El Salvador y Guatemala; se hacía un viaje semanal con un costo de 200 colones por persona.⁵⁹ El 5 de mayo de 1927, se pavimentan los barrios de Santa Lucía y El Calvario.

En el mes de agosto, se le informa a la población acerca de los proyectos de construcción de grandes puertos aéreos en Centroamérica, pero dando por hecho que el aeropuerto de Ilopango sería uno de los más grandes de la región. El 12 de julio de 1929, son descubiertas las

⁵⁸ Carlos Urrutia Flamenco, h. San Salvador. (San Salvador 1924), página 67.

⁵⁹ Este servicio fue establecido el 18 de julio de 1929.

ruinas de Cihuatán, publicándose un informe sobre tal descubrimiento por el señor Antonio E. Sol.

En el mes de abril de 1930, la Asamblea Nacional decide aprobar la nacionalización del puerto de La Libertad, que era operado por sectores privados. El 22 de agosto de 1930, los banqueros se reúnen con el presidente de la República para tratar sobre las regulaciones al tipo de cambio y para fijar la paridad del colón salvadoreño con el dólar estadounidense.

En septiembre, se aprueba la constitución del Banco Hipotecario de El Salvador, con un capital de 100 millones de colones, en acciones nominales de cien colones cada una.

En 1930, había cinco principales productores de café que controlaban el 53% del total de los valores calculados de los beneficios, de 2.907,000 colones. Uno de ellos era la familia Álvarez, inmigrantes colombianos que al inicio de la década de los 30 habían expandido su importante planta y eran propietarios del más grande establecimiento. Los otros dos más importantes eran las familias presidenciales Meléndez y Quiñónez, y los otros dos, eran inmigrantes.⁶⁰

El grupo familiar y social, conocido como "la dinastía Meléndez Quiñónez", estaba integrado por importantes empresarios agrícolas, que se preocuparon por servir los intereses de la clase dominante y muy poco se interesaron por las necesidades del pueblo. Para controlar a la población obrera y campesina, fortalecieron los cuerpos represivos, especialmente la Guardia Nacional, haciendo caso omiso a las violaciones de los derechos ciudadanos, cometidos por dichos cuerpos.

En 1927, la obra investigativa "Lecciones de Estadística", de Pedro Fonseca, señalaba los indicadores de deterioro social más relevante: el analfabetismo, las enfermedades nutricionales, la mortalidad infantil y el alcoholismo.

⁶⁰ Tomado del trabajo de Everett Alan Wilson. La crisis de integración nacional en El Salvador 1919-1935. Tesis doctoral en la Universidad de Stanford.

2.3 El desarrollo urbano de San Salvador.

A partir de 1920, se empieza a transformar el centro histórico de San Salvador. Hasta esa fecha, el centro alojaba la sede del poder,⁶¹ los centros educativos más importantes⁶² y el comercio. Significa que dejaba de ser una zona residencial, para convertirse en el eje neurálgico de las actividades económicas. Una normativa urbana,⁶³ en donde se regula el crecimiento de la ciudad, divide el territorio de la misma en tres zonas: comercial, intermedia y los suburbios.

El reglamento citado señala que “en la zona comercial no se permitirán construcciones que no fueran calificadas como incombustibles, debiendo ser de cemento y hormigón armado, o de sistema mixto.”

Los avances en los medios de comunicación se instalaron en ese período: el telégrafo en 1870 y 1871; el cable submarino en 1882, el teléfono en 1888, el alumbrado público en 1841,⁶⁴ pero fue convertido en eléctrico en 1890.

A finales del siglo XIX, los prestamistas y usureros empezaron a ser desplazados por las incipientes instituciones financieras; en 1870, se fundó el primer banco, llamado Internacional, con capital inglés.

En 1885, se fundó el Banco Particular, llamado más tarde Banco Salvadoreño, que representaba los intereses cafetaleros de la zona central del país (familia Trigueros, Mauricio Duke, ex cónsul norteamericano de origen inglés y su yerno Ángel Guirola, p.). En 1889, se fundó el Banco Occidental, capital californiano-germano de los hermanos Jonás y David Bloom, familia Álvarez y León Dreyfuss. En 1895, se fundó el Banco Agrícola Comercial, perteneciente a las familias Duke, Drews y Guirola.

⁶¹ El Palacio Nacional, la Casa Presidencial, la Tesorería y el Correo.

⁶² Universidad de El Salvador y Escuela Normal.

⁶³ Reglamento de Ornato y construcciones de la ciudad de San Salvador. 1926.

⁶⁴ Inicialmente el combustible era de grasa de cerdo, después se utilizaba nafta o kerosene.

Las primeras grandes compañías importadoras-exportadoras, se fueron estableciendo así: Borghi, Daglio y Cía, Goldtree Liebes y Cía. en 1888; Herbert De Sola en 1896, Meardi Hermanos, Nottebohm Trading Company, Davidson y Co, de Belfast, Irlanda y Lassally y Cía, de Hamburgo y Ámsterdam. Estas firmas importaban maquinarias, motores, abonos y nitrato desde Chile, pero también exportaban café, cacao y añil.

En los primeros años de 1900, vivía en San Salvador, un puñado de inmigrantes ingleses, italianos, alemanes y españoles, dedicados a una incipiente producción manufacturera de cuero, candelas, cigarrillos, cervezas, harinas, bebidas gaseosas, ladrillos, cemento y otros.

La primera fábrica moderna de cerveza fue instalada en la ciudad de Santa Ana, a principios de siglo, por don Rafael Meza Ayau, p. Las primeras fábricas textiles modernas se comienzan a instalar entre 1929 y 1930. Otro grupo de inmigrantes, de segunda categoría, formada por chinos y palestinos, llegan al país.

Los chinos llegan procedentes del Perú, como peones contratados para nivelar el terreno y para instalar los durmientes de las vías férreas. Los palestinos, por su parte, llegan como refugiados, producto de la desintegración del imperio otomano, al finalizar la Primera Guerra Mundial.

Se instalaron en el pequeño comercio como pulperías, cafeterías y negocios de comida, vendiendo también en las zonas semirurales, ropa barata y artículos de primera necesidad. También se dedicaron a hacer préstamos a tasas muy elevadas y plazos cortos, entre la población campesina y suburbana, de bajos ingresos.

En 1927, la señora Juanita Mathies instaló la primera fábrica de ladrillos de cemento y, desde principios de ese mismo año, la empresa de vuelos comerciales Latin American Lines, conocida más tarde como Panamerican Airways, había conectado San Salvador con Los Ángeles, California.

Pero en 1931, empezó a competir con ella la empresa Transportes Aéreos Centroamericanos (TACA), fundada nominalmente por el piloto

neozelandés Lowell Yerax.⁶⁵ A través de Richard Kriete, californiano, quien contrajo matrimonio con una hija de Yerax, la elite financiera salvadoreña comenzó a participar en esta empresa, a partir de 1930.

En la ciudad de San Salvador, la elite vivía en los barrios históricos: Concepción, San José, Santa Lucía, Candelaria, La Vega, San Esteban, El Calvario y San Jacinto.

Es particularmente notable que no existiera una rígida segregación espacial, pero sí hubo una decisión compartida de instalar los principales almacenes y el comercio alrededor de la plaza Dueñas.⁶⁶ En ese lugar se construyeron los famosos portales La Dalia y Occidente, que cobijaban los mejores almacenes.

El semblante de la ciudad se fue modernizando, con algunas construcciones que reflejaban estilos arquitectónicos europeos, especialmente de los países de origen de los inmigrantes.

En el campo de las profesiones, se estima que en 1920 en San Salvador, habían varios pero reducidos grupos profesionales: unos 350 abogados, 100 doctores e ingenieros, mil empleados comerciales, 1,500 profesores y un buen número de mecánicos, artesanos y comerciantes.⁶⁷

La clase media, también muy reducida, estaba formada por profesionales, estudiantes, empleados públicos y privados, que residían en los diferentes barrios de la ciudad, pero otro grupo de éstos compartían los mesones de los sectores populares, con obreros y

⁶⁵ Este personaje había combatido exitosamente como mercenario contra los liberales en Honduras, razón por la que la empresa contaba con el apoyo de la Cuyamel Fruit Co., de Honduras.

⁶⁶ Es la antigua Plaza de Armas, actualmente el parque Libertad.

⁶⁷ Everett Alan Wilson. La crisis de integración nacional en El Salvador. El Salvador de 1840 a 1935. Compilación de Rafael Menjívar y Rafael Guidós Véjar. UCA Editores. 1978.

artesanos.⁶⁸ En los mesones vivían los sectores populares: artesanos, pequeños comerciantes y población rural, recién emigrada.

Los obreros se reunían en las Sociedades de Obreros y Artesanos, que se multiplicaron a partir de 1920, propiciando una intensa movilización social. Los gobiernos les daban mucha aceptación a estas organizaciones, porque los movimientos gremiales tenían una fuerte tendencia mutua, de desarrollo educativo y cultural, así como de superación individual y colectiva.⁶⁹

Las organizaciones gremiales contribuyeron significativamente a la integración de clases de los diferentes sectores de la sociedad, pero también jugaron un papel similar las cofradías de los barrios, que igualmente contribuyeron a la articulación social de sus propios entornos.

Las fiestas patronales, de carácter religioso,⁷⁰ fueron también eventos comerciales, al que frecuentemente llegaban los comerciantes de otros países.⁷¹ Las fiestas patronales eran un medio de encuentro de diversas clases sociales, pero adquirirían una gran notoriedad las figuras de las capitanas de los barrios, que constituían el eje central de las actividades de cada barrio.⁷²

En 1931, los gremios habían ganado terreno en la vida social del país, pero desde 1903, participaban también los militares en dichos festejos, como un sector organizado de la sociedad. En 1932, con la instauración

⁶⁸ Los mesones en San Salvador, eran viviendas que ofrecían una habitación por familia, con servicios compartidos. En ellos se encontraban personas de bajos ingresos. Algunos de tales mesones, los más grandes, como La Bolsa, el Serpas y el Ranson, llegaron a albergar hasta mil familias.

⁶⁹ En especial tenían programas anti-alcohólicos y luchas por la superación de la clase obrera.

⁷⁰ Por ejemplo, las fiestas de Agosto, que se celebraban en honor al patrono de la ciudad de San Salvador, "El Salvador del Mundo".

⁷¹ En 1903, se registró un ingreso de aproximadamente mil hondureños, y en 1923, participaban en los festejos algunos comerciantes ecuatorianos. (Diario del Salvador. 12 de julio de 1923.)

⁷² Como capitanas aparecían miembros de las más distinguidas familias, por ejemplo las familias Palomo, Daglio, Arango, Imberton, Viaud, Cohen, Duke, Meardi, Sagrera, Mathies, Van Severen y otras más.

de la dictadura del general Maximiliano Hernández Martínez, quien manejó políticamente una sistemática lucha anticomunista, hay una derrota del movimiento social, reprimiendo violentamente las organizaciones gremiales y campesinas.

Funcionaba un tranvía que unía San Salvador con Santa Tecla, cuya terminal estaba instalada en las proximidades del barrio de El Calvario, la actual colonia Ferrocarril, que dejó de funcionar en 1928, cuando se completó la pavimentación de San Salvador.

Una de las empresas urbanizadoras de este período, la compañía De Sola, urbanizó la actual colonia Ferrocarril y además la finca Santa Anita.⁷³ En 1931, esta misma empresa urbanizó la finca La Rábida, también de 11 manzanas de extensión, cuyo propósito era ofrecer opciones de vivienda a los sectores medios emergentes.⁷⁴ Entre 1932 a 1935, la empresa De Sola construyó la urbanización Flor Blanca,⁷⁵ cuyas residencias estaban destinadas a sectores de altos ingresos.⁷⁶

De este mismo período (1930), data la construcción de la calle llamada “doble vía”, denominada así porque tenía dos carriles separados para transitar por ambas vías, con la cual se llevó a la ciudad a un nuevo límite. Este punto, el más alejado del centro histórico de la ciudad, era denominado “La Cruzadilla”, enfrente de donde está ubicada actualmente la Plaza del Salvador del Mundo.

A lo largo de esta amplia avenida se construyeron las residencias para las clases altas, terminando de definir así la separación espacial de las clases sociales en la ciudad de San Salvador. La Plaza del Salvador del Mundo fue el punto de partida para la futura expansión

⁷³ Actualmente se conoce como el barrio de Santa Anita. Esta finca tenía 11 manzanas de extensión, y fue dotada de las mejores condiciones de la época: cordones, cunetas, aceras, servicios de aguas lluvias, aguas negras, agua potable y alumbrado eléctrico.

⁷⁴ Es la actual colonia La Rábida.

⁷⁵ En las proximidades del Parque Cuscatlán, la actual colonia Flor Blanca.

⁷⁶ Las residencias construidas en ese lugar llevaban las firmas de los arquitectos Ernesto De Sola, Armando Sol, Choussy, Noltenius y José María Durán.

residencial de San Salvador hacia el occidente, las actuales colonias Escalón y San Benito.

Entre 1935 y 1940, el Estado desarrolló un programa de viviendas de interés social para sectores medios de la población, construyendo 193 viviendas en la zona este de la ciudad: las colonias Guatemala y Honduras, que fueron entregadas a funcionarios, empleados y maestros, en alguna medida afectos al régimen.

A la par de estas transformaciones, los antiguos barrios se fueron recomponiendo; por una parte los grupos de más altos ingresos se trasladan a lugares más privados y frescos; por otra parte, los barrios empiezan a crecer poblacionalmente con la llegada de familias del interior del país. Entonces el entorno del barrio se hace más abierto, más popular y bullicioso.

Un fenómeno interesante en esta transformación, es que las casas de las familias adineradas que han quedado abandonadas, se convierten en mesones, en donde se alquilan las habitaciones a personas o grupos familiares.

Los barrios y suburbios se pueblan densamente por efecto de una significativa migración interna, del campo a la ciudad. En busca de mejores oportunidades de vida y de trabajo, los habitantes de los pueblos se trasladan a la ciudad y empiezan a instalarse en algunos suburbios como Mejicanos, Ayutuxtepeque, Soyapango, Paleca o Aculhuaca y San Sebastián. El actual barrio de San Jacinto, era un pueblo de indios que se anexó a San Salvador en 1898.

Hasta el aparecimiento de la aviación en 1931, año en que se inician los primeros vuelos de pasajeros, el modo de transporte internacional se hacía por medio de buques que tocaban los puertos de la costa salvadoreña, especialmente los puertos de La Libertad, Acajutla y La Unión. Para los habitantes de la ciudad de San Salvador, el punto de

partida y llegada era el puerto de La Libertad, más próximo a la ciudad, al que se accedía por medio de una carretera.⁷⁷

La red de ferrocarriles, construida por dos empresas extranjeras: una, de capital inglés, la Salvador Railway Company y, la otra, de capital norteamericano, The Internacional Railway of Central America (IRCA), movilizaban pasajeros y carga internamente, por todo el país.

El centro nodal del sistema estaba en la ciudad de San Salvador, desde donde se interconectaba con todos los pueblos y departamentos de la república. Los ferrocarriles tenían sus bases al inicio del Paseo Independencia, por donde se ingresaba a la ciudad de San Salvador. Era éste un bulevar muy amplio, estilo europeo, de 500 metros de longitud, adornado con árboles y estatuas. No se sabe con exactitud cuándo fue construido, pero su trazo aparece por primera vez en un plano levantado por los ingenieros José María Peralta y Domingo Call, en 1899-1900.⁷⁸

En 1862, los turistas extranjeros eran alojados en el Club y Hotel Salvadoreño, después convertido en el "Hotel Inglés", de T. H. H. County, el que estaba ubicado cerca de la plaza principal de San Salvador. También estaba el "Hotel de Francia", de la viuda de Fouche y Compañía, y la Casa de Huéspedes, cervecería y café, de Kreitz y Cousin.

Los hoteles de mejor calidad, construidos en dicho período, eran prácticamente dos: el "Hotel Nuevo Mundo", que estuvo ubicado frente a la actual Plaza Morazán en 1920, y el "Hotel Astoria", que estaba instalado en la Casa Ambrogio, desde 1875. En los alrededores del Paseo Independencia, se instalaron pensiones y casas de huéspedes para los viajeros de los ferrocarriles, eran de varias categorías pero más baratos que los hoteles.

⁷⁷ El 8 de enero de 1854, con origen en San Francisco California, USA, atracó en la costa salvadoreña, el primer vapor. Se llamaba "Primero", tenía 225 toneladas, propiedad de la Compañía Centroamericana de Navegación, cuyo propósito era conectar al país con los puertos de América del Sur.

⁷⁸ Tomado del trabajo de América Rodríguez Herrera. San Salvador. Historia urbana. 1900 – 1940. CONCULTURA. 2002.

En 1928, la ciudad de San Salvador cuenta con 1,570 teléfonos de los 2,942 que hay en todo el país; 3,100 automóviles, 225 camiones y un ferrocarril internacional.

Pareciera adecuado señalar que El Salvador es un país de migrantes, fenómeno señalado por un autor en 1925,⁷⁹ quien expresaba que para detener la migración de los salvadoreños era necesario tomar medidas que aseguren el bienestar y el mejoramiento de los trabajadores, para evitar que se fuguen a otros países, privando al país de su calificación para el desarrollo de la nación. "

Ellos venden sus carretas de bueyes e incluso sus casas, las cuales fueron adquiridos por sus ancestros, frecuentemente con gran sacrificio".

Por su parte, el maestro Alberto Masferrer, en 1929, declaraba que ya era bien conocida la tendencia de los salvadoreños a migrar, y que esta pérdida de población era un problema alarmante que tenía muchas y profundas implicaciones económicas.

Según los datos de este período, mucha gente joven estaba migrando hacia Guatemala, México y los Estados Unidos. Frecuentemente se trataba de estudiantes que habían regresado al país después de haber finalizado sus estudios. Pero había otro flujo de migración, compuesta totalmente por campesinos y artesanos que se dirigían a Honduras; sin embargo, algunos regresaban al no poder integrarse en ese país.⁸⁰

Por otra parte, se había detectado que pequeños grupos de gente muy adinerada gastaba en viajes a Estados Unidos y Europa muchos millones de dólares, "extraídos del trabajo de la clase trabajadora, las masas soportan el peor tipo de existencia".⁸¹

⁷⁹ J. Alberto Herrera. "La Emigración salvadoreña". Isidro Menéndez, II (Mayo y Junio 1925).

⁸⁰ El número de migrantes a Honduras fue estimado en esos años en el 10% de nuestra población, calculada en 1.400,000 habitantes.

⁸¹ Periódico Patria. "El porqué de la emigración". 2 de agosto de 1929.

Pero también el fenómeno de migración de extranjeros al país, atraídos en términos generales, por las oportunidades que éste brindaba de hacer riquezas, asentarse y ubicarse en los peldaños más altos de la sociedad, indujo que muchos europeos vinieran y se quedaran residiendo permanentemente en el país.

Por el hecho de que venían de países cultural e industrialmente más avanzados, no se hizo esperar que se convirtieran en promotores del crecimiento y la modernización del país en general.

Se involucraron en el comercio como importadores de maquinarias, materias primas y bienes de consumo; en la industria como beneficiadores de café y en la instalación de pequeños establecimientos de manufacturas; como exportadores directos de café, añil y caucho; como financieros, participando en la fundación de bancos y empresas prestamistas; y al unirse matrimonialmente con las familias terratenientes, también participaron en la explotación de las haciendas y fincas.

2.4 El desenvolvimiento del transporte marítimo.

Los cambios en el transporte, iniciados en la primera mitad del siglo XIX, fueron de una importancia tal, que revolucionaron las modalidades de comunicación del país con el exterior. El primer paso se dio en el transporte marítimo, y gracias a ello las nuevas tecnologías pudieron ser llevadas de las economías más industrializadas a nuestro medio, además de que como resultado de este proceso, las relaciones espaciales fueron transformadas significativamente, en un corto período de tiempo.

Las distancias entre Centroamérica y Europa se acortaron, los períodos de viaje se hicieron más cortos, lo que permitió que regiones aisladas, como fue el caso del istmo centroamericano, se incorporaran a la expansión de la economía mundial.

El primer avance fue la revolución en el transporte marítimo, desde Europa y de los Estados Unidos a Centroamérica y viceversa; los barcos

de vapor reemplazaron a los barcos de vela, con todas las ventajas que el cambio implicaba.⁸²

Los transatlánticos, como medio de transporte de pasajeros, habían iniciado sus operaciones cruzando los mares desde 1830. En el transcurso de una década, las empresas navieras europeas y norteamericanas extendieron sus servicios a Centroamérica; inicialmente llegaron a Panamá por el Océano Atlántico, pero también empezaron a viajar en rutas cortas en el Pacífico y el Caribe.

Los viajes marítimos, a medida que se van expandiendo en la región, se vuelven más frecuentes y más rápidos, siendo posible entonces, establecer calendarios de entradas y salidas de vapores en los puertos centroamericanos; los vapores llegaban y salían puntualmente cada 7, 15 o 21 días. Los tiempos de viaje y los precios se redujeron en $\frac{1}{4}$ de su valor anterior; por ejemplo, la jornada entre Liverpool, en Inglaterra, y puertos salvadoreños en la costa del Pacífico, disminuyó de 5 a 2 meses.

La navegación a vapor recibió un considerable impulso a partir de la llamada "fiebre del oro", en California; miles de pasajeros y aventureros hacían la travesía desde puertos norteamericanos en el Atlántico,⁸³ hasta el río San Juan y los grandes lagos de Nicaragua, evitando los peligros de los viajes por tierra, que ocasionaban el atravesar territorio norteamericano.⁸⁴ Muy importante, en el largo plazo, fue la apertura en 1855 de una línea de ferrocarril entre la ciudad de Panamá, en el Pacífico, y el nuevo puerto de Aspinwell, llamado después Colón, en el mar Caribe. Se planeó que el viaje entre ambos puntos, por ferrocarril, pudiera hacerse en un solo día.

En estos años, muchas compañías navieras compiten por los mercados centroamericanos, fortaleciendo las rutas comerciales y de pasajeros a

⁸² El desarrollo de la navegación a vapor empezó a ser aplicado en Europa y los Estados Unidos, desde finales del siglo XVIII. Los transatlánticos empezaron a operar desde 1830.

⁸³ Específicamente desde Nueva York y Nueva Orleans.

⁸⁴ Los ataques de los indios, el cruzar los desiertos y los miles de inconvenientes, persuadían a muchos a hacer el recorrido por mar. Todavía no existía un ferrocarril que conectara la costa oeste-este de los Estados Unidos.

Europa y los Estados Unidos, así como a otros países industrializados. En la costa pacífica, el transporte marítimo fue dominado por la Pacific Mail Steamships Company, fundada en 1848, en los Estados Unidos, por el mismo grupo de empresarios que eran los propietarios de Panamá Railroad Company.

En las costas del Caribe la competencia fue feroz, particularmente en el este y sur de los Estados Unidos. Al final del siglo XIX, una docena de empresas distintas operaban una gran cantidad de líneas marítimas, que unían los puertos del Caribe y del Golfo de México con Nueva Orleans y Nueva York.⁸⁵ Otro pequeño grupo de empresas europeas se encargaban de los viajes transatlánticos.

En 1920, una gran cantidad de pequeñas empresas que generalmente hacían viajes entre Norteamérica y Centroamérica habían desaparecido. El comercio se concentró en los barcos de las compañías bananeras y de la Panamá Railroad Steamship Line. En El Salvador y otros puertos centroamericanos del Pacífico, el transporte fue operado por Kosmos Line en 1893. Para 1922, lo hacía la Pacific Mail Steamship Company y la Pacific Steam Navigation Company.

2.5 Los puertos y los ferrocarriles. Su importancia.

La modernización del comercio por la vía marítima hizo imperativo la construcción de nuevos puertos o la adecuación de los existentes, con el propósito de hacer más fácil el transporte de los bienes de exportación, café y añil, así como de las importaciones de maquinarias, materias primas y bienes de consumo. Paralelamente, la construcción de redes ferrocarrileras propició igualmente la salida de la producción a los puertos de exportación.⁸⁶

⁸⁵ En este grupo están incluidas dos compañías que se ocupaban del incipiente transporte de bananas de Honduras y Costa Rica.

⁸⁶ Previo a la construcción de los ferrocarriles, el antiguo sistema de movilizar la carga por carretas tiradas por mulas o bueyes, era extremadamente lenta. Se estimaba que sacar la producción, en un tramo de 100 kilómetros, de las tierras interiores a la costa, requería de 5 a 6 días.

El transporte por ferrocarril tuvo muchas dificultades de construcción: terrenos rocosos y abruptos, irregulares, con muchos accidentes geográficos, carencia de trabajadores adecuados, las lluvias y las enfermedades tropicales. Los empresarios locales no contaban con el capital y la tecnología para abordar tan grandes proyectos, lo que fue una razón que explica el porqué las líneas de ferrocarriles fueron construidas por empresas extranjeras, bajo concesiones onerosas con los respectivos gobiernos, que tuvieron que afrontar cuantiosas deudas.⁸⁷

Inicialmente el propósito fue proporcionar una salida a la producción cafetalera, especialmente la de las tierras altas; después las líneas de ferrocarriles se tendieron en las costas, en este caso para dar salida a la producción de las bananas hacia los puertos.

También se construyeron nuevos puertos de destino para los ferrocarriles o se habilitaron otros, que estaban en malas condiciones. La carga generada produjo significativos ingresos, basados en los derechos de importación y exportación. Esto significó una mayor fuente de ingresos fiscales para los gobiernos, especialmente en Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

Los ferrocarriles a las costas del Caribe ofrecieron mejores rutas al comercio con Europa y la costa atlántica de los Estados Unidos. En El Salvador, las regiones cafetaleras de Santa Ana y San Salvador fueron unidas por una línea de ferrocarril hacia el puerto de Acajutla y, al final del siglo XIX, una segunda línea de ferrocarril hacia el puerto de La Unión, enriqueciendo las comunicaciones de la zona oriental del país con la capital. La rama del ferrocarril hacia San Jerónimo, punto situado en la frontera entre El Salvador y Guatemala, completó en 1929, el vínculo entre El Salvador, que solamente tiene costa al Pacífico, con una salida hacia el Caribe y el Atlántico.

Los ferrocarriles revolucionaron el transporte, aunque eran técnicamente primitivos. Las empresas propietarias de ellos no se preocuparon por

⁸⁷ Estas deudas afectaron los ingresos fiscales de los estados, ya que las empresas se quedaban con los gravámenes a los derechos de aduana y otros.

modernizarlos, les daban escaso mantenimiento y solamente se dedicaron a explotarlos, mientras caducaban las licencias de operación con los estados.⁸⁸

El 28 de marzo de 1882, desembarcaron las primeras locomotoras en el antiguo puerto de Acajutla,⁸⁹ que llegaban procedentes de Inglaterra. Una noticia publicada en el Diario Oficial el 12 de mayo de 1882, informaba a la ciudadanía de la puesta en marcha de las primeras máquinas y el estímulo que se esperaba a las actividades comerciales e industriales del país.

El 4 de junio de 1882, el presidente Rafael Zaldívar inauguraba oficialmente el servicio de ferrocarriles, en ocasión de la llegada de la primera locomotora a la ciudad de Sonsonate, transportando pasajeros y carga.

La ruta cubierta era de la capital a Sonsonate y después hacia el puerto de Acajutla, siendo la ciudad de Sonsonate el lugar de estacionamiento de las máquinas, que eran de marca "American Type, de 166 toneladas de peso cada una. Los carros para transporte de pasajeros de primera clase, contaban con ventanillas de vidrio y persianas, cómodos asientos y una amplia ventilación; los carros para pasajeros de tercera clase tenían techo pero eran abiertos en los costados.

Los precios del transporte oscilaban entre seis centavos de colón por kilómetro para los pasajeros de primera clase, tres centavos por kilómetro para los pasajeros de segunda clase. El transporte de la carga, que tenía un peso de 20 quintales o cuarenta pies cúbicos de volumen, se pagaba veinte centavos por kilómetro de recorrido.

Para dar el servicio se construyeron talleres de mecánica, estaciones, edificios para viviendas y oficinas, además se proporcionó empleo

⁸⁸ En El Salvador, las concesiones ferrocarrileras tuvieron plazos de noventa y nueve años.

⁸⁹ El puerto de Acajutla fue llamado inicialmente "El Tortuguero", después se conoció como "Las Matas", y finalmente San Luís de Acajutla.

a muchos nacionales como maquinistas, revisores, empleados y otras actividades.

El itinerario comprendía de dos viajes por día entre Sonsonate y Acajutla y viceversa, con una duración estimada de cuarenta y cinco minutos.

El 31 de julio de 1882, el gobierno autorizó la construcción del tramo Sonsonate-Sitio del Niño-Santa Ana y, el 14 de marzo de 1884, se autorizó el contrato para la operación entre Santa Ana y San Salvador. En diciembre de 1894, se firmó el contrato entre el gobierno y The Salvador Railway Company, en donde se le concedía la explotación del ferrocarril en el occidente de la república.

En la zona oriental, las operaciones del ferrocarril se iniciaron después de varios obstáculos, el 20 de agosto de 1912, en el tramo puerto Cutuco, en La Unión y San Miguel. Este servicio se conectó con San Salvador el uno de mayo de 1920.

De gran importancia, fue el establecimiento de un "canal seco" interoceánico, entre el puerto de Cutuco, en la costa del Pacífico, y Puerto Barrios, en la costa atlántica de Guatemala. Esta conexión funcionó hasta 1980, constituyendo el principal medio de transporte con la costa este de los Estados Unidos y Europa.

El 22 de octubre de 1962, por Decreto Legislativo No. 181, el gobierno interviene la empresa Salvador Railway Company por incumplimiento de contrato, y esta empresa empezó a ser operada bajo administración oficial.

El transporte por ferrocarril empezó a decaer en la medida que se construyeron buenas carreteras asfaltadas, se incrementó el transporte automotor, se redujo el tiempo de viaje y los precios de ambos sistemas se hicieron competitivos. Sin embargo, hasta algunos años posteriores a 1950, el ferrocarril continuaba llevando pasajeros y carga.

2.6 Las carreteras.

Sin duda, la construcción de los ferrocarriles, al final del siglo XIX y principios del siglo XX, fue un incuestionable avance en las modalidades de transporte en Centroamérica. El propósito fundamental, como ya se ha dicho, fue la de facilitar las exportaciones de café y banano, así como las importaciones de materias primas y productos manufacturados. Lamentablemente, los ferrocarriles no se preocuparon por interconectar los cinco países del istmo, excepción hecha del tramo que se construyó entre Guatemala y El Salvador.

Durante aproximadamente 50 años, el avance en la construcción de carreteras fue lento. Escasos automóviles y buses circulaban por la región centroamericana durante los años de 1920, pero su circulación estaba restringida por cortos trechos de vías pavimentadas o caminos de macadán,⁹⁰ que unían unos pocos pueblos en cada república.

Todos los países hicieron intentos por construir sus redes de carreteras internamente, en forma general, de la capital hacia las ciudades de provincias o pueblos de relativa importancia. Pero a nivel regional, el primer proyecto de gran magnitud fue la construcción de la carretera Panamericana, durante y después de la Segunda Guerra Mundial. Este proyecto, impulsado por los Estados Unidos, se fomentó para sustituir un fallido proyecto de ferrocarril panamericano, durante la década de 1880.

Esta carretera, que atravesaba las tierras interiores de Centroamérica, restablecía los ejes noroeste y sureste, del camino real del período de la Colonia. Pasaba por la mayor parte de ciudades, excepto en Honduras, pero unía a todos los países centroamericanos.⁹¹ La construcción empezó bajo supervisión norteamericana en 1941, lográndose la finalización de una carretera pavimentada que llegó a la ciudad de Panamá, en la década de 1960.

⁹⁰ El macadán es un pavimento de piedra machacada, que una vez tendida se comprime con un rodillo.

⁹¹ La carretera no incluyó a Belice o Honduras Británica, que era un protectorado inglés.

La modernización del transporte, que se inició con los ferrocarriles, dio lugar a que en las principales ciudades, San Salvador y Santa Ana, aparecieran los primeros tranvías como medio de transporte. Esta modalidad sustituyó al uso de carretas y carruajes, que transportaban a las personas de un punto a otro. Los primeros tranvías eran movidos por mulas (tracción animal), pero luego aparecieron los tranvías eléctricos. En los años de 1920, se da inicio a la pavimentación asfaltada de San Salvador, y después en algunas carreteras; ello fue obligado por la llegada de los automóviles para 1915, y años más tarde, de camiones y autobuses.

2.7 El inicio de las primeras medidas del gobierno con respecto al turismo a partir de 1924.

En 1924, en la administración del doctor Alfonso Quiñónez Molina, el gobierno de El Salvador considerando la importancia del turismo en el país y la necesidad de fomentarlo, acuerda la creación de la Primera Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industrial, el 12 de junio de 1924, y la que sería dependencia del Ministerio de Fomento.⁹²

El propósito de esta nueva dependencia del Estado, era dar a conocer tanto a los nacionales como a los extranjeros, los adelantos, lugares históricos, de interés científico y de recreo, así como el interés de mostrar nuestro grado de cultura y establecer nuevas relaciones que beneficiaran el comercio, la agricultura y la industria del país. La Junta quedó integrada por un presidente, dos vocales, un tesorero y un secretario. Como presidente fue nombrado el doctor José Leiva.

Las principales atribuciones de la Junta eran: realizar en el exterior una propaganda eficaz y efectiva que pueda traer el turismo, con la colaboración del Ministerio de Relaciones Exteriores, por medio de los cónsules residentes en el exterior.⁹³

⁹² El Ministerio de Fomento es el antecedente de lo que es actualmente el Ministerio de Obras Públicas.

⁹³ Diarios Oficiales del 12 y 13 de junio de 1924.

Entre 1924 a 1930, no se encuentran indicios del trabajo desarrollado por esta dependencia. Pero en 1930, siendo presidente de la República el doctor Pío Romero Bosque, nuevamente aparece una iniciativa gubernamental relacionada con el tema. El decreto No. 135, del 14 de agosto de 1930, crea la Junta Nacional de Turismo, con residencia en la ciudad de San Salvador.

Dicha decisión, a juicio de sus autores, tuvo como propósito: beneficiar el comercio e industria nacionales, ya que las vías de comunicaciones con las que el país contaba facilitaban el acceso de los viajeros procedentes del exterior a la capital y otros lugares importantes.

Esta Junta se encargaría de dirigir una campaña de fomento, además de servir de enlace entre el gobierno y las juntas departamentales de caminos en todo lo relativo con el turismo en el país. Se les otorgó la cantidad de diez mil colones para financiar los gastos de propaganda y sostenimiento de la campaña pro-turismo, bajo la supervisión del Ministerio de Fomento.⁹⁴

Esta Junta tuvo vigencia hasta 1939, puesto que por Decreto No. 98, del 10 de diciembre de 1939, la Asamblea Legislativa derogó el Decreto No. 135 con el que había sido creada, en vista de la necesidad de contar con una nueva entidad que le diera nuevas orientaciones a esta actividad, aprovechando el moderno sistema de carreteras con las que contaba el país en esos momentos.⁹⁵

Sin embargo, nueve meses antes de la derogatoria del Decreto No. 135, es decir el 25 de marzo de 1939, por Decreto No. 25, se habían creado las llamadas Juntas de Ornato en cada departamento de la república, responsables de las carreteras, balnearios y jardines públicos de cada jurisdicción. Las Juntas de Ornato serían integradas por un presidente, siete vocales, un tesorero, un secretario y un síndico, nombrados por el Poder Ejecutivo, en el ramo de Fomento.⁹⁶

⁹⁴ Diario Oficial del 28 de agosto de 1930.

⁹⁵ Diario Oficial del 2 de enero de 1940.

⁹⁶ Diario Oficial del 30 de marzo de 1939.

Se supone que al empezar a funcionar las Juntas de Ornato, la nominada Junta Nacional de Turismo cesó en sus labores.

No se encuentra información sobre las labores de estas Juntas, por lo que la siguiente referencia al tema hasta el 9 de marzo de 1945, fecha en que se emite el decreto No. 14, que considera que no se habían obtenido los resultados esperados de las Juntas y que tampoco se había logrado desarrollar con la debida eficiencia la labor que se les había encomendado.

En tal sentido, se restableció en cada uno de los departamentos de la república las Juntas de Progreso y Turismo, que tendrían a su cargo todo lo relacionado con el progreso material en beneficio del turismo que se pueda realizar en las respectivas jurisdicciones. Dichas Juntas dependerían directamente del Poder Ejecutivo, en el ramo de Obras Públicas.⁹⁷

Se cree que fue hasta finales de 1945 que las Juntas funcionaron y se puede considerar que el sistema fue modificado en 1946, al crearse el Departamento Nacional de Turismo.

Para ese año, también funcionaba en el Ministerio de Relaciones Exteriores una Sección de Turismo, probablemente una unidad de iniciativa del ministro, dentro de la estructura orgánica del Ministerio.

Se conoce que el primer jefe de dicha sección fue el señor Arturo Romero Castro, quien con fecha uno de febrero de 1946, dirigió una nota al Ministro de Relaciones Exteriores, don José Antonio Quirós, solicitándole llevar a cabo una Asamblea Nacional de Turismo, en la que se debería contar con la asistencia de funcionarios del Estado y de las instituciones siguientes: Obras Públicas, Migración, Aduanas, Cultura Popular, Orden Público, Economía, y al mismo tiempo con representantes de la empresa privada, entre ellos los bancos, el comercio y la industria.

⁹⁷ Diario Oficial del 14 de marzo de 1945.

Se sugería que dicha Asamblea cambiara impresiones sobre los siguientes puntos:

- a) la creación de la Junta Nacional de Turismo;
- b) oír ponencias, planes, proyectos e ideas sobre el turismo y
- c) acordar la celebración de la Convención Centroamericana de Turismo.

Por motivos que se desconocen, la Asamblea no se realizó. Sin embargo, en esta última iniciativa se nota una aproximación a un enfoque más realista y moderno sobre lo que es la actividad turística, como tal.

En resumen, una valoración general de lo que el turismo pudo haber representado para el país hasta 1930, se deduce de los hechos siguientes: la modernización de las ciudades, incluida la ciudad de San Salvador, era incipiente, no se tenían adecuadas condiciones de vida y comodidad para visitantes que vinieran de Europa y los Estados Unidos; las líneas férreas, además de tener condiciones muy primitivas, no existían o eran escasas y el único medio de transporte masivo para llegar o salir del país era el barco, e igualmente, las líneas marítimas que tocaban nuestros puertos no eran precisamente de barcos de lujo.

Por otra parte, en nuestras ciudades existían muy pocos establecimientos de hospedaje y alimentación, tampoco puede decirse que, como en países desarrollados, hubiera negocios especializados para promover e intermediar en viajes de recreo, ni había motivaciones culturales o publicitarias para incentivar los viajes de turismo a la región centroamericana.

Finalmente, un aspecto importante que debe reconocerse es que el turismo de los salvadoreños hacia el exterior era de élite, y que los visitantes extranjeros que llegaban a nuestro país eran principalmente hombres de negocios o aventureros en busca de fortuna y oportunidades en países considerados tan atrasados, que la posibilidad de encontrar una forma de trabajar y hacerse rico era positivamente cierta.

Capítulo III

El período romántico del turismo salvadoreño.

3.1 El marco histórico del país en 1944 a 1947.

La tiranía del general Maximiliano Hernández Martínez se extendió hasta 1944, por un período de trece años. El 25 de abril de 1944, los estudiantes de la Universidad de El Salvador chocan frontalmente con los cuerpos de seguridad del régimen dictatorial.

Como consecuencia de la represión sufrida, de inmediato convocan a una huelga que fue respaldada por todos los sectores sociales. El paro convocado por los estudiantes tuvo un apoyo incondicional y generalizado. El 2 de mayo, se agregan a la huelga los trabajadores del sindicato de ferrocarrileros, UTF, y al día siguiente 3 de mayo, cerraron sus instalaciones muchas fábricas, los bancos y el comercio. El 4 de mayo, se fueron a la huelga todos los empleados públicos, por lo que el país quedó paralizado. Se le llamó "huelga de brazos caídos", aglutinando en una sola posición a los trabajadores y patronos.

El general Martínez,⁹⁸ ante los acontecimientos, presentó su dimisión a la Asamblea Legislativa el 9 de mayo y, un día después, se entregó el poder al general Andrés Ignacio Menéndez. El 11 de mayo, por vía terrestre, Martínez abandona el país rumbo a Guatemala, para dirigirse después a Miami y Nueva Orleans, en donde residió por algunos años.⁹⁹

⁹⁸ Este controvertido personaje, gobernó el país de 1931 a 1944. Fue admirador de Hitler y Mussolini, no obstante le declaró la guerra al Japón el 8/12/1941 y a Alemania el 12/12/1941, por razones económicas, que obedecían a su alta dependencia con los Estados Unidos de América. Removió a los alemanes que trabajaban en su gobierno e internó a ciudadanos alemanes, italianos y japoneses.

⁹⁹ Para una ampliación de los acontecimientos ver Jorge Barraza Ibarra. Historia de la economía de la Provincia del Salvador, Tomo V, páginas 70 a 86.

El general Andrés Ignacio Menéndez, fungió como presidente de la República hasta el 20 de octubre, fecha en que fue depuesto por un grupo de oficiales del Ejército, nombrándose en su lugar al coronel Osmín Aguirre y Salinas. Este personaje, quien duró solamente cinco meses, sumió al país en la represión y la violencia; no tuvo nada que envidiarle al tirano Martínez.

En enero de 1945, producto de un simulacro electoral, es elegido presidente de la República el general Salvador Castaneda Castro, con el apoyo de la oligarquía, tomando posesión el 2 de marzo de 1945.

Pero este régimen, que afrontó graves problemas durante su período, fue derrocado por un golpe militar de oficiales jóvenes el 14 de diciembre de 1948. Sin embargo, cabe mencionar que durante el gobierno de Castaneda Castro, se inician algunas modalidades orientadas a modernizar el Estado y el país, entre ellas, la organización de la Comisión Ejecutiva del Río Lempa, CEL, y los primeros estudios para la explotación hidroeléctrica del río Lempa; también los primeros estudios para la creación del Seguro Social; se abrió la licitación para la construcción de un puente colgante sobre el río Lempa y se dictaron medidas en materia laboral.

Se formó entonces un Consejo Revolucionario de Gobierno, integrado por oficiales jóvenes,¹⁰⁰ siendo ellos el teniente coronel Manuel de J. Córdova, el mayor Óscar A. Bolaños y el mayor Óscar Osorio.¹⁰¹ Se llamó entonces a dos representantes del sector civil, el doctor Humberto Costa y el doctor Reynaldo Galindo Pohl. Este Consejo gobernó el país hasta el 14 de septiembre de 1950, cuando después de las elecciones convocadas para elegir presidente, resultó triunfante el mayor Óscar Osorio.

¹⁰⁰ Al golpe militar se le llamó "el golpe de los mayores", porque salió de la oficialidad joven, todavía con grados militares de mediana categoría.

¹⁰¹ En el día del golpe, el mayor Óscar Osorio se encontraba exiliado en México, pero indudablemente tenía un gran arraigo entre los militares, pues fue llamado para que se integrara al Consejo de Gobierno.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, en septiembre de 1945, una corriente modernizadora se expandió por todo el mundo y, en América Latina, geopolíticamente considerada como el "patio trasero" de los Estados Unidos, se hace sentir la influencia de esta gran potencia hegemónica mundial. Dicha influencia abarcó todos los campos: económico, social y cultural, sin quedar fuera el campo de la política.

En este punto, en el plano internacional, el presidente de los Estados Unidos, el señor Harry S. Truman, emitió una declaración que en su Punto Cuarto, ofrecía una nueva relación entre esa nación y los países que habían contribuido a la causa de los "aliados", los que ahora esperaban ayuda para incorporarse al concierto de las naciones modernas.

Durante los años de la guerra, los países latinoamericanos habían vendido materias primas estratégicas como petróleo, cobre y aluminio, así como productos agrícolas, entre ellos café, caucho y azúcar, a precios muy bajos. Al final de la guerra, los países de América Latina consideraban que serían recompensados con mejores precios de exportación de sus productos y con ayuda económica y financiera, tales como préstamos e inversiones.

También los años de la guerra produjeron significativos cambios sociales, que se introdujeron en los países de América Latina, impactando las fuerzas y las expectativas sociales de los mismos. A la par del crecimiento de la economía, se diversifican las fuentes de trabajo, se mejora la educación y aumenta el número de personas instruidas: profesionales, técnicos y obreros especializados. Se amplió el campo de las expectativas políticas, el papel de la mujer en la sociedad, la salud, la educación y las aspiraciones por mayores niveles de bienestar.

3.2 La institucionalidad del turismo en el país en el período.

En marzo de 1945, por Decreto Número 14, aduciendo que no se habían obtenido los resultados esperados al suprimir las Juntas de Fomento,

que funcionaban en cada departamento de la república, acuerda restablecer las Juntas de Progreso y Turismo, responsabilizándolas del progreso material en beneficio del turismo en cada jurisdicción, continuando su dependencia del Ministerio de Obras Públicas.¹⁰²

Se supone que de 1939 a 1945, las Juntas en sus diferentes nominaciones, alguna labor hicieron en sus respectivas jurisdicciones, pero lamentablemente no quedó en absoluto, ningún registro sobre su trabajo.

En el marco institucional, se sabe que una pequeñísima oficina funcionó en el Ministerio de Relaciones Exteriores, llamada Sección de Turismo, la que tampoco pudo haber hecho alguna labor de importancia. El 9 de abril de 1947, el presidente de la República, general Salvador Castaneda Castro, giró instrucciones al Ministro de Relaciones Exteriores para presentar a aprobación de la Asamblea Legislativa, un proyecto de decreto para crear la Junta Nacional de Turismo.

Por su parte, la Asamblea Legislativa, sobre la base de la propuesta presidencial, considerando que "es un deber del Estado fomentar el desarrollo material y cultural del país y siendo el turismo un medio excelente, no solo en lo económico sino también en lo espiritual, combinando los esfuerzos del gobierno y la empresa privada", decide crear por Decreto Número 96, del 9 de mayo de 1947, la Junta Nacional de Turismo. Sería una entidad de utilidad pública, con autonomía completa, sujeta a las disposiciones de la ley y con personería jurídica propia.¹⁰³

El uno de junio de 1948, se decretó el Reglamento de la Junta Nacional de Turismo, en el cual se define la integración de su Junta Directiva, así como el establecimiento de las Juntas de Turismo Departamentales.¹⁰⁴

Durante este período, no hay más que aproximaciones al tema, y como puede observarse, se limitó a la creación de una entidad institucional que abordará con responsabilidad el fomento y regulación del turismo.

¹⁰² Diario Oficial del 14 de marzo de 1945.

¹⁰³ Diario Oficial del 15 de mayo de 1947.

¹⁰⁴ Diario Oficial del 15 de julio de 1948.

Hasta aquí, el turismo parece estar orientado al ornato y algunas obras de construcción de los recursos naturales de cada departamento. Sin instrumentos precisos, sin un concepto y orientación definida, la actividad turística parece estar concebida con un enfoque interno, de embellecimiento de algunos recursos naturales y propios de cada jurisdicción y no se encuentra claramente establecido un vínculo entre los objetivos de las Juntas y el movimiento migratorio de residentes extranjeros hacia el país.

Pero un año más tarde, el 10 de mayo de 1949, el Consejo Revolucionario de Gobierno, emitió el Decreto Número 132, en donde se hacen reformas a la Ley de Creación de la Junta, haciendo hincapié en el fomento del turismo nacional e internacional, en todos sus aspectos, tal como se detalla a continuación:

- a) Coordinar los esfuerzos del gobierno con los de la empresa privada, para atraer, recrear y garantizar comodidades a los turistas que visitan el país;
- b) Servir de intermediario en operaciones de financiamiento para impulsar el desarrollo turístico: hoteles, balnearios, parques nacionales, etc. y
- c) Fomentar la educación y espíritu turístico.¹⁰⁵

3.3 El período romántico.

El primer presidente de la Junta Nacional de Turismo fue el señor Roberto Salazar, nombrado en el período del general Salvador Castaneda Castro. Sin duda debió afrontar las dificultades propias de una institución incipiente, entre ellas, el de la ubicación física de la naciente institución. Según algunas informaciones, estuvo en un pequeño salón del Ministerio de Relaciones Exteriores, después se le ubicó en una oficina en el Palacio Nacional y, posteriormente, por falta de espacio, se

¹⁰⁵ Diario Oficial del 12 de mayo de 1949.

trasladó al lobby del Hotel Astoria, que estaba localizado en la esquina de la Avenida Cuscatlán y la 4ª calle poniente, en San Salvador.

El 14 de septiembre de 1948, fue definitivamente trasladado al edificio en donde el Instituto Salvadoreño de Turismo ha estado durante muchos años, sobre la calle Rubén Darío, en el centro de la ciudad capital.¹⁰⁶

Al caer el gobierno de Castaneda Castro en diciembre de 1948, y cuando asciende al poder el Consejo Revolucionario de Gobierno, el señor Roberto Salazar renunció y fue nombrado en su lugar el señor Raúl Contreras, en enero de 1949. Gracias al dinamismo y los esfuerzos de éste, años más tarde se concluyó la construcción del edificio.

Como un hecho anecdótico, relacionado con la nueva mentalidad alrededor de esta actividad, ha quedado registrado un documento enviado por el señor Salazar al Ministro de Relaciones Exteriores, con fecha 10 de octubre de 1947, en donde transcribe un punto de acta de la primera sesión de la Junta Nacional de Turismo, celebrada el 6 del mismo mes, que textualmente expresa:

“III. Se acordó solicitar al ministerio de Relaciones Exteriores, que la oficina central de Migración sea elevada a la categoría de Dirección General, mejorando las condiciones de dicha oficina y de su personal subalterno.” La nota continúa señalando que la mencionada oficina “no ofrecía las comodidades al visitante, lo que daba una desagradable impresión de nuestro país, falto de cortesía y buena manera, la cual podría alejar al visitante de nuestras fronteras”.

El período de trabajo del poeta Raúl Contreras, al frente de la Junta Nacional de Turismo, constituye un punto histórico relevante en el desarrollo del turismo en El Salvador, ya que se logró construir una definida mentalidad cultural, histórica y antropológica de los valores de la realidad salvadoreña, pero sobre todo de la importancia del rescate y la pro-

¹⁰⁶ En el año de 1947, el señor Roberto Salazar había logrado que se comprara un terreno y un caserón viejo, en la actual calle Rubén Darío, logrando que se construyera una primera parte del edificio de lo que es hoy el ISTU; construcción que fue hecha por la firma Noltenius Choussy.

moción de los más importantes sitios arqueológicos de la cultura pipil, de los recursos naturales del país y de la promoción histórico-humana.

Esta labor tuvo el apoyo político de una mentalidad modernista y del nuevo marco mundial, cuyos aires se hacían sentir desde el extranjero. Tuvo además, el apoyo del Consejo Revolucionario de Gobierno y, más tarde, del presidente coronel Óscar Osorio, lo que le permitió realizar su obra de grandes dimensiones.

Conviene dar una visión del marco político-filosófico de esos años, para lograr entender la orientación de las iniciativas que se pusieron en marcha. Cuando fue llamado a formar parte del Consejo Revolucionario de Gobierno, el mayor Osorio se encontraba exiliado en México, país que se encontraba impulsado por corrientes de pensamiento revolucionarias, más avanzadas que los esquemas políticos que se manejaban en el país.

Uno de los aspectos más importantes de la política mexicana era su orientación social y de esos ejemplos, tomó Osorio muchas de las iniciativas de su período de gobierno. El pensamiento político de esta nueva corriente se plasmó en el diseño de una nueva Constitución, la de 1950, considerada un avance significativo de principios ciudadanos así como la definición de un nuevo papel para el Estado, como promotor principal del desarrollo nacional.

Se consignó la obligación del Estado de velar por el bienestar social; por ejemplo, se aceptaba la libertad económica siempre que no se oponga al interés social y la propiedad privada en función social. Iguales principios se establecieron en relación con los derechos al trabajo, la salud y la educación, entre otros.

En el período de Osorio se realizaron muchas obras de infraestructura pública de gran magnitud, entre ellas la presa 5 de Noviembre, sobre el río Lempa, que fue inaugurada el 21 de junio de 1954. También se construyó el puerto de Acajutla y se desarrollaron programas de construcción de escuelas, de viviendas y de carreteras. En el campo de la política social, se crearon varias instituciones orientadas al bienestar de la población, las más importantes fueron: el Instituto Salvadoreño del Seguro

Social (ISSS), el Instituto de Vivienda Urbana (IVU), el Instituto de Colonización Rural (ICR) y el Instituto Regulador de Abastecimientos (IRA).

El concepto de bienestar social para los obreros fue atendido mediante la construcción de centros recreativos en muchos lugares de la república, especialmente para ellos.¹⁰⁷ La obra, entonces, de don Raúl Contreras se encuentra inserta en esta dinámica político-social.

La obra y los años de trabajo de don Raúl Contreras, al frente de la Junta Nacional de Turismo, son calificadas por este trabajo como el “período romántico”. ¿A qué se debe este calificativo? En esencia, el romanticismo es la escuela literaria de la primera mitad del siglo XIX, extremadamente individualista, que prescindía de las reglas o preceptos establecidos por los clásicos.

Después del respeto a la razón y el orden que caracterizó a la Ilustración, se impuso en Europa una apasionada época de exaltación de los sentimientos y de la imaginación; esta corriente fue conocida como “el romanticismo”, movimiento artístico que ocupó buena parte del siglo XIX. El romanticismo quiso dar especial importancia a los sentimientos humanos, ya fueran de tristeza, alegría o dolor. En el campo de la música, están considerados como románticos Schubert, Franz Liszt, Schumann y Brahms.

En síntesis, el romanticismo es una revolución artística, política, social e ideológica tan importante, que hoy en día viven muchos de sus principios: libertad, individualismo, nacionalismo y democracia. Este movimiento se proyecta en todas las artes y constituye la esencia de la modernidad. A juicio de este autor, la obra desarrollada por don Raúl Contreras en el campo del turismo salvadoreño cabe en una calificación de “período romántico”.

El poeta e intelectual salvadoreño, Raúl Contreras fue un hombre de una dimensión especial, amante de las letras y de la belleza, dirigió la Junta

¹⁰⁷ Para ampliar sobre el tema ver Jorge Barraza Ibarra, Historia de la economía de la Provincia del Salvador desde el siglo XVI hasta nuestros días”, Tomo V, páginas 91 a 102.

Nacional de Turismo como presidente, durante el período de gobierno del coronel Óscar Osorio. Identificado con los recursos naturales y la historia del país, creó una serie de parques y turicentros para llevar diversión a las familias salvadoreñas, con un amplio espíritu social.

En sus años de trabajo, de 1947 a 1959, se construyeron: Apulo, en el lago de Ilopango, en 1948; el parque Balboa y la Puerta del Diablo, en 1949; Atecozol, en Sonsonate e Ichamichen, en San Vicente, en 1956; Amapulapa en 1958; Los Chorros y el Hotel de Montaña, en el Cerro Verde en 1959.¹⁰⁸

El parque Balboa y la Puerta del Diablo, se encuentran actualmente ubicados en el municipio de Panchimalco, nombre que viene del náhuatl y que significa "lugar de escudos y banderas". La población asentada en ese lugar, en el período precolombino, era tolteca y durante los años de la conquista se le llamó El Fuerte, por su configuración geográfica, en una olla geológica.

El nombre de esta población ha variado con el tiempo, inicialmente en 1548, era conocida por Panchimalco; en 1689 a 1740, se le llamaba Santa Cruz de Panchimalco, y en 1770, se le volvió a llamar simplemente Panchimalco. Es una comunidad de origen indígena, situada a 15 kilómetros al sur de la ciudad de San Salvador, que se supone se encontraba inicialmente en el área que actualmente ocupa el parque Balboa, y que contaba con algún desarrollo urbano, como arqueológicamente se respalda por los restos encontrados en un área de aproximadamente dos kilómetros, entre las que se encuentran vasijas, figuras de barro y muros de cal y canto.

Según algunas tradiciones orales de los ancianos del pueblo, un cataclismo obligó a los habitantes de esta comunidad, situada en Los Planes de Renderos, a trasladarse al sitio actual que ocupa la villa de Panchimalco. En el período colonial se estableció ahí una encomienda de

¹⁰⁸ La última erupción del volcán de Izalco fue en diciembre de 1957, un año antes de la inauguración del Hotel de Montaña, hecho que le hizo perder todo el atractivo de esa obra.

indios, por lo que no es de extrañar que los españoles hayan construido una iglesia que data de 1725.¹⁰⁹ En esta iglesia fueron encontrados libros bautismales del año de 1655, que constituye el registro histórico más antiguo encontrado en esta villa.

En 1949, los terrenos del parque Balboa, de una extensión de 40 manzanas, eran propiedad de la institución gubernamental denominada Mejoramiento Social.¹¹⁰ Raúl Contreras, al frente de la Junta Nacional de Turismo, obtuvo esos terrenos para construir un turicentro para esparcimiento de los salvadoreños. El parque fue denominado Balboa, en honor de Vasco Núñez de Balboa, descubridor del Océano Pacífico.

El parque está ubicado a diez kilómetros de la ciudad de San Salvador, a una altura de 972 metros sobre el nivel del mar y constituye un área natural de abundante flora, diseñado artísticamente con diversas esculturas sobre nuestro pasado precolombino talladas en piedra, como es la figura del dios Chac Mool, así como un obelisco llamado de España, por haber sido donado por la colonia española residente en el país.

La Puerta del Diablo es una conformación rocosa ubicada en el cerro El Chulo, a un kilómetro al sur del Parque Balboa y a una altura de 1,131 metros sobre el nivel del mar. Históricamente, se registra que en el siglo XVIII se produjeron en la cadena costera tres acontecimientos meteorológicos, que ocasionaron grandes inundaciones causadas por copiosas lluvias.

Un primer evento se registra los días 9 y 10 de octubre de 1772, cuando después de nueve días de copiosas lluvias, desde el cerro El Chulo se produce un desbordamiento de agua, lodo y piedras, que arrastró casas, trapiches y animales. El segundo evento tuvo lugar el 19 de julio de 1774, en donde las lluvias fueron de tal magnitud que muchas viviendas se vinieron al suelo.

¹⁰⁹ Constituye un monumento histórico nacional.

¹¹⁰ Mejoramiento Social fue dividida en dos instituciones en 1950, en dos instituciones: el Instituto de Vivienda Urbana y el Instituto de Colonización Rural (ICR), posteriormente convertido en el Instituto de Transformación Agraria (ISTA).

El tercero fue el 15 de octubre de 1781, considerado el más destructivo de todos. Muchos años después, la noche del 17 de octubre de 1906, nuevamente por causa de muchos días de tormentosas lluvias, se producen grandes derrumbes en el cerro El Chulo, rodando grandes rocas por los barrancos y cascadas que rodean Panchimalco.¹¹¹

La mitad del pueblo fue destruida por las corrientes de agua y lodo, y se separaron las dos enormes peñas que caracterizan la llamada "Puerta". El cerro El Chulo ha sido escenario de otros acontecimientos similares: el 13 de junio de 1922 y el 17 de junio de 1934. Los terrenos de esta área natural, en una extensión de cuatro manzanas, fueron donados por los señores Harrison Step y Elíseo Rovira a la Junta Nacional de Turismo.

La leyenda de la Puerta del Diablo, se remonta al período colonial, y en ella se narra que la propiedad era del señor Rosendo Renderos, quien tenía una hija de 20 años. Un misterioso personaje, vestido de negro, empezó a cortejarla y perseguirla durante las noches y luego desaparecía sin dejar rastro alguno.

Una noche, los habitantes del pueblo indígena, intrigados por el comportamiento del desconocido personaje, temiendo que éste fuera una entidad del mal, decidieron tenderle una trampa y se descubrió que se trataba del mismo diablo. Al escapar, espoleó su caballo y se tiró contra la enorme roca, partiéndola en dos y dejando una enorme brecha o puerta, entre ellas. Sin duda, la leyenda recoge el espíritu de la época, con sus temores y creencias, propias del carácter y la mentalidad de las culturas indígenas y provincial española.

El resto de parques y turicentros, Atecozotl, Amapulapa, Los Chorros, Apulo y el Hotel de Montaña, en la medida en que fueron puestos a disposición de la población, constituyeron lugares de esparcimiento con un sentido eminentemente social y, al mismo tiempo, sirvieron como un atractivo turístico para los visitantes extranjeros.

¹¹¹ Se registra una destrucción que casi hizo desaparecer el pueblo de Panchimalco. La correntada arrastró tapias, corredores, árboles y 17 casas con todo y familias.

Con el correr del tiempo, quedó demostrado que su diseño orientado a la distracción de la familia salvadoreña era acertado y continúan siendo áreas de recreación familiar, para promoción del turismo interno.

En resumen, por su creatividad, por la orientación social de la obra, por su identidad cultural, por el rescate inteligente y visionario de su obra, el período del intelectual Raúl Contreras es, además de ser el iniciador, un período de una obra monumental de gran trascendencia artística, cultural e histórica.

El retiro de este eminente personaje de la Junta Nacional de Turismo en 1959, puso fin al período “del creador de paisajes”, como acertadamente ha sido llamado. El turismo regresó a una situación de inercia por otros muchos años, la dinámica que caracterizó esta obra debía esperar muchos años más para revivir la actividad del turismo como un factor de contribución al desarrollo económico.

En el año de 1953, durante la presidencia del teniente coronel Óscar Osorio, se consideró la necesidad de emitir un régimen legal para atender la necesidad de mejorar e incrementar la infraestructura hotelera, en vista del crecimiento del turismo receptivo. Su propósito fue promover la construcción y administración de hoteles de buena categoría, para alojar adecuadamente a los visitantes extranjeros que llegaban al país.

Mediante Decreto No. 1039, del 19 de mayo de ese año, se dio la Ley de Fomento de la Industria Hotelera, la que declaraba de utilidad general la construcción de hoteles de primera categoría; por otra parte, la ley contaba con un anexo que definía las normas y características que debían reunir estas empresas.¹¹²

El 12 de mayo de 1955, un nuevo Decreto No. 1828, reformó la ley anterior, las que fueron publicadas en el Diario Oficial del 18 de mayo de 1955.

¹¹² Publicada en el Diario Oficial, el 29 de mayo de 1953.

El poeta Raúl Contreras se retiró de la Junta Nacional de Turismo en 1959, radicándose en España como Ministro Consejero de la Embajada de El Salvador en ese país. Con este retiro, finaliza una época de oro en el desarrollo de la infraestructura turística del país.

Los parques construidos bajo esta administración, orientados principalmente hacia el turismo interno y familiar, constituyen hoy en día importantes centros de recreación para los salvadoreños y, ocasionalmente, son visitados por turistas extranjeros, especialmente centroamericanos. Indiscutiblemente la visión y la creatividad de este período, le dio al país el valor del descubrimiento de sus riquezas naturales, culturales e históricas, contribuyendo a fortalecer una identidad nacional, que se encontraba escondida.

3.4 La obra de Raúl Contreras.

Es importante detallar, atendiendo a su importancia histórico-cultural y antropológica, la obra desarrollada por Raúl Contreras al frente de la Junta Nacional de Turismo, durante los años de 1946 a 1959. Un detalle de todo ese impresionante trabajo es el siguiente:

a) El balneario de Apulo.

Está construido en las playas del Lago de Ilopango, a 20 kilómetros de la ciudad de San Salvador, en la jurisdicción de Ilopango. Estas playas son de uso público, perteneciendo al municipio de Ilopango. En el Diario Oficial, publicado el 30 de noviembre de 1948, por decreto legislativo se le encarga a la Junta Nacional de Turismo, de manera exclusiva, el mejoramiento y embellecimiento del balneario de Apulo, así como la concesión para construir edificios que reúnan las condiciones de higiene, seguridad y ornato.

La primera etapa de este turicentro fue inaugurada en diciembre de 1948. El balneario de Apulo está ubicado en el cantón Dolores Apulo, en el Departamento de San Salvador y en las orillas del Lago de Ilopango.

El Lago de Ilopango es de origen volcánico, tiene una extensión de aproximadamente 72 kilómetros cuadrados y una profundidad de 230 metros. Ubicado entre los departamentos de San Salvador, La Paz y Cuscatlán, se le considera un volcán activo, registrándose su última erupción en 1800.

b) Balneario de Atecozol.

Es un balneario de aguas refrescantes, dentro de un jardín natural, colmado de fuentes naturales rodeadas por un bosque de árboles de bálsamo, mamey, marañón y amates. Tiene una extensión de 24 manzanas que comprende cascadas de agua, senderos, esculturas y un área boscosa.

Aquí se encuentran algunas esculturas de la mitología salvadoreña, obras del escultor nacional Valentín Estrada; por ejemplo, en una de las piscinas está la escultura de la Cuyancúa, un animal mitológico que supuestamente vivía en estas tierras, cuya parte superior correspondía a un cerdo de monte y la inferior, a la de una culebra.

Otras esculturas son la imagen del indio Atonal, quien fue el líder indígena que se enfrentó contra las tropas invasoras de las huestes españolas, comandadas por Pedro de Alvarado;¹¹³ la del dios Tlaloc¹¹⁴ y la de la diosa Tamateculsa.

El balneario de Atecozol está ubicado en el departamento de Sonsonate, a 600 metros de la ciudad de Izalco y a 58 kilómetros de San Salvador. Inicialmente fue inaugurado el 30 de marzo de 1941, por el entonces presidente general Maximiliano Hernández Martínez. En 1956, bajo la

¹¹³ Según la leyenda, Atonal fue el guerrero que atravesó el muslo de don Pedro de Alvarado en la batalla de Acaxual (Acajutla), dejándolo cojo para toda su vida. En un segundo enfrentamiento entre los indios y los españoles en la batalla de Tacuzcalco, el indio Atonal fue muerto por las balas del mosquete de Gonzalo de Alvarado, hermano de don Pedro. Se dice que fue llevado por sus hermanos de raza a Caluco, para ser enterrado, pero su cuerpo fue trasladado al cielo de los dioses, al ser arrebatado por varias águilas. Se encuentra sentado a la diestra del dios Quetzalcoatl.

¹¹⁴ Tlaloc, también llamado Nuhualpilli es el nombre náhuatl del dios de la lluvia y de la fertilidad.

administración presidencial del presidente coronel Óscar Osorio el balneario fue remodelado y abierto al público.

c) Balneario de Amapulapa.

Se encuentra ubicado a un kilómetro de la ciudad de San Vicente, en el departamento del mismo nombre, y a 58 kilómetros de la ciudad de San Salvador. Su nombre proviene del náhuatl, que significa "río donde se hundan los amates".¹¹⁵ Según la memoria oral, este lugar se formó de un deslave del volcán de San Vicente en 1774. El 12 de agosto de 1958, se inician los trabajos de construcción del balneario, aprovechando las llamadas fuentes de San Cristóbal.

El lugar se nutre de muchos nacimientos de agua que afloran de la infiltración del volcán Chichontepec. Estas obras estuvieron a cargo del arquitecto Enrique Aberle, bajo la presidencia de don Raúl Contreras en la Junta Nacional de Turismo.

Es un parque tropical, poblado de muchos árboles y una vegetación natural que hace muy agradable el ambiente, tiene una extensión de 33 manzanas. Fue inaugurado y abierto al público en 1958.

d) Balneario de Ichanmichen.

Inicialmente era un riachuelo, que hacía las veces de lavadero público y balneario rústico. Está situado a 4.8 kilómetros de la ciudad de Zacatecoluca, cabecera del departamento de La Paz. En lengua náhuatl significa "la morada de los peces pequeños".

Este paradisíaco lugar fue donado al Estado, durante el período de don Raúl Contreras al frente de la Junta Nacional de Turismo, por los señores Antonio Avendaño Osorio y Antonio Domínguez, propietarios de las haciendas en donde estaba ubicado.

¹¹⁵ La palabra amate, se deriva del náhuatl amat, que es el árbol sagrado de Cuscatlán.

Tiene un área de 33 manzanas, poseedora de muchas fuentes de agua, encontrándose ya mencionado en la Estadística General de la República de El Salvador, 1858-1861. El suelo es de origen volcánico, con muchos nacimientos de agua proveídos por los ríos Sapuyo, Jalteva, Suchimalaco, Ichanmichen y Cantarrana. Aquí se encuentran dos esculturas que corresponden a la mitología salvadoreña, la de la Siguanaba y la del Cipitío.

La Siguanaba es un personaje mítico, que recreó la imaginación de muchas generaciones ancestrales. Se narra que originalmente se llamaba Sihuehuet, que en lengua náhuatl significa mujer hermosa.

Ésta tenía un romance con el hijo del dios Tlaloc, de quien quedó embarazada. Fue una mala madre, dejaba solo a su hijo para ir a reunirse con su amante. Cuando Tlaloc se dio cuenta de la situación, maldijo a Sihuehuet transformándola en la Siguanaba o mujer horrible.

El dios la condenó a vagar por el campo, apareciéndoles a los hombres que viajaban solos de noche. Dicen que se le podía ver en los ríos por la noche, lavando ropa y riéndose con estruendosas carcajadas.

Según la leyenda, todos los trasnochadores estaban propensos a encontrarla. Se les presentaba como una mujer bonita y fácil, cuando ya la llevaban en la grupa del caballo se transformaba en una horrosa mujer, con los pechos largos cayendo sobre el cuerpo, jugando a sus enamorados.

Perseguía con insistencia a los hombres infieles y enamorados. El dios Tlaloc, también condenó al hijo de ella, el Cipitío, con la eterna juventud, con el propósito de castigarla.

El Cipitío o Cipitillo, también es otro personaje mitológico. Otra leyenda dice que es hijo del romance de su madre, la diosa Sihuet (la diosa Luna), con el dios Lucero de la mañana, traicionando al dios Sol.

Por esta razón, el dios Teotl, condenó a la madre y al hijo. A la madre la degradó de su categoría de diosa Luna a la de mujer errante, y al niño, lo condenó a nunca crecer y conservarse a la edad de diez años.

Se le representa como un niño alegre y travieso que viaja errante. El Cipitío es el dios de las relaciones adúlteras y prohibidas.

Se le representa como un niño de bajas condiciones sociales, tiene una enorme barriga y viste de manta, caites y un sombrero de palma puntiagudo, de anchas alas. Tiene una deformación en los pies, pues los tiene al revés, causando confusión al caminar.

Frecuentemente vive en los trapiches y moliendas, se baña y come ceniza, es un eterno enamorado de las jovencitas bonitas, a las que persigue, silba, espía y enamora, sin hacerles daño. Cuando está enamorado de alguna muchacha, se hace sentir arrojándoles piedrecitas y flores.

e) Balneario Los Chorros.

Este es una captación natural de agua de los nacimientos de la Cordillera del Bálsamo; se encuentra ubicado a 18 kilómetros de la ciudad de San salvador y a 6 kilómetros de la ciudad de Santa tecla, sobre la carretera Panamericana. Se trata de un bosque de vegetación tropical con muchos nacimientos de aguas templadas.

Tiene un área de 13 manzanas, y los terrenos eran propiedad de la señora María Consuelo de Soundy, quien se los vendió al Estado en 1956. Es el más pequeño de los turicentros del actual Instituto Salvadoreño de Turismo y, antes que el poeta Raúl Contreras diseñara este parque, era un lugar rústico conocido como El Callejón.

f) El Cerro Verde.

Es un turicentro y reserva nacional, a una altura de 2,030 metros sobre el nivel del mar. Se puede llegar a este lugar por varias rutas alternas: una, por la autopista a Santa Ana, rodeando una carretera

panorámica del Lago de Coatepeque, a una distancia aproximada de 77 kilómetros de la ciudad de San Salvador y, una segunda ruta, por la carretera hacia Sonsonate, con una distancia aproximada de 67 kilómetros de San Salvador.

Tiene un saludable clima fresco y aire puro, además de una extraordinaria vista panorámica de la planicie costera y el mar, pero especialmente ofrece una vista del cráter del volcán de Izalco, ya que el Cerro Verde se encuentra a una altura ligeramente mayor. Igualmente tiene miradores naturales del volcán de Santa Ana y el Lago de Coatepeque. En esta reserva se encuentran muchos animales, registrándose la existencia de cerca de 127 especies de aves, de las cuales 17 son de colibríes.

Es un volcán extinguido, cuya edad oscila de un millón a millón y medio de años, siendo el más antiguo de los demás volcanes que se encuentran en sus proximidades: el de Izalco y el de Santa Ana. Su última erupción está registrada hace 25,000 años. También se encuentra al pie de este macizo, la caldera y lago de Coatepeque, que en lengua náhuatl significa "cerro de las coas".

Es una enorme caldera de 8 kilómetros de diámetro que tiene en su fondo un impresionante lago. Se formó por una serie de erupciones explosivas hace 72,000 y 57,000 años, la que luego se inundó con el agua captada por los volcanes, tierras arriba. La isla Teopán, que se encuentra en medio del lago, es otro volcán con su propio cráter.

La vegetación de esta reserva natural está compuesta por gramíneas, flores compuestas, agaves y cicutas. Los cipreses alcanzan aquí los 40 metros de altura y los 6 metros de diámetro, y se encuentran árboles de los bosques nebulosos como el alán, el aguacatillo de montaña, el culebro y el mano de león, que brindan sustento a una gran variedad de plantas epifitas como orquídeas, bromelias, acacias, musgos, helechos y cactus.

Estudios realizados dan cuenta que la fauna vertebrada de la zona incluye cerca del 33% de todas las especies conocidas en el país, 61 de

las 132 especies de mamíferos, 164 de las 528 especies de aves, 27 de las 95 especies de reptiles y 8 de las 30 especies de anfibios.

Los animales más comunes del parque son las zorras, los venados de cola blanca, las ardillas grises y cafés, los pezotes, las charas, las águilas crestadas negras, los tucanes verdes, las serpientes timbo y ojos de gato, los talconetes, los bebeleches o anolis, las ranas moki y las ranitas cavernícolas.

En este lugar, en noviembre de 1957, se construyó un Hotel de Montaña para apreciar las continuas y permanentes erupciones del volcán de Izalco, que es un volcán activo, conocido por los navegantes españoles desde la época colonial como "El Faro del Pacífico".

Como un hecho curioso, el volcán dejó de hacer erupción unos meses antes de la inauguración del Hotel, dejando sin vigencia la razón de su construcción. El hotel tiene 20 habitaciones, con todas las comodidades para el turismo: baños privados en cada habitación, chimeneas para calefacción, servicios de bar y cafetería.

Como puede observarse, la importancia y el valor de las obras en este período fue trascendental en varios sentidos: en primer lugar, se logró crear una infraestructura turística con potencial tanto para el turismo interno como externo, tomando en cuenta los patrones de la época.

En segundo lugar, hay un rescate incalculable de nuestra identidad y las tradiciones culturales y antropológicas salvadoreñas y, en tercer lugar, por primera vez se piensa en el turismo y la recreación en función social.

Esta mentalidad, revolucionaria con respecto a la época, obliga al Estado a proveer a las familias de bajos ingresos de lugares para su sano esparcimiento y, al mismo tiempo, garantiza el derecho de la sociedad a la riqueza natural y arqueológica del país, bajo un concepto de patrimonio nacional. La Junta Nacional de Turismo funcionó hasta 1960, en donde fue reemplazada por una nueva institución creada mediante Decreto No. 3000, del 20 de enero de 1960, que se llamó Departamento

de Fomento de la Industria Turística, bajo la dependencia del Ministerio de Economía.¹¹⁶

Las responsabilidades de esta nueva institución eran:

- a) Dictar medidas tendientes a fomentar el turismo;
- b) Desarrollar la propaganda y la publicidad para el incremento del turismo;
- c) Patrocinar a la empresa privada interesada en el turismo;
- e) Promover la creación de nuevos centros turísticos;
- f) Gestionar con empresas nacionales y extranjeras las facilidades y beneficios del turismo;
- g) Publicar guías, folletos, mapas y planos turísticos y
- h) Crear una Comisión de Turismo que funcionara como organismo de consulta del Ministerio de Economía.¹¹⁷

Un año más tarde, estando el gobierno en manos del Directorio Cívico Militar, que había derrocado al régimen del coronel José María Lemus, se consideró que era necesaria la formación de un organismo para fomentar el turismo y, considerando importante que esta nueva entidad tenga autonomía y personería jurídica para garantizarle estabilidad y eficiencia en su labor por medio de una ley, se crea el Instituto Salvadoreño de Turismo, el 13 de diciembre de 1961.

Esta institución sería dependencia del Ministerio de Economía, pero internamente estaría dirigida por una Junta Directiva, administrada por un Director Gerente. El director que ejercería la presidencia estaría nombrado por el Poder Ejecutivo en el Ramo de Economía, además de un representante de los ministerios de Relaciones Exteriores, Interior y dos representantes del sector privado, relacionados con la industria turística. Se tendría igual número de representantes suplentes.

¹¹⁶ El Ministro de Economía era en esa fecha el doctor Alfonso Rochac.

¹¹⁷ Ley publicada en el Diario Oficial del 22 de enero de 1960

De dicha ley, se destacan algunos artículos que por su importancia merecen ser tenidos en cuenta; por ejemplo, el artículo 37 expresa que: “El Ministro de Relaciones Exteriores estará obligado a designar una persona entre los funcionarios o empleados de cada misión diplomática o consular en el extranjero, para que dedique parte de su tiempo a la labor de promoción turística, de acuerdo con los instructivos que al efecto elaborará el Instituto”.

El artículo 39, también dice: “Los hoteles, pensiones, restaurantes, clubes nocturnos y demás establecimientos similares, tienen la obligación de registrarse en el Instituto y someter a aprobación sus respectivas tarifas”, y por su parte el artículo 41 dice: “Se prohíbe la publicación de planos, mapas, guías turísticas, etc. sin la aprobación escrita del Instituto”.

Con la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo se inicia una nueva etapa para la promoción de la actividad turística en el país, más moderna, actualizada y con una proyección hacia la recepción de visitantes extranjeros. En 1963, se establece un reglamento para la clasificación de los hoteles, en las categorías de una a cinco estrellas, siendo el Instituto Salvadoreño de Turismo el responsable de dicha clasificación.¹¹⁸ El artículo 10 del reglamento, textualmente expresa: “La clasificación será hecha por el Instituto Salvadoreño de Turismo, previo informe del departamento de Inspección”.

3.5 La creación del Instituto Salvadoreño de Turismo.

Un año más tarde, bajo el régimen del Directorio Cívico Militar, que había derrocado al presidente general José María Lemus, se consideró la conveniencia de crear un organismo para fomentar el turismo.

Se argumentó que era indispensable que este nuevo ente gozara de autonomía y personería jurídica propia, para garantizar la eficiencia de su labor. En tal sentido, el 13 de diciembre de 1961 se decreta la

¹¹⁸ Publicado en el Diario Oficial del 5 de junio de 1963.

Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo,¹¹⁹ institución que se relacionaría con el aparato institucional del Estado, por medio del Ministerio de Economía.

El Instituto estaría regido por una Junta Directiva, y sus negocios serían administrados por un Director Gerente y el personal necesario. La Junta Directiva es la autoridad superior, ejerciendo el cargo de Presidente por un director nombrado por el Poder Ejecutivo en el Ramo de Economía. Tendrá otros directores nombrados por los ministerios de Relaciones Exteriores y del Interior, y dos directores más, nombrados por el Ministerio de Economía, representantes del sector privado relacionados con la industria turística.

Se comienzan a dar los primeros pasos en el ordenamiento y organización de la infraestructura hotelera, por lo que en el año de 1963 se emite un reglamento para clasificar los hoteles en categorías de dos a cinco estrellas.

El Instituto queda como encargado y responsable de dicha clasificación, de acuerdo con el artículo 10 del mismo que textualmente expresa: "Artículo 10. La clasificación será hecha por el Instituto Salvadoreño de Turismo, previo informe del Departamento de Inspectoría".¹²⁰

Con el tiempo, este Departamento de Inspectoría desaparecería para ser sustituido por una unidad, más tecnificada, que se denominó División de Empresas y Actividades Turísticas.

Debe mencionarse que las bases de clasificación a tener en cuenta, debían de responder a los estándares internacionales en alguna medida, y se adoptó como punto de referencia los parámetros elaborados por la Organización Mundial de Turismo (OMT), para los establecimientos europeos.

¹¹⁹ Publicada en el Diario Oficial del 22 de diciembre de 1961.

¹²⁰ Publicado en el Diario Oficial del 5 de junio de 1963.

Capítulo IV

El comportamiento del turismo entre 1963 a 1970.

4.1 Antecedentes.

El uno de julio de 1962, asume la presidencia de la República el coronel Julio Adalberto Rivera, para el período 1962-1967. Es este un período con un sesgo ideológico de carácter anticomunista, fuertemente influenciado por la política continental de los Estados Unidos de América y la necesidad de detener la expansión de la revolución cubana, cuyo éxito motivaba muchos movimientos políticos de América Latina, y también, de los países centroamericanos.

En este período, la pobreza había sido identificada como uno de los más graves problemas sociales de la época, por lo que el régimen presidido por el Directorio Cívico Militar, anunció la puesta en marcha de varios programas de índole económica y social. Dichas medidas eran:

- a) el desarrollo de un programa de obras públicas para generar empleo;
- b) una reforma del sistema tributario con miras a una mayor equidad;
- c) un incremento en la producción agrícola y una mayor retribución para los campesinos;
- d) revisión y planificación en el uso y tenencia de la tierra;
- e) un programa de construcción de viviendas para campesinos, obreros y empleados;
- f) una ampliación de los servicios asistenciales médicos y hospitalarios; así como el seguro social para abarcar a toda la población laboral y

g) la agilización de la educación técnica para campesinos y obreros.

Los Estados Unidos estaban empeñados en el rescate de América Latina y su promoción hacia mayores estadios de desarrollo, por lo que impulsaron una serie de proyectos dentro de un plan llamado "Alianza para el Progreso".

Gracias a estas iniciativas se produce una expansión económica, amparada en el desarrollo del Mercado Común Centroamericano, un proceso de integración económica y social para hacer más eficientes las pequeñas economías de las cinco repúblicas centroamericanas.

Es así que, el 30 de enero de 1963, los Ministros de Economía de la región firman en San Salvador, el "Primer Protocolo al Convenio sobre el Régimen de Industrias de Integración" y el "Protocolo al Convenio Centroamericano sobre equiparación de Gravámenes a la Importación"; importantes pasos para el proceso de integración.

Sin duda, el proceso de integración económica influiría significativamente en los flujos de visitantes tanto a nivel regional como a nivel internacional. El dinamismo en el proceso de integración en los primeros años, abrió amplias expectativas de negocios en todo sentido; las nacientes industrias centroamericanas requerían de bienes de capital y materias primas importadas, lo que obligó a los empresarios a viajar en ambos sentidos: hacia afuera y de afuera hacia adentro de nuestros países.

Las relaciones entre los centroamericanos también se incrementaron como resultado de la apertura de sus economías y, en la misma forma, la relativa bonanza económica que caracterizó dicho período permitió un incremento en el consumo de bienes y las expectativas de ocio. Por tal razón, no es de extrañar que el turismo intracentroamericano se haya visto estimulado.

Ya se ha expresado anteriormente que en El Salvador, el año de 1950 se considera como punto de partida del desarrollo del turismo. Es a partir de este año que las actividades turísticas se organizan en forma más

sistemática y se da inicio a la creación de las instancias para su promoción. El turismo se inicia entonces en un período de estabilidad y crecimiento económico, en el cual el programa de integración económica sirve de marco a nuevas expectativas en este campo, en la medida que la economía se dinamiza como consecuencia del crecimiento del comercio exterior.

Por otra parte, los favorables precios del café en los mercados internacionales y la apertura de la economía permitieron la modernización del país. A partir de 1963, los intercambios comerciales del país con los demás países centroamericanos se vuelven favorables, obteniendo una balanza comercial positiva; lo que puede interpretarse que El Salvador fue uno de los socios del proceso de integración que se vio positivamente favorecido.

A continuación, el cuadro No. 3 muestra el comportamiento de las exportaciones e importaciones del país a la región en el período 1960-1970, y el saldo de su balanza comercial.

Cuadro No. 3
Intercambio comercial de El Salvador con Centroamérica
(en millones de colones)

Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
1960	30.73	35.72	- 5.00
1961	25.98	36.66	- 10.68
1962	46.74	55.14	- 8.40
1963	75.57	69.81	+ 5.76
1964	91.99	98.08	- 6.09
1965	113.49	106.01	+ 7.48
1966	146.52	130.08	+ 16.44
1967	197.88	136.27	+ 61.61
1968	212.29	162.90	+ 49.39
1969	187.06	150.51	+ 36.55
1970	184.42	151.50	+ 32.90

Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador.

A partir de 1960, el turismo en el país se expande por diferentes razones: una de ellas es la modernización del transporte, también cuenta la modernización de la infraestructura vial, la modernización del Aeropuerto de Ilopango y el aumento de los vuelos. Por otra parte, en el plano internacional, debe considerarse el nacimiento y expansión del turismo masivo, cuya onda expansiva llegó a Centroamérica.

4.2 El inicio del turismo en El Salvador.

La década de 1960 se registra como el período en que se inicia el turismo en el país como una actividad organizada; sin embargo, en el ámbito económico no tuvo ninguna relevancia y las actividades en este campo se desarrollaron marginalmente. La mayor importancia de la economía salvadoreña estaba concentrada en la agricultura de exportación, especialmente el café, y las actividades desarrolladas por las nacientes industrias, que veían un mercado potencial en el proceso de integración centroamericano.

En 1961, se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), como instancia rectora de la actividad. Se le asignaron como sus funciones principales la elaboración de proyectos para el desarrollo y fomento del sector, la regulación de las empresas turísticas, la administración del patrimonio turístico del país y la elaboración de informes estadísticos sobre la evolución del sector.¹²¹ Con esta iniciativa se había dado el primer paso para el desarrollo del turismo como una actividad económica.

Dentro del marco de fomento del desarrollo económico nacional, en octubre de 1966, por medio del decreto No. 142, se crea el Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva, como una modalidad de financiamiento estatal destinado a promover en condiciones especiales, rubros importantes para propiciar el despegue del desarrollo económico y social del país.

¹²¹ A partir de 1968, el ISTU comienza a publicar informes detallados sobre los flujos de turistas.

Se establecieron fondos y condiciones de excepción para la agricultura, la industria, las actividades de exportación y, en el capítulo VIII de dicho decreto, se aborda el financiamiento de la industria turística. El propósito de las líneas de financiamiento era fomentar el turismo receptivo en lo referente a la construcción de hoteles y moteles de primera clase, así como otros establecimientos destinados a finalidades similares.

Igualmente, se otorgaba financiamiento a la adquisición de activos por parte de empresas dedicadas a la prestación de servicios conexos, siempre y cuando se garantizaran la calidad de los servicios prestados.

Los recursos financieros del Fondo de Desarrollo Económico se destinarían al financiamiento de mediano y largo plazo, para los destinos siguientes:

- a) construcción y/o ampliación de hoteles, restaurantes, así como establecimientos que ofrezcan comidas típicas, incluyendo remodelaciones destinadas al mismo fin y
- b) construcciones relacionadas con el desarrollo de sitios recreativos, de parte de empresas organizadas, para ofrecer otros servicios exclusivamente al turismo receptivo.

Los proyectos y los créditos serían canalizados a través de los bancos comerciales, el Banco Hipotecario, el Banco Nacional de Fomento Industrial, el Fondo de Financiamiento de la pequeña empresa (FIGAPE) y el Banco de Desarrollo e Inversión, S.A.¹²²

Para 1967, se emitió la Ley de Fomento de la Industria Turística, cuyo propósito era dotar de incentivos fiscales a las empresas que se acogieran al Sistema Nacional de Turismo.

Es durante la presidencia del coronel Julio A. Rivera, que la Asamblea Legislativa, considerando que el turismo podría ser un factor importante del desarrollo económico nacional y valorando la necesidad de crear

¹²² Publicado en el Diario Oficial del 3 de noviembre de 1966.

condiciones internas favorables para su fomento, estima oportuno y necesario otorgar a los inversionistas interesados en proyectos turísticos, concederles ciertos incentivos de carácter fiscal, que les permitieran compensar los riesgos que presentan los proyectos de esta naturaleza, cuya iniciación no garantiza a los inversionistas los adecuados beneficios en el corto plazo, para asumir las decisiones de lanzarse al mercado.

Mediante el decreto No. 367, se creó la Ley de Fomento de la Industria Turística, cuyo propósito era alentar las inversiones en dicho sector. Paralelamente se creó también el Sistema Nacional de Turismo, que estaría comprendida por todas las empresas calificadas como miembros del mismo, por el Instituto Salvadoreño de Turismo. Solamente las empresas afiliadas al Sistema tendrían derecho a gozar de las prerrogativas establecidas por la Ley, en el momento en que cumplan los requisitos y obligaciones estipuladas.

El propósito de la Ley de Fomento de la Industria Turística era dotar de incentivos fiscales a los empresarios que se acogieran al sistema; en tal sentido ofrecía franquicia aduanera para la importación de materiales para la construcción; franquicia aduanera para la importación de equipos, maquinarias, herramientas, repuestos y accesorios, mobiliario, etc., requeridos para el servicio de la empresa; exención total de impuestos fiscales y municipales sobre el establecimiento y la explotación de las empresas, durante los primeros cinco años; exención de impuestos fiscales y municipales sobre el capital invertido en la empresa durante los primeros cinco años; exención o reducción del impuesto sobre la renta aplicable a la empresa durante diez años.

Por otra parte, el Banco Central de Reserva, dentro de su política de financiamiento al desarrollo económico del país, creó en el año de 1966, un Fondo de Desarrollo Económico que entre sus diversas líneas contaba con una para proyectos de desarrollo turístico.

Inicialmente esta línea no tuvo un mayor impacto en la medida que los proyectos turísticos no generaban mucha confianza. Para 1969, la

infraestructura hotelera contaba con solamente 320 habitaciones, distribuidas en tres hoteles, así:

Hotel El Salvador Intercontinental	210 habitaciones
Gran Hotel San Salvador	90 habitaciones
Parker House	20 habitaciones

Habría que esperar varios años más para que los sectores empresariales encontraran en el turismo una opción rentable para sus inversiones, y decidieran desarrollar muy tímidamente al principio, algunos proyectos de contenido esencialmente turístico.

4.3 La década de 1970.

Están considerados como “los años de oro” del turismo en El Salvador. En alguna medida, contribuyeron las condiciones económicas y políticas del país, que gozaban de una relativa estabilidad; pero también parte de este dinamismo se debió a que la gestión de los negocios del Instituto Salvadoreño de Turismo fueron puestos en manos de influyentes empresarios, que gozaban de mucho respeto y reconocimiento por parte de los gobiernos.

En los inicios de la década, el turismo no se perfilaba como una opción viable de desarrollo, sin embargo, el sector privado se atreve a construir cuatro nuevos hoteles en San Salvador: el Camino Real, el Ritz, el Alameda y el Terraza. Parece ser que estas iniciativas tenían como apoyo, algunas expectativas sobre los beneficios que podían resultar de estos negocios y, por otra parte, los no menos considerables incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgados a esta clase de proyectos.

En 1972, durante el régimen presidencial del coronel Arturo Armando Molina,¹²³ se instauró un gobierno que tenía muchas preocupaciones e iniciativas en el área económica. Molina inició su gobierno con grandes problemas nacionales, sin embargo, reconocía la urgente necesidad de combatir la pobreza, como problema fundamental de la sociedad.

El programa reformista del presidente tenía como objetivo reducir la presión de los sectores populares, mediante la búsqueda de programas para reactivar la economía y mejorar las condiciones de vida de la población.

En agosto de 1972, el gobierno emprendió la construcción de la presa hidroeléctrica Cerrón Grande, considerada necesaria para impulsar el desarrollo del país a través de una mayor generación de energía eléctrica.

Paralelamente, se visualizó el turismo como una opción de desarrollo, capaz de generar cuantiosas divisas y muchos empleos. Las estadísticas de turismo, que recién empezaban a registrarse sistemáticamente, ofrecían algunas expectativas a medida que aumentaba el número de visitantes extranjeros; solamente en ese año se registró un incremento del 35% en el ingreso de turistas, aunque en su mayoría eran centroamericanos.

La designación de los presidentes del Instituto Salvadoreño de Turismo fue un factor clave en este período, que permitió dinamizar y orientar con una mentalidad más empresarial las labores del Instituto Salvadoreño de Turismo.

Inicialmente, el nombramiento de presidente recayó en la figura del señor Ernesto Freund, reconocido hombre de empresa, cuya visión fue trascendental para que el turismo adquiriera una dimensión moderna y más competitiva.

¹²³ Período presidencial del coronel Arturo Armando Molina de 1972 a 1977.

En primer lugar, comprendió la necesidad de organizar la institución con un menor sentido burocrático y con una mayor capacidad de respuesta para enfrentar las tareas que le eran propias, en el campo internacional.

Comprendiendo la preocupación del gobierno de dar atención a las necesidades de recreación de los sectores populares, se contaba con una Dirección de Turicentros Nacionales, que tenía la responsabilidad de la administración y mantenimiento de los turicentros estatales, entre ellos, el Parque Balboa, Los Chorros, Atecozol, Amapulapa, Ichanmichen, Cerro Verde y demás.

Para administrar y gestionar el área internacional, se contaba con otra dirección, responsable de la promoción en el exterior, los vínculos con las líneas aéreas, agencias de viajes, operadores de turismo, etc.

También se había acudido a establecer vínculos con la Organización de Estados Americanos (OEA), en el área de turismo, lo que dio paso a un programa de inversiones públicas, administrado conjuntamente con el Ministerio de Planificación.

Se definieron proyectos estratégicos, entre ellos, la rehabilitación del Hotel de Montaña en el Cerro Verde, que comprendía varios subproyectos:

- a) la remodelación del hotel, sus habitaciones y mobiliario,
- b) el moderno equipamiento de los servicios de restaurante, cocinas y lavanderías,
- c) la instalación de la energía eléctrica y
- d) el abastecimiento de agua potable desde el lago de Coatepeque.

El punto central de la política de la administración Freund, era convertir a El Salvador en un destino turístico internacional, especialmente por las divisas internacionales que se generarían al incrementarse los flujos de turistas extranjeros. Se tenía muy claro que las políticas consistentes en este sentido tenían que apuntar a un incremento del gasto diario de los

turistas, a ampliar su período de estancia en el país y a procurar que la oferta turística fuera capaz de ofrecerles una mejor calidad y un mayor tiempo de entretenimiento.

Igualmente se había aceptado que, probablemente el único recurso, para competir con otros destinos turísticos era la venta de los recursos de sol y mar del país, a pesar de reconocer que en esos años, la mayor afluencia de turistas internacionales buscaba las playas de arena blanca y las aguas más tranquilas del Caribe.¹²⁴

Sin embargo, la opción de desarrollar el turismo partiendo de la venta de los recursos de sol y mar seguía teniendo viabilidad. Es así que uno de los proyectos más relevantes fue el Estudio de la Costa de El Salvador, contratándose para ello a una firma norteamericana especializada, Robert R. Nathan, Associates.

El estudio se hizo y con base en el mismo, se determinaron algunos lugares de la costa salvadoreña para planear un “polo de desarrollo turístico”, al estilo de Cancún e Isla Mujeres, en México.

Se definieron tres lugares con mayores posibilidades: las playas del Tamarindo, en el departamento de La Unión; las playas de Costa del Sol y la Bahía de Jiquilisco y las playas de Garita Palmera, en la frontera pacífica con Guatemala.

La opción de definir el sitio geográfico del “polo turístico” le correspondió al licenciado Roberto Poma, otro prominente y joven empresario, quien sustituyó al señor Ernesto Freund, como presidente del Instituto Salvadoreño de Turismo.¹²⁵

¹²⁴ Las playas de nuestro país son negras por su origen volcánico, y dado que se trata de mar abierto, no todas las playas del litoral salvadoreño podían considerarse como seguras.

¹²⁵ Esta decisión indudablemente contó con algunos argumentos a su favor, entre ellos la proximidad al Aeropuerto de Comalapa, la relativa corta distancia y el menor tiempo que llevaría trasladar a un turista desde el aeropuerto al centro turístico, la proximidad con la ciudad de San Salvador y la posibilidad de aprovechar la Bahía de Jiquilisco para los viajes en lancha y la construcción de residencias de lujo y

Pero fuera de las playas, los potenciales centros de atracción turística, bajo otros puntos de vista: históricos, culturales, arqueológicos, de montaña, balnearios de agua dulce, etc., eran prácticamente desconocidos. Un plan de desarrollo turístico requería forzosamente de la identificación, registro y evaluación de estos sitios, con el objetivo de reforzar el patrimonio turístico nacional y ofrecer otras opciones de diversión a los turistas.

Este trabajo se hizo en la Gerencia de Planificación del ISTU, con la dirección y participación de recursos humanos nacionales, que estaban siendo preparados por estas dos visionarias administraciones para gerenciar el fenómeno turístico en el país. Lamentablemente, tanto el estudio de la costa como el inventario de recursos turísticos, se perdieron en los archivos de la burocracia institucional sin que se haya logrado encontrar alguna copia de ellos.

Otro aspecto al que se le dio considerable importancia fue a las estadísticas de turismo. No era posible conocer las características particulares del fenómeno del turismo en El Salvador, sin contar con las estadísticas mínimas que permitieran conocer la evolución y el comportamiento de los turistas que lo visitaban.

En este sentido, el ISTU empezó a elaborar estadísticas sobre el flujo de turistas extranjeros, sus regiones de origen, sus características personales y profesionales, el motivo del viaje, la estadía y el gasto promedio. Era importante determinar el flujo de divisas que el turismo significaba para el país, así como su posición en relación con las demás actividades generadoras de divisas.

Se había llegado a la conclusión que la estadía promedio del turista en el país no podía ser incrementada con los recursos disponibles; el tiempo estimado de 2.5 días era más que suficiente para mantener al turista ocupado en los atractivos más sobresalientes de nuestro entorno.

embarcaderos. Lamentablemente, esta decisión que tenía muchos soportes desde el punto de vista empresarial, se vería empañada por el hecho que los propietarios de estas tierras eran la familia Closa, supuestamente emparentados con la familia Poma.

Esta era una preocupación compartida por los demás países de la región centroamericana, excepto Guatemala, por lo que surgió una iniciativa de formar paquetes turísticos que incluyeran varios países de la región. Es así como nace la idea de la Ruta Maya, basada sobre los antecedentes de la antigua civilización maya que se extendió en los territorios de las actuales repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras.

Paralelamente, y en armonía con el proceso de integración económica, nace la Secretaría de Integración Turística Centroamericana como un organismo coordinador y de cooperación entre los institutos o entidades responsables del turismo en cada país. Igualmente se pensó en hacer promociones turísticas conjuntas en el extranjero, lo que significaba una reducción de los presupuestos en ese rubro, generalmente altos para las instituciones de turismo local.

Todas estas realizaciones fueron parte del legado de la administración Freund, por lo que no se explica las razones que se tuvieron para no renovarle como presidente de la institución por otro período más, cuando finalizó su gestión. Pareciera ser que los sectores jóvenes de la oligarquía, recién graduados de importantes universidades norteamericanas, lograban espacios políticos en el gobierno del coronel Molina y empezaban a ubicarse en algunos sectores del aparato estatal, quienes influyeron en la decisión de nombrar un nuevo presidente del Instituto de Turismo.

Posiblemente no estaban de acuerdo con la línea de trabajo del señor Ernesto Freund, algunos de ellos estaban influenciados por otras modalidades de turismo, por ejemplo, la observación de pájaros o de mariposas en el Cerro Verde, la conservación más radical de los espacios naturales, el turismo de camping y otros, que distaban mucho de la estrategia seguida por la administración anterior.

La responsabilidad de la presidencia del ISTU recayó entonces en el licenciado Roberto Poma, joven, talentoso y muy dinámico empresario, perteneciente a una de las familias empresariales más importantes y notorias del país: el grupo Poma. No cabe duda que la capacidad del nuevo presidente y su visión, representaba un acertado nombramiento,

pero igualmente era indudable que su estilo de administrar, sus objetivos y su proyección eran totalmente diferentes.

Esta nueva presidencia continuó con muchos de los proyectos iniciados en la gestión anterior, pero especialmente le correspondió recibir el estudio de la costa salvadoreña, así como decidir sobre la definición del potencial polo turístico.

Se escogieron las playas de la Costa del Sol y el estero de Jaltepeque, como primer polo de desarrollo por diferentes razones, entre ellas, por su relativa cercanía al nuevo aeropuerto de Comalapa y a la ciudad de San Salvador.¹²⁶ Manteniendo la política de incorporar a los sectores de bajos recursos de la población en el desarrollo del turismo, se construye en este período un turicentro para esparcimiento de estos grupos poblacionales.

Durante la presidencia de Roberto Poma, se realiza en el país el evento mundial de belleza femenina, conocido como Miss Universo, en el que cada año, en un espectáculo que se transmite por televisión a prácticamente todo el globo, se escoge a la mujer más bella del planeta.

El gobierno del coronel Molina fue convencido de los beneficios de este proyecto, a pesar de que las cláusulas contractuales que se firmaron con la empresa promotora eran lesivas en lo que respecta a los gastos y las inversiones que corrían a cuenta del gobierno para realizar dicho evento.

Sin embargo, se supuso que esos gastos beneficiarían al país, al proyectarlo como destino turístico y potenciar sus recursos naturales en

¹²⁶ El Estudio de la Costa, elaborado por la firma norteamericana Robert R. Nathan, proponía otras opciones, especialmente las playas del Tamarindo, en el departamento de La Unión, consideradas de mejor calidad como recurso turístico; sin embargo, prevaleció la opción de las playas de la Costa del Sol. Es sabido que estas tierras eran de propiedad de la familia Closa, supuestamente emparentados con la familia Poma. Al final, probablemente la opción tomada de hacer de la Costa del Sol el primer polo de desarrollo turístico fue acertada, teniendo en cuenta que la siguiente década de guerra civil en el país, anuló toda posibilidad de desarrollo en la zona oriental. Lamentablemente la Costa del Sol se desarrolla desordenadamente y, a la fecha, esa carencia de ordenamiento territorial del polo limita sus opciones de crecimiento como destino turístico para extranjeros.

una dimensión que difícilmente se podía lograr aisladamente. Desde un punto de vista objetivo, es preciso reconocer que al final el país no obtuvo los tan ansiados resultados y que el esperado abrumador flujo de turistas no se logró ni hubo interés en lo que respecta a la oferta turística promovida.¹²⁷

Parte importante de este resultado se debió a que los recursos turísticos promocionados carecían de la dimensión y las facilidades suficientes para el turismo internacional, lo que progresivamente se complicó a medida que los conflictos bélicos de la guerra civil adquirían mayores impactos.

Sin embargo, la lección que se debía aprender es que no se puede promocionar un destino turístico sobre la base de nada, ya que en el mercado, las empresas que venden y promocionan destinos turísticos no se dejan engañar por la simple publicidad, que pondría en riesgo sus empresas al vender atractivos inexistentes. Desde la perspectiva de costos y beneficios, el proyecto Miss Universo El Salvador fue un fracaso del que el país no obtuvo nada.

El trágico final del licenciado Roberto Poma, secuestrado y muerto por un comando guerrillero en la ciudad de San Salvador, terminó con la época de oro del turismo en El Salvador, actividad que se ha visto postergada y olvidada en las dos décadas posteriores.

A Roberto Poma le sucedió en la presidencia del Instituto Salvadoreño de Turismo el arquitecto Enrique Aberle,¹²⁸ quien concluyó su período en la nueva realidad impuesta por las circunstancias. La época de oro del turismo como opción de desarrollo había terminado con Roberto Poma.

¹²⁷ Esta valoración es independiente del conflicto civil que se generó en el país en esos años. Sin duda las tensiones políticas y el incremento de la guerra civil impidieron durante más de una década, el desarrollo de un turismo vacacional, pero igualmente se debe aceptar que se trató de vender una planta turística escasamente atractiva y con las facilidades adecuadas para el turismo internacional.

¹²⁸ El arquitecto Enrique Aberle había trabajado con don Raúl Contreras en el diseño y construcción de algunos turicentros.

4.4 Las estrategias del período.

En resumen, las administraciones del ISTU en la década de 1970, tuvieron la claridad de establecer una serie de estrategias en consonancia con los objetivos que se habían trazado. Se considera que por primera vez en la historia del país, el objetivo de promover los recursos turísticos a nivel internacional requería de una política muy estructurada, coherente, realista y con una visión de mediano y largo plazo.

Se estaba claro que el turismo internacional no vendría de la noche a la mañana, que el país no contaba con una infraestructura adecuada para ofrecer y competir con otros destinos turísticos ya reconocidos, que no se contaba con los recursos financieros para proyectos de gran envergadura y que existían problemas que afrontar para consolidar una actividad que aún afrontaba dudas e inquietudes en los sectores empresariales nacionales.

Se consideraba que el turismo podía ser un rubro generador de divisas para sustentar el desarrollo económico del país, en una coyuntura donde se debilitaban los precios del café, el azúcar y el algodón, nuestros tres mayores rubros de exportación, en los mercados internacionales. Los cálculos de los ingresos de divisas generados por el turismo, que se estimaban en el sistema de cuentas nacionales del Banco Central, generaban algunas expectativas de que, con las estrategias adecuadas, el turismo podía llegar a ser el cuarto generador de divisas a escala nacional.

En este sentido, se definió en primer lugar una estrategia de posicionamiento de El Salvador como un destino de sol y playa, contando los amplios períodos anuales en donde brilla el sol sobre territorio salvadoreño.¹²⁹

Se determinó entonces, las políticas de mercadeo necesarias para impulsar la venta del país en los mercados internacionales, pero especialmente teniendo como principal objetivo, por razones obvias, el

¹²⁹ En estas estimaciones se contaban como días sin sol los escasos períodos de lluvias atemporadas en las que el sol queda oscurecido por las nubes. Se hablaba, en términos promedios, de 335 o más días de sol.

mercado norteamericano. Se estudió y diseñó un plan maestro para el desarrollo de la zona costera, fijando como polo prioritario de desarrollo las playas de la llamada Costa del Sol y el estero de Jaltepeque.

Pero se pensó que igualmente se podrían estimular los desarrollos de las playas de El Tamarindo, en el departamento de La Unión y las playas de Garita Palmera, en el departamento de Ahuachapán, en la frontera con Guatemala.¹³⁰

En la Costa del Sol, la opción de convertirse en un polo de desarrollo turístico estimuló la construcción y equipamiento de algunos hoteles de primera categoría: Pacific Paradise, Izalco Cabaña Club y Tesoro Beach.

Paralelamente, el Estado construyó algunas obras de infraestructura que, al final, terminarían beneficiando la actividad turística. Entre ellas, se cuenta la construcción del Aeropuerto Internacional de Comalapa, la modernización de algunas carreteras y especialmente la construcción de una autopista para unir la ciudad de San Salvador con el aeropuerto.

En este mismo período, se construyen dos nuevos hoteles de gran capacidad en la ciudad de San Salvador: el Hotel Siesta y el Hotel Presidente.¹³¹

En 1979 se inicia una crisis política y un clima de violencia, que desembocaría en una cruenta guerra civil, la que se extendió por más de una década. Se registraron secuestros y asesinatos de importantes personas, entre ellos, relevantes hombres de negocios.

¹³⁰ Se consideraba que Garita Palmera reunía condiciones especiales para la atracción de turismo guatemalteco, que en esos años constituía una importante demanda de sol y playa, especialmente durante los períodos de Semana Santa, las fiestas de agosto y finales del año.

¹³¹ Este hotel fue construido por el gobierno, para instalar a las delegaciones internacionales que se alojarían en el país con motivo de la celebración en San Salvador, de la Asamblea Anual de Gobernadores del BID. El secuestro del embajador de El Salvador en Guatemala, coronel Casanovas, dio al traste con el evento que fue trasladado a la ciudad de Guatemala.

Como ya ha sido mencionado, un grupo guerrillero secuestró y asesinó al licenciado Roberto Poma, presidente del ISTU.¹³² El clima de violencia era tal, que el país fue declarado internacionalmente como peligroso para los visitantes extranjeros.

Esto provocó que la afluencia de viajeros se redujera a los niveles de siete años atrás. En 1980, el número de visitantes extranjeros al país fue el más bajo en un período de quince años.

El período de 1980 a 1992.

Estos fueron años de total inactividad para el turismo salvadoreño, influenciado especialmente por el permanente conflicto armado entre el Ejército y las fuerzas guerrilleras, que convirtieron a todo el país en un teatro de lucha, en donde la violencia campeaba por todas partes. Los ciudadanos norteamericanos y europeos fueron advertidos de la peligrosidad del país y los gobiernos de estos países les recomendaron abstenerse de hacer viajes al mismo.

Por otra parte, las autoridades gubernamentales salvadoreñas, frente al temor del ingreso de miembros de organizaciones internacionales de izquierda, empezaron a aplicar estrictas y restrictivas medidas de seguridad en la concesión de visas de ingreso. El turismo, especialmente el relacionado con toda clase de actividades vacacionales y recreativas se cayó totalmente, lo que habría de producir un total estancamiento en las inversiones en el sector, así como la paralización de nuevas construcciones en la infraestructura hotelera.¹³³

En los años de la guerra civil, los escasos visitantes extranjeros estaban de alguna forma ligados al conflicto armado, por ejemplo, asesores militares, funcionarios de organismos internacionales, periodistas y visitantes que, por una u otra razón, tenían intereses en el conflicto.

¹³² Parece que el propósito del secuestro del licenciado Poma era solicitar por él un fuerte rescate. En los hechos, una bala se alojó accidentalmente en el cuerpo de este importante empresario, que le produjo la muerte.

¹³³ De hecho, el hotel Pacific Paradise fue abandonado por sus propietarios, y los otros hoteles igualmente entraron en una etapa de muy escasa ocupación.

La industria hotelera resintió inicialmente el descenso en el flujo de visitantes extranjeros, pero luego la ocupación hotelera fue compensada por todos estos nuevos grupos de visitantes. Los hoteles en la ciudad de San Salvador tuvieron aceptables niveles de ocupación, llegándose a sentir en algunos momentos una relativa escasez de alojamientos en los hoteles de mediana categoría.

El hotel Camino Real, una de las instalaciones hoteleras más importantes, fue considerado como el más seguro, siendo seleccionado por la prensa internacional como base de sus operaciones. Pero el resto de hoteles de primera categoría como el Presidente y El Salvador Intercontinental, tampoco pudieron quejarse.

El período de posguerra: 1992 – 1997

En enero de 1992, tras intensas negociaciones, se firmaron los Acuerdos de Paz entre el gobierno y las fuerzas guerrilleras integradas en el FMLN.¹³⁴ Nuevamente, una afluencia de visitantes extranjeros vinculados con este acontecimiento adquirió niveles impresionantes.

Se produjo en consecuencia una demanda de servicios hoteleros más allá de la capacidad instalada, que provocó la creación de nuevas expectativas en el sector. Sin embargo, hasta 1997, el país continuaba inmerso en una postración en el campo del turismo. Sin duda las instalaciones hoteleras de San Salvador y de algunas ciudades del interior del país, como San Miguel, fueron beneficiadas por el ingreso de un flujo de hombres de negocios, interesados en las opciones económicas que se derivaban de la reconstrucción de la economía y la paz social.

Para 1997, se crea una nueva institución cuyo propósito era retomar la opción del turismo dentro de la estrategia económica nacional. Nuevamente, el fomento del turismo internacional se visualiza como una actividad económica generadora de divisas y creadora de empleos, con

¹³⁴ FMLN significa Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional.

la capacidad de estimular algunas empresas de servicios, con vinculación directa o indirecta con este sector.

Esta nueva institución fue denominada como Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), que se encargaría de dirigir y coordinar la actividad turística. En tal sentido se emitió una ley, que expresamente en su Considerando III dice: "Que el turismo constituye una de las principales fuentes de trabajo y un potencial fuerte de ingreso de divisas extranjeras".

En la ya mencionada Ley, el artículo 3 establece los fines de la Corporación en la forma siguiente:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero,
- b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho Registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. Como actividad complementaria en dicho Registro, la Corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, categorización, calificación y certificación de las Empresas Turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializadas en el tema.
- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo la información sobre su inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno o internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizará una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que prestan. Además, realizar todas aquellas actividades que considere necesarias para promover el turismo nacional.

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

En lo que respecta a la administración de la Corporación, se desarrolla en el Capítulo V. El artículo 7 dice: "La Corporación funcionará bajo la dirección de una Junta Directiva". En el artículo 8, se define que: "La Junta Directiva estará formada por ocho directores de la siguiente manera:

- a) Un Director Presidente, que será el titular de la Secretaría de Estado en materia de Turismo;
- b) Un Director representante de la Secretaría de Estado, en materia de Gobernación;
- c) Un Director representante de la Secretaría de Estado, en materia de Medio Ambiente y Recursos Naturales;
- d) Un Director representante del Consejo Nacional para el Arte y la Cultura, CONCULTURA; y
- e) Cuatro Directores nombrados por el Presidente de la República, de cuatro ternas propuestas por las asociaciones empresariales privadas relacionadas con el sector turismo, integradas en la Asociación de mayor representación empresarial.

Los directores serán nombrados por un período de tres años, pudiendo ser reelectos. En el caso del Director Presidente, el período de elección será aquel para el cual fuere nombrado en su respectiva Secretaría de Estado.

De acuerdo con el artículo 10, los requisitos para ser nombrado Director son los siguientes:

- a) ser salvadoreño;
- b) mayor de 25 años de edad; y
- c) ser de reconocida honorabilidad y de amplia experiencia en el sector del turismo.

Por otra parte, el artículo 11 de la Ley respectiva, define los requisitos de inhabilidad para ser Director, los cuales son:

- a) las personas que entre sí sean cónyuges o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad;
- b) los condenados por cualquier delito que implique falta de probidad;
- c) los quebrados o concursados que no hayan obtenido su rehabilitación y
- d) los que fueren acreedores, deudores, contratistas o subcontratistas de la Corporación.

En el campo del ordenamiento de la actividad turística, en el artículo 16-A se crea el "Registro Nacional de Turismo", con carácter público, con jurisdicción nacional, en el que se inscribirán las empresas turísticas, nacionales y extranjeras, así como sus titulares, sean personas naturales o jurídicas, que desarrollen o exploten en el territorio nacional actividades turísticas, y que deseen acogerse al régimen de beneficios o a incentivos fiscales al que se refieren la presente ley.

El Registro es un mecanismo para recabar información y mantenerla actualizada, sobre el inventario de atractivos turísticos e infraestructura nacional de la actividad turística; quien se encargará además de elaborar estadísticas de las empresas turísticas, según la clasificación con la que participen en el sector.

El registro contará además con las siguientes secciones:

- a) Registro de las empresas turísticas y sus titulares, y
- b) Registro de incentivos otorgados a cada una de las empresas turísticas.

Por ley, se transfirieron a la Corporación, los bienes muebles e inmuebles que la Junta Directiva del Instituto Salvadoreño de Turismo, considerara conveniente trasladar.

En tal sentido, fueron entregados a la Corporación los bienes inmuebles siguientes:

a) Bola de Monte. Es una propiedad ubicada en la jurisdicción de San Francisco Menéndez, departamento de Ahuachapán.

b) Hotel de Montaña en el Cerro Verde.

Ubicado en el cantón Las Lomas, jurisdicción de Santa Ana.

c) El Icacal. Terrenos de playa (2), ubicados en Intipucá, departamento de La Unión.

d) Complejo Turístico La Libertad. Se encuentra en el centro de la villa o puerto de La Libertad, y

e) Mirador Planes de Renderos. Dos inmuebles ubicados en la jurisdicción de San Marcos.

Con toda esta infraestructura legal, institucional y física comienza la Corporación a tratar de organizar, dirigir y orientar las actividades

turísticas del país, con un enfoque económico y de desarrollo social. De nuevo, con estas iniciativas, se trata de retomar todo el trabajo y la proyección que se había logrado en los años previos al conflicto civil en El Salvador.

Influía en estas decisiones, la urgente necesidad de encontrar nuevas fuentes de divisas en un momento en que la producción interna se encontraba debilitada y con una desfavorable perspectiva en los precios internacionales de nuestros principales productos de exportación: café, caña de azúcar y camarones.

La estructura productiva nacional se había pretendido apuntalar con empresas de "maquila", que poco o nada contribuían al crecimiento de la economía; el alto desempleo existente se convirtió en un lastre que progresivamente indujo a una altísima fuga de salvadoreños hacia el exterior en busca de oportunidades; la escasa capacidad de inversión de la economía no auguraba un horizonte de esperanza al futuro y, el turismo, era una opción para dar empleo y conseguir divisas, en el corto plazo.

A partir de los Acuerdos de Paz, la relativa tranquilidad y estabilidad económica y social, permitía tratar de vender al país y sus recursos turísticos y naturales a nivel internacional, y ese es básicamente el objetivo de la Corporación como institución estatal. Sin embargo, convendrá analizar más adelante si dicha Corporación enmarcó sus actividades dentro de un plan congruente de desarrollo sostenible, o si como ha sido la filosofía gubernamental de los últimos años, se ha dejado en manos del mercado las decisiones fundamentales de la actividad estatal.

Capítulo V

Enfoques básicos para el estudio del turismo.

Son varios los métodos que se utilizan para estudiar el fenómeno del turismo, pero hay diferencias sustanciales entre los estudiosos de esta disciplina, por lo que no llegan a ponerse de acuerdo sobre la forma más adecuada de registro y análisis de sus efectos sobre la actividad económica y social en general.

Personalmente sostengo que todos son válidos, aunque tengan ópticas distintas, y que dependiendo del propósito del estudio, una combinación de los diferentes métodos conocidos contribuye a profundizar con mayor acierto en este tema. A continuación se señalan algunos de los enfoques más utilizados.

5.1 Enfoque económico.

No se puede dudar de la importancia del turismo en la economía, sus efectos se hacen sentir tanto en el ámbito de la economía doméstica como en la economía mundial. Los economistas generalmente analizan el turismo estudiando la oferta, la demanda, la balanza de pagos, el mercado de divisas, el empleo, el desarrollo económico y social, los multiplicadores y otros factores económicos.

La utilidad de este enfoque reside en que proporciona la posibilidad de analizar el turismo y sus contribuciones a la economía y al desarrollo económico. Pero es necesario comprender que el turismo es un fenómeno económico importante, pero por sí solo no es capaz de dimensionar los demás efectos no económicos, por ejemplo, los que se dan en el ámbito ambiental, cultural, psicológico, sociológico y antropológico.

5.2 Enfoque sociológico.

Por regla general, el turismo es una actividad social, y en este sentido, el comportamiento de los turistas, tanto individualmente como en grupo, responde a patrones sociales de diversa índole o categoría. Por medio del análisis sociológico, se examina por ejemplo, los comportamientos atinentes a las diferentes clases sociales, los hábitos y costumbres de los huéspedes y los anfitriones. En esta temática, recientemente se han comenzado a estudiar los aspectos sociales del tiempo libre y las diversas modalidades del ocio y, en la medida que se incrementan los flujos de turismo masivo en la sociedad, el estudio sociológico de los comportamientos y efectos de esta modalidad serán incluidos en esta clase de análisis.

5.3 Enfoque geográfico.

La geografía forma parte de las motivaciones del turismo. Como disciplina especializada se interesa en los estudios de las características de la ubicación, el ambiente, el clima y el paisaje. El enfoque geográfico complementa la información sobre los sitios turísticos, los movimientos demográficos creados por éstos, las modificaciones en el paisaje, la dispersión del desarrollo turístico, la planeación física y los problemas económicos, sociales y culturales vinculados con ella. Se ha empezado a definir un campo especializado llamado "geografía de la recreación", cuyo propósito es estudiar con mayor profundidad la relación entre turismo y geografía, en todos sus aspectos.

5.4 Enfoque administrativo.

Esta modalidad se refiere a las empresas o firmas, desde una perspectiva microeconómica. Se centra en las actividades administrativas necesarias para dirigir empresas turísticas, desarrollando todas sus etapas de planeación, investigación de mercados, fijación de precios, publicidad, contabilidad, controles y supervisión, Se busca la armonía y eficiencia de las empresas dedicadas al turismo dentro del marco general de la actividad turística nacional.

5.5 Enfoque institucional.

Con esta perspectiva se analizan los diferentes intermediarios e instituciones que realizan las actividades turísticas. Para ello se requiere del estudio de la organización, métodos operativos, costos, lugares, obstáculos y el lugar que ocupan en la economía las empresas, tales como las agencias de viaje, especialmente las que actúan en nombre de los clientes y deciden por ellos en la compra de muchos servicios: líneas aéreas, compañías de renta de automóviles, hoteles, operadores internos de turismo, etc.

5.6 Enfoque histórico.

Se refiere al análisis del turismo como proceso histórico. Considerando que el turismo es un fenómeno social y antropológico, se requiere de conocer su desarrollo evolutivo y los patrones culturales que han sido dinámicamente afectados en el tiempo.

El crecimiento y la declinación del turismo, las modalidades, el perfil de los turistas, la compleja relación social y cultural entre turistas y las regiones no son hechos aislados, tienen una explicación que es necesario entender, en cuanto se trate del diseño de políticas y formas de atracción del turismo.

5.7 Enfoque del producto.

Incluye el estudio de los productos turísticos y las formas cómo se producen, se comercializan y consumen. En alguna medida es responder a las tres preguntas fundamentales de la economía: el qué, cómo y para quién, aplicados a la producción del turismo. Dicho en otras palabras, implica investigar quiénes crean las empresas, quiénes intervienen en su compra y venta, cómo obtienen su financiamiento, cómo se publicitan y mercadean. Caben aquí todas las empresas como hoteles, restaurantes, renta de automóviles y los demás servicios turísticos.

Debido a que el turismo comprende la gran mayoría de aspectos de la sociedad, se hace necesario acudir a enfoques interdisciplinarios, que

amplían las opciones para entender con mayor amplitud el fenómeno. Si se acepta que el turismo tiene una dimensión cultural, es necesaria la consideración de factores antropológicos para su análisis.

Como los turistas son personas que actúan individualmente en formas diferentes, viajan de diferentes modos y también se comportan en formas distintas, por lo que es necesario aplicar análisis psicológicos para promover y desarrollar el turismo. Por el hecho de que existen regulaciones migratorias, sanitarias y de períodos de estancia, es importante utilizar un enfoque político para entender cómo estas medidas de políticas públicas influyen en el turismo.

El turismo es tan vasto, tan multifacético y complejo, que modernamente no puede ser analizado bajo un solo lente, requiriéndose de la participación de varias disciplinas para analizarlo y comprenderlo. Un enfoque multidisciplinario es la respuesta moderna a un campo de actividad, que cada vez más, tiene mayor influencia sobre las economías de los diferentes países del planeta.

Turismo y cultura.

Todos los viajes turísticos tienen importantes componentes de carácter cultural. El turismo desde el punto de vista cultural propicia un aprendizaje "in situ" de las costumbres e idiosincrasias de cada pueblo y lugar visitado. Aquí se produce una corriente de doble vía, por una parte es un medio para fomentar las relaciones culturales y, en alguna medida, propiciar la cooperación internacional.

Por otra parte, el fomento de los valores culturales en una nación, constituye una forma de atraer el turismo. Por esto, la promoción del turismo está unida a una política de relaciones culturales, en la que es importante alentar el interés de los habitantes de otros países sobre el acervo cultural propio, sino también para crear una imagen favorable del país en el extranjero.

Los canales que le permiten a un país vender su imagen están fundamentados en todos los aspectos de su cultura y de sus modos de vida; igualmente importantes son los entretenimientos, la comida, la hospitalidad, la arquitectura, las artesanías, así como sus museos, sus sitios arqueológicos y todas las expresiones de su cultura. En este sentido, la promoción de un país, además de requerir de creatividad, exige la necesidad de mostrar una diversidad cultural para distinguir una región de otra, así como para hacer meritoria la decisión de visitarlo.

Se acepta que una de las motivaciones más fuertes para inducir la realización de un viaje es la búsqueda de placer. Los viajes al extranjero, con todas sus alternativas e incentivos, son una significativa fuente de placer para los seres humanos. Modernamente, los viajes turísticos constituyen experiencias que se inician desde la selección del destino, los medios de transporte, el medio ambiente y la arquitectura del lugar de destino y los placeres esperados.

El turista elige su lugar de recreo en función del placer que espera recibir de los atractivos existentes. Esto explica el sentido de la promoción turística en ensalzar los paisajes, la comodidad de los hoteles, lo delicioso de la comida, así como la belleza y la espectacularidad de la naturaleza y la cultura de los sitios a visitar.

El turismo es en los tiempos presentes, en donde la tecnología ha abierto tantas facilidades y medios para viajar, una escuela que posibilita el aprendizaje en forma directa y con la dimensión de una realidad palpable y cognoscible en mayor amplitud. Se requiere entonces contar con un amplio material de conocimientos e información sobre diferentes temas como historia, geografía, costumbres, recursos naturales, ciencias y artes. El estudio y la interpretación del patrimonio cultural se convierten en una herramienta, tanto para enriquecer culturalmente el viaje del turista como para crear una conciencia de país en la comunidad y un motivo de orgullo del residente por su pertenencia a la misma.

Dentro de esta categoría, podría intentarse incluir el valor de la antropografía o geografía de la humanidad. Conceptualmente se

describe como una rama de la antropología que describe las variedades de los seres humanos y su distribución geográfica. Sin duda, una de las motivaciones más importantes para emprender un viaje es el interés por las culturas de otros pueblos, y se considera muy acertada que la curiosidad natural del hombre por el mundo y sus pueblos constituyen una poderosa influencia para realizar sus viajes.

El paisaje, los pueblos y aldeas, las culturas rurales, son motivaciones para un grupo de personas, en cambio otras prefieren las grandes concentraciones de población de ciudades como Nueva York, México y Tokio. Las tierras vacías como los desiertos, la Antártida, Australia y otras zonas, tienen atracción para algunos mientras que las cacerías en el África son muy apetecibles para otros.

La diversidad espacial y los destinos.

La diversidad espacial y las características propias de cada destino dependen de motivaciones específicas, que desde el punto de vista de la psicología sería imposible clasificar dada la amplitud de las motivaciones humanas para viajar. A la fecha, de todos los intentos hechos para lograrlo, se acepta con la prevención debida el trabajo de Valene Smith,¹³⁵ relacionado con lo que sería una clasificación de los destinos y sus respectivas experiencias. Ellos son:

a) Motivaciones étnicas:

Los viajes con el propósito de observar las expresiones culturales y el estilo de vida de los pueblos considerados como "exóticos"; por ejemplo, las tribus de indios del Amazona y los pigmeos de África, los pueblos garífunas del Atlántico guatemalteco o los vestigios de los pueblos mayas en Centroamérica. Forman parte de las actividades de esta clase de destinos las visitas a los poblados y hogares nativos, sus bailes, ceremonias, formas de vida y rituales religiosos.

¹³⁵ Valene Smith. Hosts and Guests. University of Pensilvania Press. 1977.

b) Motivaciones culturales:

El propósito del viaje es conocer y participar en culturas y formas de vida desaparecidas, pero que se encuentran registradas en la memoria histórica de la humanidad. Los escenarios antiguos y la rememoración de las costumbres, los trajes típicos y la idiosincrasia de poblaciones antiguas, como los viejos pueblos del oeste norteamericano o la arquitectura de Antigua Guatemala, son los incentivos de esta clase de viajes.

c) Motivaciones históricas:

Las visitas a ciudades del mundo antiguo: Grecia, Roma y Egipto, así como a museos y catedrales, sitios y monumentos históricos forman las fuerzas que mueven a estos viajeros. Por regla general, excepción hecha de los especialistas en diversos temas, lugares o culturas, se trata de excursiones guiadas en donde la información se transmite por medio de guías calificados. También los lugares históricos se encuentran en las grandes ciudades o cerca de ellas, lo que agrega motivaciones adicionales a los viajes. Desde un punto de vista mercadológico, estas excursiones son prácticamente adaptables para el turismo masivo organizado.

d) Motivaciones ambientales:

El énfasis en esta iniciativa se encuentra en las atracciones naturales y ambientales. Actualmente, muchas personas se encuentran atraídas por la conservación de la naturaleza y la protección del medio ambiente.

En este sentido, son muy adictos a apreciar las bellezas naturales en su estado más virgen y no tienen problemas para desplazarse a zonas remotas del planeta y a vivir en condiciones muy austeras, muchas veces renunciando a las comodidades de las instalaciones hoteleras. Como ejemplo de atractivos de esta naturaleza pueden mencionarse las Cataratas del Niágara, el parque Yellowstone, el Gran Cañón del Colorado y otras maravillas naturales.

e) Motivaciones recreativas:

Se centra en el disfrute de los deportes, balnearios, baños de sol y contactos sociales en ambientes relajados. También forma parte de la cultura moderna, especialmente de las clases medias de los países industrializados, programar vacaciones anuales en lugares en donde estas diversiones están aseguradas. En el turismo moderno son millones de personas las que anualmente se movilizan por razones recreativas y de placer, produciendo corrientes muy definidas de viajeros a lugares como las playas del Caribe, Veracruz y Cancún en México, Miami, así como otros lugares en América y Europa.

Toda expresión representativa de un pueblo constituye las motivaciones esenciales para inducir a realizar un viaje. La imagen que dicho destino tiene a nivel internacional, transmitido por diferentes medios, es la que induce a miles de viajeros a tomar decisiones para conocerlos.

Las atracciones de un país o región son el acervo de la oferta turística, constituyendo la razón que fundamenta las decisiones del viajero por un determinado destino. Entre ellas, se pueden mencionar las bellas artes, la música y la danza, las artesanías, la industria y el comercio, la agricultura, la educación, los aspectos religiosos, la gastronomía, la historia y la prehistoria.

Por todo lo anterior, se requiere una confluencia de motivaciones, atractivos, facilidades de transporte, búsqueda de placer y otros muchos factores más, para llevar a la realización de un viaje. En términos de mercado, el turista tiene un costo por el que espera obtener satisfacciones personales y, en la medida que obtenga lo que busca, se convierte en un promotor espontáneo y se garantiza la estabilidad y permanencia del destino.

Capítulo VI.

Diagnóstico del desarrollo del turismo en El Salvador

6.1 Algunas consideraciones sobre la oferta y demanda turística.

La oferta y la demanda constituyen dos de los elementos más importantes en el mercado de cualquier bien o servicio; por lo tanto, la oferta turística y la demanda turística son de por sí, los elementos clave en este mercado tan especial y complejo.

La oferta turística expresa el comportamiento de los vendedores de bienes y servicios turísticos; por medio de ella conocemos las cantidades que los vendedores están dispuestos a ofrecer o ceder a diferentes precios.

Si por el lado de la demanda, el bien turístico es bien complejo; por el lado de la oferta, el producto turístico es fácilmente identificable por el oferente.

Sin embargo, la oferta turística está compuesta por bienes y servicios que son puestos a disposición del visitante para su uso y disfrute; algunos de ellos son muy exclusivos para tales propósitos, mientras que otros pueden servir tanto para los nacionales o residentes como para los visitantes extranjeros.

Los componentes de la oferta turística se pueden clasificar en cuatro categorías principales:

a) Recursos Naturales.

Constituye la base fundamental de la oferta y comprende todos los recursos naturales disponibles de un país para el disfrute de los visitantes. Aquí están incluidos el aire y el clima, el terreno, la flora y la fauna, los accidentes geográficos, las playas, el paisaje, las bellezas naturales, los lagos y montañas.

b) La infraestructura.

Pertencen a este rubro todas las construcciones destinadas a tal fin, los sistemas de abastecimiento de agua potable, los sistemas de eliminación de aguas negras, los sistemas de electricidad y comunicaciones, los sistemas de alcantarillas y las obras tales como carreteras, aeropuertos, vías férreas, estacionamientos, parques, estaciones de autobuses y trenes, hoteles, moteles, centros vacacionales, centros comerciales, ferias y lugares de espectáculos, estadios, museos, tiendas y toda construcción similar que sirva para esparcimiento del turista.

c) Los transportes.

Están incluidas todas las formas para la movilización de los turistas: autobuses, aviones, ferrocarriles, taxis, barcos, funiculares y todos los medios de transportación.

d) La hospitalidad y los recursos culturales.

Pertenece a esta categoría toda la riqueza cultural de una región o país. También forman parte las actitudes de los residentes, la cortesía, la amabilidad con el extranjero, así como todas las expresiones de bellas artes, literatura, historia, música, arte dramático, danza, compras, deportes y otras actividades.

En este punto, es preciso identificar algunos de los factores que determinan la oferta de estos bienes, entre ellos, la tecnología disponible, los precios de los factores productivos que concurren en su producción o elaboración, los precios de los demás bienes relacionados y

algunos otros como el clima, la oferta de productos agrícolas, la propensión a las huelgas y la inseguridad social, los conflictos bélicos y la imagen del país y su entorno turístico.

En el caso de los recursos naturales, una combinación de ellos puede significar la construcción de ambientes atractivos para el turismo. Mientras mayores posibilidades de usos múltiples tengan una región mayores son también las posibilidades de mantener una demanda turística estable, libre de períodos de fluctuaciones estacionales.

Otro elemento a considerar es la ubicación del sitio, así como una adecuada cercanía de mercados potenciales. Igualmente, la calidad de los recursos naturales debe ser protegida y mantenerse en óptimas condiciones como requisito para conservar su calidad y garantizar la satisfacción y disfrute del visitante. En este sentido, la planificación y la responsabilidad del estado para mantener los niveles de calidad son fundamentales.

e) La infraestructura

La infraestructura, tanto en el terreno como en el área de los servicios, contribuye y complementan al éxito de la gestión turística. Estas deben ser adecuadas, eficientes, seguras, amplias y tecnológicamente competitivas. Los turistas evalúan con mucha ponderación las normas de higiene, la seguridad de las instalaciones para sus personas, el confort y la comodidad, e incluso para cierta clase de turistas, se paga y se aprecia el lujo y la sofisticación.

Debe tomarse en cuenta los aspectos de ambientación, pues muchos turistas buscan durante sus viajes sumergirse en ambientes diferentes al de su entorno habitual en sus lugares de origen.

Por otra parte, la demanda turística son aquellos bienes y servicios que el turista consume cuando sale de viaje. Estos bienes y servicios son llamados bienes turísticos, un concepto que es sumamente complejo. Se acepta que está formado por todos los bienes y servicios que el turista consume durante el período de tiempo que dura su estancia fuera de su

lugar de residencia. También se conceptualiza la demanda turística como la cantidad de turismo que las economías domésticas o turísticas desean adquirir o comprar a los precios de mercado.

Una gran parte de la llamada industria turística se basa en los recursos naturales, los que deben ser seguros y atractivos, así como de interés para los visitantes. Además estos recursos deben cumplir otros requisitos, por ejemplo, contar con las dimensiones adecuadas para evitar que los visitantes se sientan hacinados, y que se encuentren libres de contaminación, animales o insectos contagiosos y venenosos.

También, los lugares turísticos preferentemente deben estar cubiertos, en la medida de lo posible, de riesgos tales como inundaciones, terremotos, aludes y otras clases de desastres naturales.

Cuando hay un mercado, una demanda de viajes, alojamiento, alimentos, tiendas, espectáculos y otros servicios complementarios, las posibilidades de desarrollar una importante actividad económica son muchas.

Esta demanda crea la necesidad de actividades como excursiones, agencias de viajes, líneas aéreas, transporte marítimo, autobuses, diversas clases de alojamientos, negocios de alimentos y bebidas, y muchos otros para satisfacer las necesidades del turista.

Todas estas actividades conforman al final lo que globalmente llamaríamos: el turismo.

El turismo, independientemente de la satisfacción o no que el turista reciba de su viaje, ocasiona beneficios y costos para los sitios de destino de los turistas.

Los costos y beneficios son mensurables cuantitativa y cualitativamente, y se requiere mucha objetividad para entender que si el turismo tiene efectos beneficiosos, igualmente hay efectos dañinos y negativos en diversos ámbitos. Sin duda, los costos y los beneficios no son iguales, y la balanza puede inclinarse a uno y otro lado.

Los costos sociales son esgrimidos frecuentemente como uno de los males del turismo, muchas veces son imposibles de dimensionar, pero no se niega que dañan a las comunidades locales.

Entre los factores negativos provocados por las actividades turísticas se señalan: la prostitución, la contaminación de los recursos, el hacinamiento, los embotellamientos, el ruido, la basura, el incremento de la delincuencia, la creación de tensiones sociales, la pérdida de intimidad y el deterioro ambiental.

En la misma forma hay que considerar el aumento de los precios de la mano de obra, los bienes y la tierra, los empleos temporales mal pagados y la pérdida de control de un sitio turístico, atentando contra su futuro como tal. El desarrollo irreflexivo, el desarrollo inadecuado, el desarrollo excesivo o el desarrollo inconcluso, son atentatorios y negativos en lo que respecta al turismo.

Para la década de 1960, se empezó a considerar al turismo como una industria, en la que participaban diferentes tipos de empresas, organizaciones y recursos.

Con el correr del tiempo, la calificación del turismo como industria se ha consolidado con una mayor aceptación, a tal grado de ser considerada en el diseño de las políticas públicas como tal.¹³⁶

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que tanto las empresas como las actividades turísticas en la realidad, no se dedican exclusivamente a la satisfacción única de los turistas sino que toman parte en otras actividades diferentes de la atención turística. Igualmente ocurre con aquellos recursos empleados en actividades no turísticas y por personas que no son turistas. Ello es bien evidente, por ejemplo, en el caso de los aeropuertos, de las carreteras, de los hoteles, de los parques temáticos y otros entretenimientos.

¹³⁶ Para algunos autores, más que una industria, las actividades turísticas son una pluralidad de industrias diferentes.

El desarrollo de la industria turística ha sido paralelo al crecimiento de los transportes y de la infraestructura del país, entre ellos, los aeropuertos, las carreteras, los ferrocarriles y la modernización del medio ambiente, así como por el crecimiento de la propia oferta turística, en la que se incluyen el alojamiento, la alimentación, los aspectos histórico-culturales, la recreación, los deportes, los espectáculos y las atracciones para el esparcimiento y el ocio.

Debe considerarse que la ampliación de esta oferta conlleva igualmente a crear ofertas derivadas, como son las opciones para la realización de congresos, eventos especializados, ferias y eventos religiosos o culturales. Para tener en cuenta las opciones disponibles, es necesario contar con un inventario de la oferta turística básica, como punto de partida para el desarrollo de las actividades que conlleven a la promoción del país y sus atracciones.

El cuadro a continuación es un intento de clasificación de ella.

Cuadro No. 4
Tipología de la oferta turística básica.

Tipo de oferta	Actividades
Alojamiento	Hoteles, apartamentos, residencias, viviendas particulares, Camping.
Alimentación	Restaurantes, bares, cafeterías, pubs.
Salud	Balnearios, spa, clínicas regenerativas y sanitarias.
Recreación y deporte	Navegación, pesca, golf, esquí, caza, alpinismo, senderismo.
Histórico-cultural	Iglesias, palacios, museos, sitios arqueológicos e históricos.
Atracciones y ocio	Parques: temáticos, acuáticos, zoológicos, botánicos, etc.
Espectáculos	Musicales, deportivos, teatrales, cinematográficos.
Naturaleza	Playas, lagos, ríos, parques naturales, espacios abiertos.

Fuente: Enrique Ortega. Investigación y Estrategias turísticas. Editorial Thompson. España. (Página 6).

A partir de 1970, los especialistas en este tema, habían hecho conciencia de que una manipulación inadecuada de los recursos turísticos podía producir daños severos e incluso irreversibles, especialmente como consecuencia de una afluencia masiva de visitantes.

El turismo de masas, cada vez más frecuente por las facilidades proporcionadas por la tecnología, empezó a atentar en contra de los recursos naturales e históricos. También se consideraron los daños a las poblaciones locales en su cultura y sus hábitos de vida.

Debido a estas preocupaciones se propicia la aparición del denominado "turismo sostenible", estrechamente ligado al concepto de desarrollo sostenible, recogido del Informe Brundtland sobre "Nuestro futuro común",¹³⁷ y se conceptualiza como aquel que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender a las suyas propias.¹³⁸

El desarrollo turístico de un territorio o espacio geográfico tiene que tener en cuenta la capacidad de dicho espacio para soportar las actividades turísticas, así como su impacto medioambiental.

En este sentido se ha definido el concepto de "carga turística", que de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), se establece por "el número máximo de personas que pueden visitar un lugar turístico, sin dañar el medio físico, económico o sociocultural, y sin reducir de manera inaceptable la calidad de la experiencia de los visitantes" (OMT. 1996).

Es un hecho sin ninguna duda, que las poblaciones crecen naturalmente, lo que se refleja en el turismo nacional e internacional. Al mismo tiempo, el turismo es fuertemente influenciado y acelerado por factores de tipo económico y sociológico, lo que significa que una mayor cantidad

¹³⁷ Realizado por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo en 1987.

¹³⁸ Secretaría General de Turismo. 1994.

de personas tienden a visitar las zonas turísticas existentes, obligando a la ampliación de la oferta y a la utilización de nuevos espacios.

Si esta situación no se controla, un fenómeno de crecimiento desenfrenado puede ocasionar distorsiones en el desarrollo del turismo y, en el largo plazo, propiciar la destrucción o deterioro de importantes atracciones.

No existe un modelo ideal de desarrollo turístico, pero es deseable que las actividades en una zona o destino turístico persigan patrones compatibles con el esquema de desarrollo sostenible, cuya responsabilidad recaerá principalmente en las autoridades del Estado.¹³⁹

Una interpretación del comportamiento de la actividad turística en el país, desde sus primeros pasos como una actividad económica hasta el reconocimiento por parte del Estado, de la necesidad de que ella formara parte de la política institucional, es importante para hacer un alto en el camino y reflexionar sobre las lecciones del pasado.

Es conveniente determinar cuáles han sido los errores cometidos en el pasado, pero también, cuáles han sido los aciertos obtenidos, con el propósito de llegar a un diagnóstico objetivo de la realidad y las potencialidades del sector.

Estas reflexiones nos permitirán determinar con qué recursos turísticos contamos, cuál es nuestra oferta turística real y cuál es nuestra oferta turística potencial. Cómo debemos orientar nuestros pasos para

¹³⁹ El 5.º Programa sobre desarrollo sostenible de la Unión Europea, se refiere a los aspectos siguientes: control de los usos del suelo, establecimiento de normas estrictas con respecto a las nuevas construcciones y lucha contra la construcción ilegal, gestión del flujo de automóviles en las vías de comunicación hacia las regiones turísticas, diversificación del turismo, ejecución y cumplimiento de normas ecológicas con respecto a ruido, agua potable, aguas de baño, aguas residuales y emisiones a la atmósfera, escalonamiento adecuado de las vacaciones de verano, sensibilización y educación de los habitantes y turistas, educación y formación de los gestores de las zonas afectadas.

modernizar nuestra infraestructura en este campo y poder vender al país en los mercados internacionales como un destino de turismo.

Se requiere igualmente entender qué vamos a vender y cómo lo vamos a vender, determinar cuáles serán nuestros mercados objetivos y de qué medios debemos disponer para llegar a ellos; en fin, qué tenemos que hacer y cómo debemos hacerlo.

6.2 El desarrollo de la actividad turística desde 1992 al 2007.

Con una óptica objetiva, se intenta desarrollar una valoración de las más importantes características de esta actividad en el período considerado. De hecho, hay algunos indicadores clave para evaluar el desempeño del sector y su impacto en la economía nacional.

Básicamente, el ingreso anual de turistas y la estimación de sus aportes en los ingresos de divisas, son el punto de partida para contabilizar si el flujo de las personas que llegan al país desde el extranjero se ha incrementado y, si los gastos en su estadía, tienen una importancia de alguna consideración en la dinámica de la economía nacional.

El resto de indicadores amplían y detallan con mayor precisión, la información necesaria para hacer un diagnóstico más concreto de esta actividad.

Es importante considerar que el comportamiento de los turistas en los países que visitan depende de una multiplicidad de factores, de diversa índole.

En primer lugar, su procedencia por país de origen marca de inicio significativas diferencias; por ejemplo, los turistas que llegan de países desarrollados tienen lógicamente un mayor poder adquisitivo en términos de divisas, por lo que demandan servicios turísticos de mejor calidad: hospedaje, alimentación y transporte.

Los factores culturales y educativos de estos visitantes imponen normas más estrictas de limpieza, higiene y atención. Por regla general, constituyen la demanda de los hoteles de mejor categoría, de los restaurantes de primera clase y de servicios turísticos de mejor nivel, con alguna independencia de los precios.

6.3 La oferta hotelera.

Constituye uno de los principales indicadores del posicionamiento turístico de un país en los mercados turísticos internacionales. El número de habitaciones disponibles para el alojamiento de turistas extranjeros no es obra del azar, sino que se encuentra en relación directa con el flujo de visitantes que el país recibe en el período de un año.

Existen varias clases de hoteles, los hay de carácter comercial, centros vacacionales, para automovilistas, de aeropuertos y residenciales, entre otros. En los países de gran desarrollo turístico, los principales son los centros vacacionales, que se encuentran situados en lugares atractivos y tienen una gran variedad de servicios, incluidos espectáculos y actividades recreativas para los viajeros.

Los hoteles residenciales, aunque de menor importancia, generalmente alojan turistas por períodos cortos. Los hoteles comerciales son generalmente edificaciones situadas en el centro de las ciudades, convenientemente ubicadas para alojar a los hombres de negocios, a los convencionalistas, pero también sirven para los vacacionistas.

Por regla general, los turistas se alojan en función de sus recursos económicos disponibles. Los hoteles de altos precios satisfacen a los viajeros que buscan "lo mejor", pero también deben haber instalaciones para adultos y turistas jóvenes cuyas opciones de pago sean modestas y, para estos casos la oferta de hosterías, pensiones y establecimientos del tipo bed and breakfast, son más que convenientes.

Dentro de la oferta turística hotelera, deben considerarse las posibilidades de brindar a los viajeros diversas clases de instalaciones para el alojamiento, entre ellas, parques para acampar, estacionamientos de casas remolques, hoteles, marinas, hoteles de aeropuertos, hoteles de centros de juegos de azar y cabañas rústicas en reservas naturales.

Cuando se considera al turismo como sistema, la armonización de la oferta de alojamiento es imprescindible. Es de señalar que muchas áreas turísticas de éxito no requieren de grandes instalaciones hoteleras, de muchos pisos, acabados de lujo y de arquitectura modernista.

La propiedad de los centros de alojamiento se encuentra generalmente en manos del sector privado, de ahí que ninguno de ellos quiere tener habitaciones desocupadas, puesto que no suman en las utilidades del negocio.

Los propietarios de estos establecimientos tienen muy en cuenta los índices de desocupación anual, y nadie invertirá en nuevas habitaciones si no se tiene una expectativa real de que podrán ser utilizadas.

Pero para un turismo de éxito, las cantidades de alojamiento disponibles deben ser suficientes para atender a todos los viajeros que llegan a la región, de tal forma que la construcción de alojamientos es primordial e indispensable para todo destino turístico. Los hoteles varían mucho en la clase de instalaciones, servicios y precios, para diferentes expectativas y necesidades de los viajeros.

El cuadro a continuación muestra la oferta hotelera total de la región centroamericana y Panamá, en donde se aprecian significativas diferencias entre los países, indiscutiblemente en función de su calidad y reconocimiento como destino turístico.

Cuadro No. 5.

Oferta hotelera en Centroamérica. 1996.

País	Oferta total de habitaciones
El Salvador	1,564
Belice	2,913
Costa Rica	25,328
Guatemala	12,033
Honduras	10,022
Nicaragua	1,942
Panamá	7,699

Fuente: Turismo en El Salvador. El reto de la competitividad

Es innegable que el posicionamiento internacional de Costa Rica, Guatemala y Honduras como destinos turísticos, así como los recursos naturales, arqueológicos y culturales de que disponen, les han permitido identificarse en los mercados extranjeros como puntos valiosos de destino.

Panamá es un caso excepcional por ser un centro financiero internacional y una zona de comercio que gravita alrededor de la zona del canal. En cuanto a El Salvador es obvio que no cuenta con activos turísticos suficientes para venderse internacionalmente, lo que explica su menor oferta hotelera en relación con los demás países de la región.

La oferta hotelera tiene varias categorías, las que responden a la capacidad adquisitiva de los turistas y sus hábitos en cuanto al nivel de confort, higiene y facilidades de los centros de alojamiento. Podrían establecerse tres categorías básicas: de lujo o primera categoría, de clase turista y una tercera, de modestas condiciones, para los viajeros con escasos recursos.

Por ejemplo, los de primera categoría cuentan sus habitaciones con aire acondicionado, teléfonos, refrigeradora, televisión con cable, acceso a internet, caja fuerte, cerraduras con tarjetas electrónicas, servicio a las

habitaciones y muchas otras facilidades generales, tales como restaurantes y cafeterías de primera clase, ambientes lujosos, salones de espera y para recibo de visitas y otros más.

La clase turista es más modesta, pero mantiene varias de las facilidades anteriores pero sin lujo, y finalmente la tercera categoría, tiene varias características desde habitaciones con baño hasta lugares comunes para viajeros que escasamente pagan por un lugar para dormir.

A esta categoría pertenecen los llamados "mochileros", generalmente jóvenes que viajan sin ninguna expectativa de comodidades.

Para 1996, la oferta hotelera de primera categoría en San Salvador, comprendía 655 habitaciones agrupadas en tres hoteles: Camino Real, El Salvador y Presidente. De esta capacidad, la ocupación registrada alcanzaba un promedio de 65% en los tres establecimientos.

El cuadro a continuación muestra la situación de cada uno de ellos.

Cuadro No. 6.
Oferta de hoteles de primera clase en San Salvador.
1996

Hotel	Número de habitaciones	Ocupación (%)	Tarifa promedio (en dólares)
Camino Real	229	67.0	87.00
El Salvador	220	72.0	90.00
Presidente	206	55.0	78.00
	665		

Fuente: CORSATUR

Como un dato adicional se menciona que estas 655 habitaciones constituyen el 20% de la oferta total disponible de habitaciones del país, las que se estiman en un total de 1,564 habitaciones.

Para el mismo año de 1996, la oferta de hoteles de clase turista en San Salvador, corresponde al detalle siguiente:

Cuadro No. 7.
Oferta de hoteles de clase turista en San Salvador.
1996

Hotel	Número de habitaciones	Ocupación	Tarifa promedio
Alameda	106	40%	49.00 dólares
Terraza	80	65%	70.00 dólares
Novo	50	65%	50.00 dólares
Siesta	48	71%	65.00 dólares
Ramada Inn	19	77%	53.00 dólares
	303		

Fuente: Comité de Hoteles de El Salvador. 1996.

Si la suma de la oferta hotelera de primera categoría y turista es de 958 habitaciones, significa que hay 606 habitaciones para la tercera categoría, cuyo registro y modalidades difícilmente son controlados.

Sin embargo, es de hacer notar que para 1997, se efectuaban nuevas inversiones en establecimientos hoteleros, entre ellos el Hotel Mediterráneo Plaza o el Hotel Los Abetos. También han aparecido establecimientos que funcionan bajo la modalidad de "bed and breakfast" como el Kusicat, Escalón Plaza, Villa Antigua y Jerusalén.

Hay otro segmento de hoteles, clasificados como turísticos, ubicados en las playas y lagos más conocidos y visitados como la Costa del Sol y La Libertad, que se caracterizan por su limitada oferta de habitaciones y, además, por su escasa capacidad de absorción. Para el año de 1996, el Instituto Salvadoreño de Turismo, enlistó una serie de establecimientos hoteleros bajo la categoría de "hoteles turísticos", en el entendido de que se trata de instalaciones dedicadas al turismo vacacional. Ellos son:

Una información significativa y no muy alentadora es que el índice de ocupación hotelera de estos establecimientos apenas llega al 15%; lo que refleja muy sencillamente que el país no cuenta con un turismo vacacional de importancia.

Cuadro No. 8.
Hoteles de turismo en El Salvador.
1996

Hoteles de Lago y montaña	Número de habitaciones
Torremolinos	15
Del Lago	31
Casa de huéspedes Amaculco	7
Las Cabañas de Apaneca	7
Hotel de Montaña Cerro Verde	20
Hoteles de playa	Número de habitaciones
Izalco Cabaña Club	30
Hotel Tesoro Beach	120
Pacific Paradise	50
La Posada de Don Lito	20
Hotel Conchalío	23
El Malecón de Don Lito	15
Hotel Los Arcos	20
Hotel Pacífico	12
Suites Jaltepeque	32
Hotel Solimar	15
Hotel Oasis de Tasajera	6
Hotel Siesta	80
Hotel Playa Negra	10
Hotel Playa Negra	22
Las Cabañas de Don Lito	11
Costa del Sol	64
Bahía del Sol	18

Fuente: Estadísticas de turismo. Instituto Salvadoreño de Turismo. 1996.

Para cerrar este punto, y poder tener una visión de la realidad del turismo en el país y sus perspectivas futuras, conviene establecer las características y el perfil de los demandantes de habitaciones en los hoteles de la ciudad de San Salvador. Ello es importante para planificar

las acciones que se requiere tomar a nivel de las autoridades públicas y de la empresa privada con intereses en dicha actividad, para convertir al país en un destino turístico de mayor consistencia y estabilidad.

En primer lugar, los demandantes de habitaciones de hoteles de lujo y algunos de mediana categoría de la ciudad de San Salvador son, en su mayoría, hombres de negocios, mayores de 30 años, del sexo masculino, cuyo propósito de considerar el país como lugar de destino es simplemente en vías de realizar negocios con las empresas radicadas en el país.

En vista de que no tienen otro interés, el período de hospedaje es lógicamente de lunes a viernes, existiendo altos niveles de desocupación durante los períodos feriados como la Semana Santa y la Navidad. Su demanda de bienes turísticos generalmente se concentra en establecimientos de comida como los restaurantes de cierta calidad, necesarios para cerrar sus negocios y atender o ser atendidos por sus clientes. Los hoteles y cafeterías de los hoteles son utilizados frecuentemente para desayunar y cenar.

Los altos ejecutivos de grandes empresas extranjeras y compañías multinacionales se inclinan por los hoteles de lujo, por regla general, son norteamericanos, europeos y asiáticos. Para estos, el precio de los servicios no tiene importancia en sus decisiones, puesto que sus gastos son cubiertos por las empresas para las que trabajan.

Por otra parte, dentro de otro esquema de consumo, los gerentes y cuadros medios de empresas de procedencia centroamericana y de algunos países de América Latina, se inclinan por hoteles y restaurantes de mediana categoría.

Para estos visitantes, los precios tienen una importancia a la hora de decidir sus condiciones de estancia, pese a que sus gastos deben ser cubiertos por sus empresas. Indiscutiblemente el presupuesto de gastos debe ser inferior al de sus colegas de empresas más ricas.

6.4 Los servicios complementarios.

El transporte.

Las facilidades para movilizarse internamente son indispensables para proporcionar a los turistas la oportunidad de desplazarse hacia los lugares de interés. Todos los factores relacionados con el transporte deben ser considerados en un programa de desarrollo del turismo. Es preciso contar con todos los servicios de autobuses, taxis y limusinas desde los lugares de alojamiento a las terminales de ingreso y partida, en forma adecuada y económica.

El turismo moderno utiliza los aviones como un medio masivo de transporte, las compañías aéreas suponen movilizar a millones de personas que viajan diariamente por todo el mundo. El transporte aéreo debe tener la capacidad suficiente para satisfacer toda su demanda, en tiempo y oportunidades adecuadas. La frecuencia de los vuelos, los destinos, las conexiones, así como el tamaño y el tipo de aeronaves tienen una considerable importancia.

El servicio aéreo debe procurar colocar con comodidad y rapidez a los viajeros desde su lugar de origen a sus puntos de destino. Por tal razón, las instalaciones aeroportuarias deben ser adecuadas, con todas las comodidades y opciones para el viajero, seguras y limpias, con áreas y espacios para la carga y descarga de pasajeros, para la espera de conexiones y para descanso y compras. Los modernos diseños de los aeropuertos, especialmente los grandes aeropuertos de las ciudades de los países industrializados, buscan reducir las complicaciones y las distancias que tiene que recorrer el viajero.

En nuestro país, la opción de visitar los lugares de mayor atractivo para los visitantes extranjeros se hace por transporte automovilístico, dada la pequeñez de nuestro territorio y el relativo buen estado de las carreteras hacia los lugares más representativos de la oferta turística; sin embargo, existen muchos otros atractivos que se encuentran prácticamente en estado primitivo y, además, la accesibilidad de los caminos y carreteras deja mucho que desear.

Los medios mayormente disponibles para visitar el país son principalmente: los autobuses, el alquiler de automóviles y los operadores de turismo.

6.4.1 Las rutas de autobuses.

La modalidad de autobuses internacionales para comunicarse por carretera con otros países es un factor favorable para el movimiento de turistas entre el país y los demás países de la región centroamericana y México. Con el vecino país de Guatemala se movilizan varias empresas, tanto nacionales como guatemaltecas.

Las empresas guatemaltecas más reconocidas son: Melba, Pezzarosi, Galgos y Vencedora, que ofrecen servicios para clientes poco exigentes y de escasas posibilidades económicas. Este sistema tiene varios viajes al día, desde las 6 de la mañana hasta las 4 de la tarde, cobrando precios reducidos de hasta 8 dólares por persona. Por regla general, los autobuses son viejos, sucios, incómodos y reciben un mal mantenimiento, muchos de ellos tienen más de veinte años de circulación, son ruidosos y por supuesto, carecen de aire acondicionado.

La clientela del servicio son guatemaltecos y salvadoreños, especialmente pequeños comerciantes y buhoneros, que se desplazan de un país a otro. En estos vehículos el viaje dura más de seis horas, pues frecuentemente van haciendo paradas en el camino, son inseguros y los viajeros están expuestos a las fechorías de los ladrones y maleantes que han elegido estas rutas para sus actividades. Sin duda alguna, esta clase de transporte no es apto para los turistas internacionales, excepto para aquellos que viajan con muy poco dinero.

Hay en el mercado otras empresas, una de ellas es la empresa Comfort, de capital guatemalteco, que ofrece superiores condiciones para el transporte de pasajeros. Sus autobuses son modernos, rápidos, tienen aire acondicionado, asientos reclinables y están provistos de videos y servicios sanitarios.

El tiempo de viaje es de menos de cinco horas, puesto que no hacen paradas en el trayecto. Las frecuencias de salida es de dos viajes por día y sus precios son mayores de veinte dólares por persona y por viaje. La otra empresa, de una superior categoría a la de Comfort, se llama King Quality, y dispone de buses más modernos y espaciosos, almuerzos y la asistencia de una azafata. Naturalmente sus precios son más altos que los de su competidora Comfort.

Sin embargo, sobre todas las anteriores, un nuevo servicio es ofrecido por la empresa Pullmantur, de capital salvadoreño, cuyo objetivo es brindar el mejor servicio al viajero internacional. Cuenta con azafatas bilingües, autobuses modernos, confortables, con aire acondicionado, video y servicios sanitarios. Los boletos se pueden comprar en los hoteles de primera clase de las ciudades de Guatemala y El Salvador, saliendo dichos viajes de los hoteles mismos. Se ofrece el servicio como una alternativa más económica y cómoda para viajar entre Guatemala y El Salvador, con respecto a los viajes en avión.

Para viajar por autobús hacia la ciudad de Tegucigalpa, la capital de Honduras, es la empresa Cruceros del Golfo, la única línea disponible. La calidad de los servicios deja mucho que desear para los viajeros internacionales, ya que no reúnen las condiciones mínimas para atender a los turistas extranjeros. Su mercado es mayormente viajeros nacionales de bajos ingresos, y por ello no hay ningún objetivo para mejorar la calidad del servicio. Los autobuses son viejos, mal mantenidos, incómodos y sucios. Las tarifas son bajas, de aproximadamente 15 dólares por viaje, tienen una frecuencia de dos veces al día y cubren su trayecto en un tiempo mayor a las siete horas.

Los viajes a Nicaragua y Costa Rica, se hacen igualmente en condiciones nada agradables. La empresa que ofrece este servicio se llama Tica Bus, con un trayecto superior a las diez horas y una tarifa mayor a los treinta y cinco dólares por persona y por viaje. Los autobuses paran exclusivamente para que los pasajeros puedan comer y atender sus necesidades de servicios sanitarios. Tiene una flota de

buses viejos e incómodos, en la que solamente algunos poseen televisión y aire acondicionado.

Para viajar entre los departamentos del país, se encuentran registradas aproximadamente treinta y una líneas de autobuses, que tienen su sede en la ciudad de San Salvador. Todas son empresas privadas, algunas agrupadas bajo formas de asociaciones cooperativas u otras. Desde la óptica de un viajero internacional el servicio es malo y lleno de incomodidades.

La movilización en autobús en la ciudad de San Salvador, igualmente es deficiente, y deja mucho que desear para el transporte de personas nacionales y extranjeras. El servicio interno en la ciudad es de más de 3,000 unidades en circulación, que moviliza más de 150,000 usuarios al día.

Este servicio está orientado a un mercado local de bajos ingresos, es incómodo y sucio, cuenta con una abundante flota de autobuses viejos y mal reparados, con un alto nivel de inseguridad. Pero actualmente, la situación más grave es el nivel de violencia que diariamente se vive en estas líneas, ocasionada por peligrosas bandas de delincuentes, por lo que en absoluto se recomienda para uso de turistas extranjeros.

6.4.2 La renta de automóviles.

Cifras proporcionadas por empresarios de este sector estiman que existen aproximadamente treinta empresas dedicadas a esta actividad. De estas, solamente doce, las más importantes, son miembros de la Asociación Salvadoreña de Renta de Automóviles (ASRA). Por otra parte, una gran mayoría de ellas no se encuentran inscritas en el registro de empresas turísticas que lleva la institución gubernamental responsable del turismo en el país.¹⁴⁰

Muchas de estas empresas están concentradas en la ciudad de San Salvador, sus oficinas principales están en la ciudad, pero se mantienen

¹⁴⁰ Según información al respecto solamente están inscritas 18.

algunos puntos de contacto con los viajeros en el aeropuerto y los principales hoteles de San Salvador.

Según ASRA, la flota de autos disponibles es de aproximadamente 500, cifra que parece estar sobreestimada, puesto que la demanda de este medio de movilización no parece ser muy común. Sin embargo, la presencia de sucursales de empresas transnacionales: Hertz, Avis y Budget, son una confirmación de que existe alguna demanda para esta modalidad.

Los segmentos del mercado que utilizan esta forma de transporte son básicamente dos: los hombres de negocios y el llamado "turismo étnico", pero el resto de viajeros se mueven en medios de transporte más convencionales. Las tarifas por el alquiler de automóviles oscilan entre 25 a 100 dólares por día, dependiendo de la clase de vehículo, marca y año.

Una empresa, Tropical Car Rental ofrece un servicio que se considera único en nuestro medio, orientado hacia el turismo de aventura, por lo que han establecido un paquete integral por medio del cual le facilitan al turista los itinerarios, reservaciones, un vehículo todo terreno y su conductor, si fuere necesario.

Pero todas las empresas se encuentran actualmente en una fase recesiva, además de que las personas que demandan estos servicios son escasas. Muchas de las empresas, especialmente las grandes, se han visto obligadas a reducir sus cuotas a la mitad. No se disponen de cifras al respecto, pero pareciera ser cierto que las ventas de estas empresas se han visto reducidas considerablemente.

También las empresas deben hacer frente a los altos costos de mantenimiento y a los igualmente elevados costos de las reparaciones de los vehículos. En lo que respecta a los siniestros sufridos por los vehículos durante los períodos de alquiler, es preciso mencionar que son muy pocas las empresas que tienen sus flotas aseguradas, lo que significa hacer frente a gastos adicionales cuando se producen estos eventos.

En el campo de la responsabilidad legal, las leyes de tránsito de nuestro país establecen la detención legal en el caso de accidentes que incurran en daños a personas, y más de algún turista ha sido arrestado y llevado a prisión; situación que no es nada agradable para ellos, además que puede significar gastos considerables.

Las empresas de este sector se quejan de que no tienen facilidades de "leasing" o créditos blandos en el sistema bancario, así como no cuentan con líneas especiales de crédito de la banca de fomento como el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), así como de alguna clase de incentivos fiscales.

Aquí hay una situación conflictiva de difícil solución: en primer lugar, los parques de vehículos de las empresas dedicadas a esta actividad dejan mucho que desear: son anticuados, obsoletos y están en mal estado, por lo que el servicio al cliente es deficiente, caro y de baja calidad. Tampoco existen interrelaciones entre los hoteles y los operadores de turismo, por lo que no se puede esperar que se puedan ofrecer paquetes más integrales y completos.

En resumen, por parte de las empresas cabe señalar la presencia de altos costos de operación, riesgos de siniestros, baja calidad de los vehículos, precios elevados de repuestos y reparaciones, así como la carencia de financiamiento para mejorar las flotas; y además se debe agregar las deficientes carreteras y su mala señalización, las altas probabilidades de que ocurran siniestros y el peligro de exponer a los turistas a los inconvenientes del sistema legal.

6.4.3 Taxis.

Algunas estimaciones bastante gruesas sobre el parque vehicular de taxis calculan que circulan en San Salvador más de 5,000 taxis, así como una cantidad desconocida de los llamados "taxis piratas. El deficiente control ejercido por el Viceministerio de Transporte, ente contralor de todo el sector, es responsable de que no se tenga ni la más mínima idea de la cantidad de vehículos que se dedican a estas actividades, las condiciones en que se presta el servicio, las

irregularidades que se cometen, los precios que cobran y otros muchos aspectos más.

Por otra parte, los conductores no están identificados, ninguno porta carné de identidad ni registro de los vehículos. Se ignora completamente si los conductores de taxis son idóneos para este trabajo, en el que se juega la seguridad de los pasajeros, además, los vehículos no obedecen a ninguna reglamentación y el transporte en los mismos es propenso a cualquier hecho delictivo.

Hace muchos años se intentó establecer el sistema de "taxímetros" para ordenar el cobro de los servicios pero esta iniciativa fracasó, y actualmente las tarifas se pactan dependiendo de las distancias a recorrer, el tiempo de utilización del servicio y la ingenuidad del pasajero. Esto significa que, en estas situaciones, los turistas son presa fácil de los abusos.

Por regla general, los taxistas trabajan en forma independiente, sin embargo, hay algunas organizaciones cooperativas que intentan establecer alguna seriedad a esta actividad. De estas las más importantes son:

i) ACACYA

Tiene una flota de 60 vehículos, presta exclusivamente sus servicios en el aeropuerto internacional y el Hotel Camino Real. Cuenta con personal profesional, serio, disciplinado y con alguna capacidad para comunicarse con los clientes que hablan inglés. Los vehículos son bastante modernos y la mayoría dispone de aire acondicionado.

ii) ACONTAXIS

Son 37 unidades, que son de servicio exclusivo del Hotel Presidente. Las unidades en servicio son de 1989, por lo que se requiere una renovación de las mismas. Parece que de ellas solamente el 25% tiene aire acondicionado.

iii) DOS PINOS

Es una cooperativa que cuenta con 20 vehículos; su base de operaciones está cerca de la Plaza del Salvador del Mundo, en la colonia Escalón. La flota de automóviles es bastante antigua, para el caso solamente tres vehículos tienen aire acondicionado.

iv) Para el Hotel El Salvador trabaja una empresa de taxis perteneciente a una familia Payés. Igualmente la flota de vehículos es bastante antigua.

En resumen, salvo contadas excepciones, el servicio de taxis no satisface las exigencias de los turistas extranjeros. No hay garantías de seguridad y calidad para los usuarios. El servicio es desordenado, deficiente, inseguro y caro, aun para los usuarios nacionales. El mal estado de los vehículos es evidente, tampoco cuentan con seguro para riesgos o daños a terceros, la mala educación y las pésimas conductas de los conductores es proverbial. Son muy pocos los vehículos que cuentan con aire acondicionado y que reciben un buen mantenimiento.

6.5 La oferta de alimentos.

La oferta de alimentos está constituida por toda una cadena de restaurantes, negocios de comida rápida y a la vista, medianos y pequeños negocios de comida nacional o especializada, comedores, así como de centros y sitios turísticos de cocina nacional.

En la ciudad de San Salvador, hay una tradición de restaurantes de comida internacional, tanto para el turismo extranjero como para una clase social local, exigente y muy habituada a visitar con frecuencia estos locales.

Los restaurantes de primera categoría gozan de una excelente ambientación, refinados platos de la cocina internacional, licores y vinos, y un servicio de primera clase.

Los propietarios de restaurantes consideran que la demanda local es exigente, además de que existe una costumbre definida entre los sectores de las altas clases sociales de comer regularmente en esos sitios. También se hace por motivos de trabajo y se invita a los clientes de las empresas a las que pertenecen.

Los hombres de negocios regularmente se reúnen en los restaurantes de los hoteles o en los restaurantes de primera categoría, tales como Paradise, El Bodegón, Basilea, Chela´s, LeMar.

Cada año, nuevos restaurantes intentan introducirse en este selecto grupo, en el que algunos se quedan y otros se retiran, en la medida que no tiene la capacidad para competir.

Por otra parte, los requerimientos de inversión para ingresar en estos negocios es muy elevada, casi prohibitivo; pues no solamente se requiere equipos de alta calidad, sino que es necesario agregar altos costos de operación, publicidad y promociones.

También hay una gran cantidad de restaurantes de menor categoría, accesibles a turistas de menores ingresos y exigencias, que también son frecuentados por el mercado nacional.

Dentro de esta categoría habría que incluir a las cadenas transnacionales de restaurantes como Pizza Hut, Wendys, Pollo Campero, Biggest, Tony´s Roma y muchos más. Los restaurantes de comida rápida han crecido y se han expandido vertiginosamente en los últimos años, pero su mercado es mayoritariamente local.

Otros restaurantes se quejan de una reducción en la demanda como resultado de la recesión obligada por la crisis mundial de la economía, a pesar de que sus efectos recién empiezan a llegar al país.

Hay una tercera categoría de negocios de comida, que sin embargo, recibe muchos turistas, especialmente los que están interesados en acercarse a la comida popular y tradicional. Los más importantes son las

ventas de pupusas,¹⁴¹ el plato típico más tradicional, que se vende prácticamente en todos los lugares de la república.

A pesar de que es un importante sector de actividad económica, los controles de salud sobre los alimentos son prácticamente nulos. Los problemas más graves se dan a nivel de la comida popular y los centros de comida de bajos precios, cuya falta de higiene básica es evidente. Esta clase de alimentos son, por regla general, indigestos y peligrosos focos de infección para los estómagos de los turistas.

Algunos propietarios de restaurantes consideran que, por la falta de otra clase de diversiones, la opción de salir a comer fuera es una frecuente costumbre de las familias de altos y medianos ingresos. Las familias de bajos ingresos acuden en forma habitual a los lugares de ventas de comidas populares.

En las zonas de atractivos turísticos, la situación es compleja y variada. Hay algunos, pero muy escasos restaurantes que pueden atender a turistas extranjeros y a las clases sociales de altos ingresos.

Luego, hay una gran cantidad de negocios de categoría media y popular, por ejemplo, en el puerto de La Libertad se cuentan con los dedos los restaurantes a la altura del mercado extranjero. Igualmente puede señalarse de lugares como Apaneca, Suchitoto y la llamada Ruta de las Flores.

En cuanto a los insumos para la oferta de los alimentos, los grandes restaurantes no parecen tener problemas en obtenerlos, al final de cuentas, la exigente clientela no tiene problema en pagar los altos precios del servicio. Las grandes cadenas internacionales importan, por regla general, todos sus insumos y su clientela es ajena al precio que se paga por ellos. Sin duda, la calidad de los alimentos fluctúa con la clase de negocios y los precios de los restaurantes.

¹⁴¹ Comida típica hecha a base de maíz, y que consiste en dos capas redondas de masa, que llevan en medio algún ingrediente como queso, chicharrón de cerdo, frijoles y otros.

La calidad de los restaurantes de primera categoría, de las cadenas internacionales, de los restaurantes de los hoteles y de muchos negocios de comida de medianos empresarios satisface las exigencias de los turistas internacionales, y se encuentran aptos para atenderlos. Reúnen además requisitos de higiene, buen servicio y un escogido menú de cocina internacional.

Toda la industria turística carece de recursos humanos calificados y especializados, sin embargo, en los últimos años se han visto algunas iniciativas para preparar recursos capacitados, en la medida que el turismo se convirtió nuevamente en una opción de desarrollo. En el campo general de la hostelería, el Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA), es una institución que hace y ha hecho esfuerzos para preparar especialistas en cocina, bar tender, arreglo de habitaciones, empleados de mostrador y servicios de restaurantes.

Recientemente han aparecido algunas escuelas para preparar chef de cocina, con vínculos con otras escuelas internacionales, cuyos altos costos impiden el acceso de jóvenes que pudieran tener interés en esta actividad.

Debido a que los precios de estas escuelas limitan el acceso a una pequeña elite, el crecimiento y expansión de estas escuelas ha sido en extremo limitado. Por lo tanto, es el ITCA el centro educativo que continúa manteniendo un papel predominante, además de desarrollar una excelente labor.

También se tiene la modalidad de que los empresarios de restaurantes formen y entrenen a sus propios empleados y, por tal motivo, existe la tendencia de contratar gente muy joven, sin experiencia y con muy bajas remuneraciones.

En resumen, hay una significativa diversidad en la oferta de restaurantes que permite una amplia presentación de opciones para sus demandantes, la que se encuentra concentrada en la ciudad de San Salvador, pero en los centros turísticos la oferta es escasa y, en

términos generales, de mala calidad, lo que constituye un factor adverso para la atención del turismo extranjero.

Asimismo, cabe mencionar los deficientes controles de salubridad y el descuido en la preparación y promoción de la comida típica, así como su ausencia como parte del menú de los restaurantes de primera clase.

6.6 Las atracciones turísticas naturales.

Denominamos así al conjunto de puntos de interés, sean estos naturales, culturales, arqueológicos y antropológicos, que constituyen una motivación para un visitante extranjero.

Esta categoría es un aspecto fundamental de la oferta, comprende todos los recursos naturales de que se dispone para uso y placer de los visitantes.

Están incluidos aquí el aire y el clima, el paisaje y los accidentes geográficos, el terreno, la flora y la fauna, las playas, las bellezas naturales, así como el abastecimiento de agua potable, usos sanitarios y facilidades similares.

La diversidad en las formas de utilización de estos recursos puede garantizar una demanda más permanente y estable. En los países tropicales como el nuestro, en donde el clima no tiene los altibajos tan radicales que se dan a consecuencia de las estaciones, es posible disfrutar del sol por muchos más días durante el año.

A continuación, se ofrece un esquema de clasificación de los atractivos turísticos que El Salvador tiene, como ejemplo de un inventario necesario para planificar hacia el futuro toda una política de obras de infraestructura y promoción, que potencie la posibilidad de poner en condiciones viables la utilización de nuestras atracciones turísticas para el mercado nacional e internacional.

Las actuales atracciones turísticas del país pueden clasificarse así:

1	2
De arena y sol	Villas y pueblos
<p>a) Playas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estero de Jaltepeque • Costa del sol • El Espino • El Cuco • El Tamarindo • Puerto de La Libertad <p>b) Lagos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coatepeque • Ilopango • Güija 	<ul style="list-style-type: none"> • Ataco • Apaneca • Juayúa • La Palma • Panchimalco

3	4
Vestigios arqueológicos	Áreas naturales protegidas
<ul style="list-style-type: none"> • Tazumal • San Andrés • Joya de Cerén 	<ul style="list-style-type: none"> • Parque Nacional Montecristo • Parque Nacional El Imposible • El Jocotal • Santa Clara

5
Sitios de artesanías
<ul style="list-style-type: none"> • La Palma (departamento de Chalatenango) • Ilobasco (departamento de Cabañas) • Nahuizalco (departamento de Sonsonate) • Tenancingo

En el país, se han identificado 125 zonas naturales con potencial para integrar un sistema nacional (SISAP).¹⁴² De estas áreas, ocho pertenecen al Estado, siete son de propiedad de los municipios, diez son del sector privado y cien están en manos de cooperativas del sector agrario. En total, cubren en hectáreas apenas un 2% del territorio nacional. De todos estos sitios, solamente los cuatro arriba mencionados cuentan con un decreto legislativo que los califica como áreas protegidas, amparadas de cualquier depredación de las que puedan ser objeto.

La productividad de los recursos naturales en el turismo depende significativamente de la aplicación del trabajo y de su administración. Las áreas de los recursos naturales, por ejemplo, su vegetación y sus playas, se verán afectados si no se regula la intensidad en su uso.

Es necesario sostener la calidad de los recursos naturales para mantener una demanda turística en el tiempo, no debe desconocerse que la pérdida de la calidad incidirá en una reducción de la demanda turística futura. De hecho, el turismo es muy sensible a la calidad de los recursos naturales y el uso intensivo que reciban, y solamente que se preserve la calidad superior del recurso se evitará una depreciación de la demanda. En este sentido, la planificación adecuada en la magnitud del uso y en la preservación de su belleza y calidad, contribuirán a conservar la calidad, tanto para el presente como para el futuro.

¹⁴² Sistema Salvadoreño de Áreas Protegidas.

Capítulo VII

La estrategia del período 2004-2008

7.1 El plan 2014

La creación del Ministerio de Turismo en el año 2004, fue un compromiso del Plan Nacional de Turismo 2014, en el que se plantea la posibilidad de que el turismo se convierta en el motor del desarrollo económico y social del país. En la misma forma en que ya se había considerado treinta años atrás, se desea colocar la actividad turística como una de las más importantes fuentes generadoras de divisas.

Se estima que en el presente, el turismo genera una mayor magnitud de divisas que las generadas por otros rubros de exportación, como las del café, azúcar y camarón, que han sido durante muchos años nuestros rubros tradicionales de exportación. Se llega a especular que para el año 2014, la generación de divisas por el turismo podría alcanzar una meta del 7% del PIB.

El 18 de enero de 2004, entró en vigencia la Ley de Turismo, siendo su principal objetivo el fomento de las inversiones nacionales y extranjeras, tanto en infraestructura como en servicios turísticos. Con base en ella se creó el Ministerio de Turismo, como principal institución del sector, responsable de administrar y proyectar las futuras actividades turísticas del país; dicha ley igualmente pretende contribuir a fomentar y vender la imagen e identidad del país como destino turístico.

A su vez se complementa con la Ley de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), especialmente en lo que respecta a la creación y control del Registro Nacional de Turismo. También el Ministerio de Turismo asumió la coordinación de las dos instituciones que, a nivel nacional, estaban encargadas de las actividades de este sector: el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), ya citada.

En relación con el Plan de Turismo 2014, para trabajar con alguna seriedad y consistencia, se elaboró una estrategia nacional a partir de cinco ejes básicos:

- a) Impulso al turismo como política de Estado,
- b) Desarrollo del destino turístico,
- c) Promoción y mercadeo turístico,
- d) Apoyo a la competitividad turística y
- e) Facilitación turística.

Sectorialmente, tanto el ISTU como CORSATUR, que habían desempeñado un papel en el pasado y continuaban teniendo sus responsabilidades institucionales, se las dejó atinadamente con las funciones que tenían.

Desde los años de 1970, el ISTU desempeñó un papel significativo en el desarrollo, promoción y administración de los llamados "turicentros", hoy parques recreativos, que fueron orientados a la promoción del turismo interno y la recreación familiar, especialmente de las familias de más bajos ingresos.

Estas instalaciones son fundamentales dentro de la política de recreación social del país, en el sentido de que las familias salvadoreñas disponen de lugares de esparcimiento con muchas comodidades, para disfrutar en los días de descanso.

Conviene señalar el alto contenido socio-antropológico de esta iniciativa, que sin lugar a dudas respondió, en la época en que empezaron a construirse, en una visionaria y avanzada política social de los gobiernos de ese período. Por tal razón, la función del ISTU en este esquema es promover el turismo nacional y la recreación familiar brindando un eficiente servicio y de calidad en los parques recreativos.

Por otra parte CORSATUR, de creación más reciente, tiene como objetivos la organización y asesoría para la asistencia a ferias y eventos internacionales de promoción turística, conjuntamente con el sector privado. La óptica institucional de esta institución se encamina hacia la promoción internacional del turismo, atendiendo al mismo tiempo aquellas actividades internas que hagan más probable la venta del país en los mercados turísticos extranjeros.

En tal sentido, las actividades a ser desarrolladas por CORSATUR son las que se detallan a continuación:

- a. La representatividad sectorial en el ámbito y actividades turísticas,
- b. Posicionar al país como destino turístico mundial,
- c. Promover nuevos productos turísticos,
- d. Rescatar y conservar el patrimonio nacional,
- e. Difundir y proyectar la cultura y la conciencia turística y ecológica,
- f. Fomentar el turismo interno y
- g. Promover y apoyar la realización de proyectos que mejoren y amplíen la infraestructura y oferta turística del país.

Muchos años atrás, en el área del sector privado, hubo iniciativas de participar gremialmente en el desarrollo del turismo, valorando en aquel tiempo las potencialidades que podían explotarse de un flujo mayor de visitantes extranjeros.

La primera de ellas fue el Buró de Convenciones y Visitantes de El Salvador,¹⁴³ que data de agosto de 1973. Esta agrupación fue fundada por un grupo de hombres de negocios para servir de apoyo para estimular el turismo de convenciones, congresos, reuniones y otro tipo de eventos nacionales e internacionales. Igualmente se les puede

143 Inicialmente se llamó Buró de Convenciones y Visitantes de la Ciudad de San Salvador.

atribuir la iniciativa de vender la región centroamericana en el proyecto que se llamó “la Ruta Maya”.¹⁴⁴

Alrededor de esta organización se agruparon empresas del sector privado que atendían diversos sectores del área turística, por ejemplo: hoteles, organizadores profesionales de congresos, tour operadores, rentas de automóviles, restaurantes, líneas aéreas y artesanías, convencidos de que con el esfuerzo colectivo se podría incrementar el flujo de turistas al país.

También se fundó en 1978, otra organización que fue llamada CASATUR, como una entidad apolítica, no lucrativa ni religiosa, conformada por personas naturales y jurídicas, dedicadas a la explotación de actividades turísticas y afines. Ambas organizaciones se convirtieron en instituciones de apoyo al desarrollo del sector turístico.

A iniciativa del Ministerio de Turismo, se elaboró un Plan Nacional de Turismo 2014, que definió las nuevas estrategias para el sector para un período de aproximadamente seis años. En dicho Plan, se parte de un diagnóstico que identifica las fortalezas y debilidades de cada uno de los subsectores que conforman la actividad turística, a efecto de configurar líneas específicas de acción para que fueran trabajadas en el período establecido.

En una visión de carácter regional, con una modalidad competitiva, se comienza por identificar los nichos de mercado que tienen los demás países centroamericanos y lo que constituye su fortaleza global en los mercados turísticos.

144 En esos años, las autoridades de turismo de Centroamérica habían detectado la escasa duración de la estadía de los visitantes extranjeros en cada uno de los países de la región, un promedio de 2.5 días por país. Esta situación era consecuencia de los escasos atractivos turísticos de los países de la región para mantener ocupado al turista. Por esta razón, se empezó a pensar en integrar los atractivos a nivel regional, de tal forma que un turista pudiera visitar varios países en su viaje. Este fue el inicio de la Ruta Maya como una iniciativa para llevar a los turistas a conocer las diferentes expresiones arqueológicas que se encuentran diseminadas por la región centroamericana.

El cuadro a continuación, detalla estas fortalezas en forma específica.

Cuadro No. 9

Fortalezas en el mercado turístico de los países centroamericanos.¹⁴⁵

País	Nicho de mercado
Costa Rica	1. Ecoturismo/aventura 2. Sol y Playa 3. Surf
Guatemala	1. Arqueológico/Cultural 2. Ecoturismo/aventura 3. Idiomático
Honduras	1. Arqueológico/Cultural 2. Sol y Playa 3. Ecoturismo/aventura
Nicaragua	1. Sol y Playa 2. Ecoturismo/aventura 3. Cultura
Panamá	1. Negocios 2. Compras

Como es posible observar en el cuadro anterior, a excepción de Panamá, los nichos de mercado de los diferentes países centroamericanos son los mismos, con diferentes ponderaciones en cada uno de ellos.

En Guatemala, los atractivos arqueológico-culturales tienen mayor peso, gracias a sus atractivos arqueológicos e históricos como Tikal y Antigua Guatemala; pero en Nicaragua, los recursos de sol y playa de sus impresionantes costas en el Atlántico, así como los complejos hoteleros construidos en ellos, garantizan un mercado con considerables ventajas.

Lo mismo puede decirse de Costa Rica en el campo del ecoturismo y, recientemente, en el desarrollo del deporte marítimo del surf. Honduras igualmente tiene un rico patrimonio histórico-cultural, entre los que se cuentan las ruinas arqueológicas de Copán.

¹⁴⁵ Tomado del Plan Nacional de Turismo 2014. El Salvador.

Por su parte, El Salvador no cuenta con un nicho de mercado definido y competitivo. Desde los años setenta se consideró que solamente los recursos de sol y playa tenían una opción valedera en el mercado, pero requerían de un previo desarrollo de la infraestructura y de construcciones adecuadas para recibir un flujo de turistas extranjeros en forma permanente.

El Plan en cuestión, menciona sin mucha definición, que la singularidad del país es su posición estratégica en la región, “variados y ricos recursos próximos y accesibles en un espacio geográfico reducido”,¹⁴⁶ y se mencionan como apoyos fundamentales la existencia de un aeropuerto internacional y el hub de TACA, ambos de dudosa aceptación como tales.

En otro cuadro, referente a la llegada de turistas a la región centroamericana, se ofrecieron las cifras a continuación:

Cuadro No. 10

Distribución de llegadas turísticas en la región centroamericana.
Año 2004

País de destino	Llegadas
Belice	230,848
Costa Rica	1,437.098
El Salvador	966,416
Guatemala	1,181.526
Honduras	672,103
Nicaragua	614,782
Panamá	621,304
Total	5,724.077

Fuente: Plan Nacional de Turismo 2014. El Salvador.

146 Plan Nacional de Turismo 2014. El Salvador.

Es posible observar que nuestro país tiene el tercer lugar en la recepción de turistas de la región, después de Costa Rica y Guatemala, respectivamente.

Pese a que existen referencias de que gran parte de los visitantes extranjeros a El Salvador son hombres de negocios, es probable que algo podría hacerse para motivar a cambiar el motivo del viaje de negocios a vacaciones y placer, mediante las estrategias adecuadas.

Sin embargo, se requiere de un plan de acción y de mucho trabajo para modificar las circunstancias actuales del país y esto necesitará algún tiempo y, sobre todo, un plan de acción sistemático, coordinado y armónico con un amplio conjunto de estrategias, políticas y acciones, todas ellas integradas y coordinadas.

La visión del Plan 2014 es considerar que, para dicho año, el turismo en El Salvador estará consolidado como un instrumento del desarrollo económico y social, cuyos efectos serán de mucho beneficio para la sociedad en su conjunto, convirtiéndose en instrumentos para la dinamización de la economía y la creación de empleos.

Al posicionar el país como destino turístico, es indispensable fortalecer sus atractivos turísticos, especialmente tomando como base aquellos que pueden proporcionar una motivación para los visitantes extranjeros y nacionales, así como poseer una reconocida estabilidad política, social y económica.

Habría que preguntarse si, en estos momentos, el país tiene algún avance en los requisitos identificados, si son los adecuados y si se están siguiendo las estrategias y acciones adecuadas. Si la respuesta es negativa, el Plan 2014 se convierte en un documento vacío en contenido y en opciones líricas de escasa realización.

7.2 Los principios y criterios de la planificación.

El mencionado Plan 2014, formula como valores y principios del mismo algunos aspectos cuya pertinencia son indiscutibles, reflejando un marco adecuado para el desarrollo del sector, ellos son:

1. Sostenibilidad ambiental, social y económica,
2. Fomento del bienestar y satisfacción del turista,
3. Rentabilidad de la actividad turística,
4. Permanente adaptación a los cambios,
5. Defensa de la identidad y cultura salvadoreña,
6. Cooperación de los agentes públicos y privados,
7. Cualificación del capital humano y,
8. Aportación del turismo a la competitividad nacional.

También, se plantean algunos criterios que, igualmente, son satisfactorios para la potenciación del turismo en el país. Se mencionan en tal sentido los siguientes:

1. Desarrollo ordenado.
2. Singularidad.
3. Participación local.
4. Rendimiento socioeconómico.
5. Aportación agentes externos.
6. Innovación y profesionalización.
7. Mejora continua.

Solamente cabría hacer alguna referencia al criterio de singularidad que, como ya se ha visto, es muy difícil de establecer en una región en la que todos los países prácticamente compiten con la misma clase de recursos turísticos. Es difícil pero necesario reconocer que frente a la abundancia de recursos naturales de gran belleza de Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua, la competitividad de nuestro país es limitada, por lo que la diferencia solamente podría establecerse en lo que concierne a la infraestructura y equipamientos turísticos.

7.3 Valoración de los objetivos del Plan 2014.

Se establecieron tres clases de objetivos: los de la actividad turística, los de la demanda turística y los correspondientes a la oferta turística. Además se clasificaron a su vez en cuantitativos y cualitativos.

En lo que concierne a la actividad turística, los objetivos cuantitativos esperados para el año 2014, son incrementar la estadía promedio del turista en el territorio nacional de 6 días en el año 2005 a 7 días en el año 2014, y aumentar el gasto diario del turista de 91.6 dólares a 140.00 dólares en el mismo período. Igualmente se fijó como una meta cuantitativa elevar las llegadas turísticas de 1,154.386 en el año 2005 a 2.0 millones para el año 2014.

Los objetivos cualitativos enumerados son el crecimiento sostenido de la actividad turística, primar la mejora cualitativa de las llegadas turísticas respecto a las cuantitativas, incrementar la contribución del turismo al PIB de la nación y ubicar a El Salvador entre los tres principales destinos de Centroamérica.

Para la demanda turística, los objetivos cuantitativos perseguidos son, en síntesis, modificar la estructura de las motivaciones de los flujos turísticos que llegan al país, reduciendo del 78% al 65% los turistas que llegan por vacaciones y aumentar del 22% al 35%, el turismo de negocios y reuniones.

Por otra parte, se pretende reducir la estructura del turismo por lugar de procedencia, reduciendo del 70% al 45% los viajeros de origen centroamericano y aumentar del 24% al 40% el turismo norteamericano y del casi 1% al 10%, el turismo europeo. Cuando se analizan la situación y las características de la realidad salvadoreña, dichas metas parecen inconsecuentes y con un aparente desconocimiento de lo que significa cambiar en el ámbito social patrones de conducta conformados durante muchos años. Por otra parte, esta clase de modificaciones estructurales requieren de cuantiosas inversiones, tanto de infraestructura como de equipamientos turísticos, que el Estado y el sector privado están en condiciones de realizar.

La percepción anterior se confirma cuando se examinan los objetivos cualitativos de dicho Plan, que se expresan así:

- a) posicionar a El Salvador como primer destino de negocios y reuniones de la región centroamericana,
- b) incrementar el peso del turismo internacional en detrimento de las llegadas centroamericanas y
- c) definir y consolidar la notoriedad de la imagen de marca turística de El Salvador.

De nuevo, surge la pregunta sobre si los autores de esta planificación han considerado el monto de las inversiones necesarias y la factibilidad de modificar una estructura económica y social, de la noche a la mañana.

También, en el trasfondo, hay una evidente tendencia de favorecer el ingreso de turistas internacionales sacrificando al turismo regional e interno, posiblemente porque tiene menores capacidad de gastos, ignorando todas las opciones de actividad que puede ofrecer el turismo rural, el de las pequeñas micro y medianas empresas, el turismo étnico y el turismo que se desplaza de los vecinos países centroamericanos.

Pareciera que esta posición elitista, tiene como propósito favorecer a las grandes empresas hoteleras, las líneas aéreas y todas las demás empresas turísticas orientadas hacia mercados sofisticados.

Los objetivos propuestos para tener la oferta turística necesaria para estos nuevos flujos de visitantes extranjeros se concreta únicamente, según dicho Plan, en incrementar de 5,000 habitaciones disponibles del año 2004 a 12,000 habitaciones para el año 2014. De estas se supone la construcción de 200 nuevos establecimientos y, el 90% de ellos llamados "hoteles con encanto", con una capacidad media de 20 a 50 habitaciones.¹⁴⁷

Entre los objetivos cualitativos se señalan:

- a) aumentar la capacidad receptiva como destino turístico y proporcionar una oferta de servicios de calidad;
- b) fomentar las inversiones nacionales y extranjeras en el sector. Ligar incentivos fiscales a la materialización de al menos 1,000 inversiones en oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios;
- c) involucrar a los agentes públicos y privados en el desarrollo sostenible del sector promoviendo su participación coordinada y
- d) profesionalización y cualificación de los recursos humanos y creación de cultura turística en el país.

Con base en los supuestos señalados, el Plan propone una estrategia general que sugiere que se debe orientar el turismo hacia una especialización o concentración de productos, también se insiste en promover, en primer lugar, el turismo de reuniones o negocios y, en segundo lugar, el turismo vacacional. Por otra parte, propone trasladar la ventaja comparativa basada en los recursos a los productos de nicho y de los productos de nicho a la "experiencia turística única y singular".

¹⁴⁷ Valdría la pena definir con mucha precisión qué son "los hoteles con encanto" y cuáles serían las características que deben tener para atraer los nuevos flujos de turistas.

Finalmente, sugiere una estrategia comercial inspirada en la promoción de productos en lugar de territorios.

En síntesis, lo que se quiere plantear es convertir el turismo de reuniones como pivote para promocionar otras modalidades turísticas, entre ellas el turismo de sol y playa, el turismo de surf, el turismo de cruceros, el turismo de negocios, el turismo cultural, el turismo náutico y de pesca deportiva y el turismo de naturaleza.

El gráfico a continuación, ha sido tomado íntegramente del Plan 2014:



De nuevo, las inquietudes sobre las opciones reales de convertir a El Salvador en un centro de convenciones de un día para otro, continúa teniendo muchas dudas, especialmente porque en los años desde el 2005 a la fecha, de vigencia del Plan, los eventos de esa naturaleza han sido eventuales y no sistemáticos, como cabe esperar en una iniciativa que presuma tener éxito. Por otra parte, debe reconocerse que esta clase de turismo requiere de cuantiosas inversiones para crear atractivos

complementarios que el país no tiene y además, no se visualizan proyectos ni públicos ni privados, orientados en esa dirección.

Una propuesta de esta magnitud, está obligada a considerar los recursos materiales y financieros que los actores del sector deben invertir para garantizar el éxito del Plan.

7.4 La estrategia general.

Con mayor detalle, la estrategia general de turismo para el país destaca cuatro grandes aspectos:

- a) Competitividad sostenible y ordenada: identificación de polos de desarrollo turístico;
- b) Imagen, marca y posicionamiento turístico;
- c) Estrategia de integración en organizaciones regionales e internacionales;
- d) Articulación institucional, participativa y legal del turismo.

Cada uno de dichos aspectos implica la puesta en marcha de acciones necesarias, sin cuyo concurso no será posible lograr las expectativas esperadas. Se analizan a continuación, los requerimientos de cada aspecto.

En lo que respecta a la identificación de los polos de desarrollo turístico, se sugieren cuatro pasos específicos; ellos son: la elaboración de un marco normativo; un plan de ordenamiento turístico territorial que comprenda la identificación de los polos de desarrollo turístico; el predominio del principio de colaboración sobre el de competencia y la innovación y mejoramiento continuo de los productos y servicios turísticos.

En la década de los años 70, se realizó un estudio de la costa salvadoreña por la firma norteamericana Robert R. Nathan,

con el propósito de identificar los polos de desarrollo turístico potencial de los recursos de sol y playa que serían vendidos en los mercados internacionales.

La cuestión básica es que una vez identificadas las zonas propicias, se requiere elaborar un plan de desarrollo, muy concreto y detallado, que indique las inversiones en infraestructura y demás que deberán ser hechas para ponerlo en condiciones de mercaderarlo. Pero las inversiones son en extremo cuantiosas, difícilmente de realizarlas sin el liderazgo y participación del gobierno.

Por otra parte, dicho plan busca privilegiar al desarrollo económico y social como un todo, sobre la base de participaciones empresariales de toda magnitud, en el entendido que hay objetivos predominantes de intentar buscar en el desarrollo del turismo una opción de desarrollo económico y social. En este sentido, el marco normativo es imprescindible para establecer legalmente las reglas de juego, asimismo la innovación y mejoramiento de los productos y servicios son parte de una estrategia racional para mantener e incrementar la demanda efectiva del polo.

En lo que respecta a la imagen, marca y posicionamiento turístico, se busca definir una imagen de marca global para todo el país, que sea utilizado por los diferentes sectores de la sociedad. Esto constituye un punto central de la estrategia de mercadeo, pero hay que reconocer que es sumamente difícil autogenerarnos una imagen, una síntesis de lo que somos como país, que sea legítimamente aceptada y defendida.

En el pasado intentamos crearnos de una imagen como “el país de la sonrisa”, reconociendo el calor humano y la cordialidad del salvadoreño; pero igualmente, los adversarios políticos del sistema contrastaron la sonrisa como una mueca del hambre de un país sumido en condiciones de mucha pobreza. Posiblemente los países vecinos han tenido más éxito al crear su imagen, por ejemplo, Guatemala es el país de la eterna primavera y Honduras, recientemente, se vende como el país que lo tiene todo, en alusión a la diversidad de sus recursos: arqueológicos, culturales, de sol y playa, montaña, etc.

Sin lugar a dudas, la participación e integración en las organizaciones regionales e internacionales, no tiene discusión. Convergencia con el Plan Regional de Turismo centroamericano es más que conveniente. La región centroamericana es un territorio con profundos nexos históricos y culturales, cuyo futuro es mayormente factible en un proceso de integración.

Desde el período de la independencia, los intereses económicos y políticos han propiciado la división de las antiguas cinco provincias del Reino de Guatemala y, en los años recientes los intentos de lograr la integración de Centroamérica han sido obstaculizados por la miopía y los falsos nacionalismos creados por sectores políticos y poderosos sectores económicos. En el nivel internacional, la presencia de El Salvador en los foros especializados dedicados al turismo, es indiscutiblemente necesaria, constituyendo una oportunidad para hacer imagen y darnos a conocer internacionalmente.

Finalmente, la articulación institucional, participativa y legal del turismo, implica la existencia de un ente estatal de planificación, regulación, control y promoción, cuya responsabilidad recae en el Ministerio de Turismo. Esto significa reconocer y dejar al Estado el papel rector del sector. El hecho de que el turismo sea una opción de desarrollo económico y social privilegia y obliga al Estado salvadoreño a asumir el liderazgo y a regular, dirigir y promover las actividades turísticas en beneficio del desarrollo nacional.

En resumen, el Plan 2014 propone:¹⁴⁸

- 5 Objetivos,
- 4 Ámbitos de actuación,
- 19 Líneas estratégicas y,
- 51 Programas de acción.

148 Ver Anexo. Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador.

Con las propuestas señaladas anteriormente, el Plan propone convertir al país en un centro turístico para reuniones y convenciones. Podría aceptarse, pese a las limitaciones que en la realidad podrían aducirse actualmente, que es una línea de trabajo que podría tener algunos resultados en el tiempo. Un país que se promueva como centro de convenciones requiere tener atractivos complementarios que ofrecer al visitante y que le haga atractivo el viaje, más allá de las meras instalaciones para que se realice la convención. En los últimos años no puede decirse que El Salvador ha sido seleccionado sistemáticamente para esta clase de eventos, salvo algunos casos aislados.

Lo que un país necesita son decisiones estratégicas que le garanticen, con alguna certeza, que cuenta con los recursos y la infraestructura necesarias para atender un flujo de visitantes, con ciertas características y especificidades. La demanda turística examinará si los lugares a visitar y el costo del desplazamiento le proporciona la satisfacción necesaria para tomar una decisión. Si no se recibe lo que se espera, los mercados tienen diferentes modalidades para desacreditar el sitio, que pierde las esperanzas de mantenerse en las opciones de los turistas.

Pareciera ser que, sin desestimar lo que pueda hacerse para atraer turismo de convenciones, hay otras líneas de trabajo que extrañamente no han sido consideradas, las que en el corto y mediano plazo presentan por diferentes factores, una mayor viabilidad.

Con base en la realidad de nuestro país, si se analizan objetivamente las características de los flujos de turistas que espontáneamente se han recibido durante muchos años, cabría esperar que se hubiese tomado en cuenta la promoción del turismo regional, ya que tiene una considerable importancia no solo para El Salvador, sino para los demás países centroamericanos.

Por esto no extraña las masivas promociones publicitarias que tanto Guatemala como Honduras hacen en El Salvador, durante los períodos feriados, para que visiten dichos países. Lo mismo podría decirse del turismo étnico, considerando los miles de salvadoreños que residen en los Estados Unidos, y que desean visitar el país y sus familiares,

en condiciones económicas totalmente diferentes a las que tenían cuando migraron hacia el extranjero. Estos compatriotas, además de regresar a sus lugares natales, quieren redescubrir el país que abandonaron sin conocer, ahora con una prosperidad que les permite acceder a restaurantes y lugares de recreación que anteriormente les estuvieron negados.

Tampoco puede ignorarse en un planeamiento integral el fomento del turismo nacional o interno; que aunque tiene una menor capacidad de gasto sí puede contribuir a mantener la estabilidad de una gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, que obtienen de estos flujos de visitantes un medio de vida y una actividad que contribuye al desarrollo del país. No está de más reafirmar que el desarrollo económico y social de un país no se asienta solamente en las grandes empresas, sino que participan todas las categorías de actividad productiva, en la medida que prestan servicios, venden un producto y contribuyen a dar ocupación.

En las líneas de trabajo hay que considerar también el turismo ecológico, el de recursos naturales y el cultural, como posibilidades ciertas de que el turismo juegue su papel en una estrategia nacional de desarrollo. El turismo requiere de una malla de empresas, interrelaciones, actividades, facilidades y servicios que constituirán el fundamento para expandirse a los mercados internacionales.

Por de pronto, la primera pregunta que podría hacerse es, mientras los turistas extranjeros llegan: ¿sobre qué se sostiene la operatividad de las empresas y las personas vinculadas a ella? El turismo internacional no crece de la noche a la mañana, se requieren millonarias e intensas campañas para vender un país como un sitio turístico, pero igualmente se requieren millonarias inversiones y tiempo, para adecuar los atractivos a las expectativas de los turistas. Si no es posible comprender esto, el desarrollo turístico en El Salvador seguirá siendo una quimera.

Capítulo VIII

Planificación del turismo.

Para trabajar en el desarrollo turístico de un país o para fomentarlo, es necesario e indispensable realizar muchos y cuidadosos estudios, para luego volcarlos en un plan coherente e integral de desarrollo. Se tiene como cierto que el turismo provee a un país de sustanciales beneficios socioeconómicos y, por esta razón, muchos países, desarrollados y subdesarrollados, ven en estas actividades una oportunidad para lograr un crecimiento sostenido, una estable fuente de divisas y un instrumento de generación de empleo. Sin embargo, se requiere que el país cuente con una serie de condiciones previas, entre ellas, una combinación de atracciones naturales, paisajísticas, históricas, arqueológicas, culturales y climáticas.

El turismo no es tampoco una panacea para el desarrollo de un país, pues ciertamente tiene grandes ventajas pero igualmente tiene efectos y consecuencias perjudiciales. Conviene entonces hacer un recuento de las ventajas y desventajas conocidas del desarrollo del turismo, lo que avala la importancia de hacer una planificación cuidadosa.

Entre las ventajas que se desprenden del turismo se señalan:

1. Proporciona oportunidades de empleo, especialmente puede utilizar grandes contingentes de mano de obra no calificada.
2. Genera un ingreso importante de divisas.
3. Aumenta el ingreso.
4. Contribuye al incremento del Producto Nacional Bruto.

5. Incrementa los ingresos gubernamentales.
6. Contribuye a la diversificación de la economía.
7. Exige la construcción y mantenimiento de infraestructuras que estimularán el comercio y la industria local.
8. Contribuye a la protección y el mejoramiento ambiental.
9. Estimula el proceso de modernización de los países.
10. Fomenta la educación a nivel nacional, el nivel cultural de la población.
11. Reafirma la identidad nacional y los valores culturales propios.
12. Contribuye a la construcción de instalaciones turísticas y recreativas, aptas para el disfrute de nacionales y extranjeros.
13. Permite la creación de una imagen y concepto de país.

Por su parte, las desventajas reconocidas son las siguientes:

1. Crea un exceso de demanda.
2. Contribuye a la creación de un desarrollo desigual.
3. Los beneficios económicos pueden ser asignados en forma desigual.
4. Puede crear problemas de desajustes en las estructuras económicas.
5. Deforma el desarrollo económico y social.
6. Degrada la naturaleza y el ambiente.
7. Degrada la cultura y sus valores.
8. Crea problemas sociales: prostitución, delincuencia, juegos de azar, drogas.

9. Puede inducir a una vulnerabilidad en los aspectos económicos y políticos.
10. Produce generalmente procesos inflacionarios.
11. Genera especulaciones en los valores de la tierra y su utilización.

Los planteamientos anteriores permiten comprender que el turismo puede ser beneficioso, pero que estos beneficios igualmente pueden ser anulados por los problemas que igualmente se generan, si no se tiene la capacidad de controlarlos.

Se examina, a continuación con más detalle, algunas experiencias en este campo:

La explotación excesiva de los recursos naturales puede generar agotamiento y contaminación, por ejemplo, de la tierra y el agua. El mismo fenómeno puede darse a nivel humano, si se produce una alta concentración de personas en un mismo lugar.

Por otra parte, las concentraciones de personas en un sitio determinado implican congestionamiento de vehículos, escasez de estacionamientos, saturación de hoteles y servicios, así como la contracción y empequeñecimiento de la escala de los distritos históricos.

También es observable el desplazamiento de los negocios que sirven a la comunidad local y su sustitución por empresas de servicios turísticos que no mejoran sino que degradan la calidad de vida.

En el área urbanística, la construcción de instalaciones para turistas puede llevar a la destrucción del paisaje. La especulación sobre las tierras puede deformar el orden urbanístico, las construcciones se efectúan con base en rendimientos esperados del turismo, sacrificando normas básicas de protección del ambiente. En las actividades económicas es sumamente peligroso si las normas de comportamiento se basan exclusivamente sobre principios de beneficios y bajos costos, arrollando los principios y normas más aconsejables para el uso de las tierras.

Pero debe reconocerse que estos comportamientos y deformaciones no son realmente culpa del turismo en sí, sino del sistema y sus prácticas. La búsqueda de una óptima rentabilidad del capital genera prácticas destructivas, en la que muchas veces se ponen en riesgo los recursos, la calidad de la vida y la racionalidad de la economía global. El turismo es una fuerza económica y social que, debidamente explotada y comercializada, es capaz de producir significativos beneficios.

De nuevo, merece hacer mención que el turismo debe estar guiado por un plan de acción cuidadosamente planificado, en donde su valoración debe estar justificado por factores económicos como beneficios y costos, sino que igualmente deben ponderarse los principios de bienestar social, calidad de vida, protección de los recursos y la cultura, desarrollo educativo y social e igualdad de oportunidades para todos los actores económicos.

Los problemas sociales de los países pobres y subdesarrollados deben tener prioridad en un plan de desarrollo económico y social y, el turismo como parte de ese plan, debe contribuir a resolverlos, como los demás sectores de la economía. Si la planificación del turismo no apunta hacia esos propósitos, los efectos adversos coadyuvarán a hacer más profundos los problemas sociales.

8.1 El proceso de planificación.

Una planificación apropiada tiene en cuenta una gran diversidad de aspectos o temas, entre ellos los aspectos físicos, el ordenamiento legal, el papel de la economía y sus recursos, los problemas sociales, la protección ambiental, las modalidades de mercado y administración, las necesidades financieras y la promoción probable.

Se reconocen una serie de pasos, que son necesarios para realizar un adecuado proceso de planificación. Ellos son:

8.1.1 Definir el sistema.

Significa establecer con mucha precisión la escala del proyecto, su tamaño, el mercado hacia el cual va dirigido, el carácter y los propósitos del mismo.

8.1.2. Formulación de objetivos.

Los objetivos permiten establecer el concepto de desarrollo de la planificación, además deben ser específicos y concretos para evitar que el plan sea confuso o errático.

8.1.3. Recopilación de información.

Previamente al diseño del plan, se debe contar con todo un caudal de información y datos específicos sobre todos los aspectos que serán desarrollados en el proceso de planificación. Ello implica la formación de estadísticas básicas, encuestas de mercado, análisis de los factores sujetos de planificación, información sobre terrenos, clima, infraestructura existente, población, recursos naturales, mercados potenciales, etc.

8.1.4. Análisis e interpretación de la información.

Toda la información y los datos estadísticos deben ser procesados y sistematizados en función de brindar información coherente para definir y proyectar la orientación del plan.

Toda la información obtenida y por utilizarse debe pasar por un análisis de consistencia, de tal forma de estar seguros de estar trabajando con información veraz y confiable. Con toda esta información se puede pasar a la elaboración de un plan preliminar.

8.1.5. Planificación preliminar.

Se prepara un primer esbozo del plan, se consideran diferentes opciones y se formulan las primeras opciones. Conviene hacer pequeños

desarrollos a escala, considerando las interrelaciones entre las soluciones propuestas, sus efectos y su factibilidad real.

También se hacen estudios y planes de usos del suelo, ordenamiento territorial, soluciones arquitectónicas y urbanísticas, así como se estiman costos, inversiones, recursos financieros disponibles, posibilidades de financiamiento, proyecciones de mercados, flujos de efectivo y normas legales.

8.1.6. Presentación, discusión y ajustes del plan preliminar.

El plan preliminar se llevará a discusión y análisis entre los diferentes sectores involucrados, con el propósito de que cada aspecto sea discutido y consensuado en busca de una solución final más armónica y ajustada con la realidad y los objetivos propuestos.

8.1.7. Elaboración de la planificación final.

Con el apoyo de todo el proceso, se procede a elaborar el plan final, que por lo general debe incluir los aspectos siguientes: definición del proyecto, usos del suelo, proyectos de infraestructura, carreteras, aeropuertos, caminos peatonales, drenajes y aguas, servicios públicos, comunicaciones, paisajes, proyectos arquitectónicos, zonificaciones, reglamentaciones para usos del suelo y otros, seguridad, servicios civiles, análisis económico, análisis de mercado y programación financiera.

8.1.8 Implementación del plan.

Es el paso final, en el que se concretan todos los proyectos definidos teóricamente. A dicho plan debe darse un continuo seguimiento y evaluación para tener la seguridad que todo marcha de acuerdo con lo establecido; una buena planificación tiene mecanismos de retroalimentación para corregir cualquier desviación, retraso o los problemas que ocurran en el desarrollo del proyecto.

8.2 Las metas en el desarrollo del turismo.

Todo plan de desarrollo turístico debe insertarse en un marco general de metas que atienden los propósitos del desarrollo económico y social del país, los propósitos que el desarrollo del turismo tienen específicamente dentro del desarrollo en general y, todavía más concretamente, la visión de lograr el éxito en un mercado competitivo y especializado. En términos generales, las metas asignadas al desarrollo del turismo serían las que se enumeran a continuación:

1. Desarrollar una estructura para contribuir a mejorar el nivel de bienestar de la población, basada en los beneficios económicos del turismo;
2. Crear infraestructuras adecuadas para proporcionar instalaciones recreativas que sean utilizadas por turistas extranjeros y residentes por igual;
3. Los tipos de proyectos a realizarse tanto en los centros para visitantes como vacacionales y que sean apropiados para sus propósitos y fines;
4. El turismo a desarrollarse en cada área debe ser congruente con los valores culturales, sociales y económicos de la sociedad, del estado como tal y de la gente local;
5. Armonizar los valores de país con la optimización de la satisfacción del visitante y sus incentivos como tal.

A continuación, se presenta un esquema sobre los pasos básicos para la elaboración de un plan de desarrollo del turismo.

8.3 Esquema. Planificación del desarrollo turístico.

8.3.1. Reunión de la información básica:

- a) Inventario, clasificación y evaluación de los recursos existentes: naturales, servicios e infraestructura.

- b) Identificar los intereses turísticos y no turísticos de cada zona.
- c) Definir las estructuras de los grupos locales y sus intereses.
- d) Calcular los niveles existentes de uso y capacidad de carga de cada recurso.
- e) Detallar un perfil de los mercados existentes en función de: origen geográfico, demografía, ciclo de vida, patrones de gasto, intereses y costumbres.

8.3.2. Identificar los valores de la comunidad:

- a) Los valores de las personas y los grupos familiares.
- b) Los valores de los líderes de la comunidad y representantes políticos, religiosos y sociales.
- c) Los valores de las organizaciones representativas.

8.3.3. Identificar los intereses y las oportunidades:

- a) A nivel familiar.
- b) A nivel local y empresarial.
- c) A nivel de organizaciones (turísticas y otras).

8.3.4. Definir la visión:

- a) La integración de las personas y las familias en el desarrollo del turismo.
- b) El papel y las responsabilidades de los representantes y líderes locales y zonales.
- c) Las organizaciones expresan sus valores, visión, intereses y oportunidades.

8.3.5. Establecimiento de las metas:

- a) Metas, esfuerzos y actividades a cubrir por las personas y las familias.
- b) Metas y actividades de mejoramiento social pertenecientes a los diversos grupos locales (físicos y de organización).
- c) Metas de organización comercial y de servicios.
- d) Metas de desarrollo a cubrir por el Estado y las organizaciones gubernamentales.

8.3.6. Definir objetivos:

Se trata de definir los objetivos específicos y colectivos para cada uno de los sectores comprendidos en el plan.

8.3.7. Establecer acciones:

Cada sector definirá y establecerá sus estrategias, tácticas, acciones, para cada objetivo específico.

8.3.8. Definir las necesidades de recursos necesarios:

Cada acción exige la definición de los recursos que se requieren para su cumplimiento: físicos, humanos, financieros y de asistencia técnica para implementar el plan. Identificar plazos y asignar tareas.

8.3.9. Implementación del plan.**8.3.10. Evaluación y control.**

8.4 Los aspectos políticos del desarrollo del turismo.

No se pueden ignorar los aspectos políticos que conlleva la implementación de un plan para el desarrollo del turismo. En primer lugar, hay que lidiar con todos los intereses de los grupos y sectores que serán los actores del plan, los cuales son de por sí diferentes y, en muchos casos, antagónicos.

En países subdesarrollados como El Salvador, en donde coexisten altos grupos de población en condiciones de pobreza y una aberrante concentración del ingreso en pocas manos, en donde los sectores de la oligarquía tradicional están acostumbrados a influir en las decisiones políticas, en donde los recursos financieros en manos de estas oligarquías no se conceden a los medianos y pequeños empresarios, en donde los proyectos promovidos por el Estado se hacen en función de las expectativas de ganancia de los grupos económicamente poderosos, el desarrollo del turismo tiene un alto contenido político.

En segundo lugar, se requiere de un enfoque en función de nación y de desarrollo económico, para que los proyectos de desarrollo turístico puedan garantizar que los beneficios de los mismos alcancen a todos los estratos de la población y hacerlos partícipes para mejorar su calidad de vida. Es muy común que los mayores beneficios de estas actividades sean absorbidos por las grandes empresas, muchas de ellas transnacionales las que, sin duda, remiten los beneficios a sus lugares de origen, negándose así los propósitos del esfuerzo nacional para que los beneficios generados se reviertan en la población del país.

Cuando se apunta un proyecto turístico a los mercados extranjeros, se trata de justificar por los altos niveles de gastos que los turistas extranjeros hacen en sus viajes, una obvia exclusión de los medianos y pequeños empresarios. El argumento central es que esta clase de visitante exige condiciones de lujo y confort que requiere de elevadas inversiones, las que generalmente no están al alcance de los empresarios nacionales, aun de muchos capitales fuertes.

Significa que los medianos y pequeños empresarios están condenados a expectativas marginales, así como a una modesta participación de los beneficios. La inquietud legítima que se plantea, especialmente cuando es el Estado el que realiza cuantiosas inversiones en infraestructura, es si se justifica que los recursos de los contribuyentes sirvan para beneficiar empresas foráneas que no tienen ninguna preocupación por coadyuvar a contribuir al desarrollo del país, sino que su única motivación es maximizar sus beneficios.

En un sistema de carácter capitalista, en donde predominan criterios de libre mercado y de libre empresa, y en donde se pretende negar el papel regulador del Estado, un proyecto turístico en función del desarrollo afrontará serias dificultades.

Esta clase de empresas son sumamente adversas a lo que llaman intervención estatal en el mercado y se niegan a reconocer que para evitar la anarquía en los mercados es indispensable y necesario, que el Estado regule y vigile los abusos que se derivan del poder económico, oligopólico y oligopsónico de las empresas que controlan los mercados. La crisis actual de la economía salvadoreña, reflejo de una crisis económica mundial,¹⁴⁹ no termina de hacer entender a muchos grupos empresariales su responsabilidad sobre la situación del momento. Insisten en mantener vigentes la liberalidad absoluta del mercado que, sin lugar a dudas, les ha proporcionado pingües beneficios.

Por tal razón, se debe imponer una concepción de desarrollo económico y social, un sistema de equidad y justicia social, una promoción de los mercados competitivos y no anárquicos, y una dosis de normas claras y precisas para evitar los abusos en el mercado.

Se señalan algunos de los problemas que generalmente enfrentan los proyectos turísticos a la hora de su implementación:

¹⁴⁹ Algunos autores sostienen que la presente crisis mundial es más grave que la crisis de los años 30. También se ha llegado a evidenciar que las causas de este problema se encuentra en los movimientos del capital financiero especulativo, la falta de regulación de los mercados y la escasa supervisión ejercida por los estados para controlar los abusos naturales de las economías de mercado.

8.4.1. La zonificación y uso del suelo.

En todo proyecto es importante definir una zonificación y una reglamentación legal en el uso de la tierra. Esta es indiscutiblemente una facultad indelegable del Estado, en la medida que representa una responsabilidad social y nacional. En este sentido, el gobierno decide las modalidades de zonificación, el uso de la tierra, las reglas y los límites para la conservación del patrimonio. De por sí, sería infantil creer que puede ser regulado por los intereses, eminentemente mercantiles, del mercado.

En varios momentos, en donde se pretendió en nuestro país, empezar a planificar la actividad turística, uno de los valladares insalvables fue la realización catastral de algunas zonas seleccionadas. Cuando la tierra está concentrada en unas pocas familias, se vuelve un punto de honor el que se conozcan los propietarios de las tierras. Por otra parte, estos propietarios pretenden, cuando se realizan obras públicas, que éstas se ubiquen de tal forma que beneficien sus propiedades; es fácil comprender que esta clase de obras generalmente producen plusvalía a las propiedades en y alrededor de las obras.

8.4.2. Construcción y mantenimiento de obras de infraestructura.

Todos los proyectos turísticos requieren de obras de infraestructura; su construcción y mantenimiento realizados y asignados por fondos públicos son incuestionablemente un asunto político. En este caso hay varias ópticas: una es la racionalidad de las inversiones, sus costos, los beneficios esperados y los grupos poblacionales beneficiados; otro punto se refiere a si la comunidad considera viable el proyecto y si se justifica invertir en ellos el dinero que los contribuyentes pagan en forma de impuestos.

También las políticas de mantenimiento son un factor importante en estos proyectos, ya que las obras de infraestructura, cualesquiera que sean requieren de un permanente y sistemático mantenimiento. El buen estado de las carreteras, la eficiencia de los servicios de agua potable y

drenajes, por ejemplo, contribuyen al éxito de los proyectos de turismo en donde el visitante espera encontrar condiciones óptimas de comodidad y atención.

En algunas circunstancias, el gobierno y la empresa privada pueden actuar en cooperación recíproca, para mutuos beneficios. Para esto será necesario entender que el proyecto tiene ganancias para ambos sectores y que es posible compartir los costos de una buena gestión.

8.4.3. La promoción y la publicidad.

Los esfuerzos de promoción y publicitarios en un proyecto turístico forzosamente deben ser armónicos, solidarios y con un fuerte sentido de colaboración entre el gobierno y el sector privado, pues mutuamente se benefician. Uno de los aspectos a tener en cuenta reside en que los costos promocionales y de publicidad son significativamente altos, especialmente cuando se realizan hacia mercados extranjeros, en donde compiten los atractivos y ofertas de muchos países.

En algunos casos, las campañas promocionales en el extranjero son financiadas por ambos sectores y, en otros casos, las autoridades de turismo toman la responsabilidad de promover el país. Por ejemplo, en el ámbito regional, las autoridades de turismo de los países centroamericanos, en determinados períodos como Semana Santa, las fiestas de agosto y las vacaciones navideñas, hacen sendas campañas en los países vecinos para inducir el turismo regional.

Es el caso de los desplegados periodísticos, radiales y televisivos de Guatemala y Honduras en El Salvador, para promover sus atractivos turísticos. En otros casos, cuando se trata de eventos internacionales, el ministerio respectivo promueve, organiza y ofrece la infraestructura de pabellones y locales para vender el país en ferias y eventos internacionales.

Se considera que muchas empresas, de toda clase, que participan en el mercado del turismo, deberían coordinar con las autoridades del sector

una amplia colaboración en el financiamiento de la promoción y la publicidad; entre ellas hay empresas muy grandes como líneas aéreas, hoteles internacionales, restaurantes y otros servicios, que tienen sobrados intereses para comprender que son gastos que son recuperados por la afluencia de visitantes.

8.4.4. Los transportes.

A continuación se enumeran una serie de responsabilidades, propias del Estado, que pueden contribuir a fomentar los proyectos de desarrollo turístico:

- a) Estudios continuos y detallados de los medios de transporte con fines turísticos, con miras a las ampliaciones y mejoras necesarias.
- b) Trabajos de construcción y mantenimiento de carreteras.
- c) Regulaciones y fomento en la calidad del transporte aéreo, ferroviario, marítimo.
- d) Buena administración de los puestos fronterizos, garantizando la fluidez del paso y el orden.
- e) Administración eficiente de los servicios aeroportuarios y sus instalaciones.
- f) Planificación de puertos equipados para el turismo.

En resumen, una buena planificación y desarrollo del turismo garantiza el éxito de todo proyecto, por lo tanto, el tiempo y los esfuerzos dedicados a la planificación son esenciales. De lo contrario, los desarrollos desordenados producen más inconvenientes que beneficios y pueden tener como resultado la destrucción inevitable de un recurso turístico. Es importante tener en cuenta, que difícilmente puede recuperarse un recurso destruido, y sus efectos nocivos trascienden hasta la economía como un todo y la sociedad.

8.5 Las funciones del Estado.

El debate sobre el papel del Estado en la economía y la sociedad sigue siendo tema controversial dependiendo de la óptica de defensores y detractores. Durante muchos años, entre 1950 a 1980, en nuestro país se aceptó la concepción de un Estado benefactor, responsable del desarrollo económico y social, en los años siguientes se dio paso a una nueva corriente, al amparo de teorías neoliberales que propugnaban por una escasa participación del Estado en la economía, para dejar en manos del sector privado y el libre mercado la conducción y la solución de los problemas económicos.

En El Salvador, con la llegada al poder en 1989 de los grupos de derecha, se instala un ciclo de veinte años en donde la preocupación de los gobiernos fue reducir al Estado a su mínima expresión. Esa fue la tónica impuesta por los sucesivos gobiernos derechistas de Alfredo Cristiani, Armando Calderón Sol, Francisco Flores y Elías Antonio Saca.

Pero los resultados nada halagüeños obtenidos durante estos veinte años, la profunda crisis y la creciente pobreza que abate a la población salvadoreña han venido a demostrar la falsedad de la panacea neoliberal. Este es uno de los factores que explican la asunción al poder del primer gobierno de izquierda en el país, en la persona del señor Mauricio Funes.

La derecha continúa haciendo sus máximos esfuerzos para impedir el retroceso de la tiranía del mercado, dado a que se han beneficiado en una forma sin precedentes en la historia del país. Una concentración de la riqueza y el ingreso nacional en unos pocos privilegiados como nunca se había visto y, grandes sectores de pobres que carecen de los recursos necesarios para atender la canasta básica familiar. Los resultados catastróficos de la gestión de cuatro gobiernos de derecha son actualmente irrefutables, y el paradigma de que la empresa privada es el motor del desarrollo económico y social se encuentra abiertamente desprestigiado.

En los países subdesarrollados, la intervención del Estado para fomentar el turismo es fundamental. El desarrollo del turismo requiere enfrentar y resolver muchas situaciones en las cuales la iniciativa privada no tiene interés o no tiene la capacidad necesaria para asumirla. En el turismo, el Estado ha desempeñado un papel crucial en el impulso de grandes proyectos como el de Cancún, en México.

En este sentido, es prácticamente exclusividad del Estado la preparación del capital humano, la conservación del medio ambiente, el rescate de la cultura y la generación de estadísticas y análisis con perspectiva de largo plazo.

Pero la función estratégica del Estado se hace sentir en las funciones siguientes:

- a) en el área legislativa, en donde se formaliza el marco normativo, fiscal, financiero y todas las regulaciones que le dan orden y coherencia a las actividades del sector;
- b) en la producción de servicios o bienes de las empresas públicas o mixtas, muchas de ellas proveen de servicios básicos (electricidad, agua potable, limpieza, etc.);
- c) en la promoción y ordenamiento del desarrollo económico y social, mediante la elaboración de políticas económicas y sociales, en pro del desarrollo de regiones específicas, sectores y actividades;
- d) de redistribución de servicios sociales y públicos como salud, educación, cultura, seguridad y otros.

Se reconoce, a nivel internacional, que en el marco del neoliberalismo, muchas instituciones del Estado han pasado a desempeñar un papel subsidiario, prácticamente al servicio de los grandes consorcios transnacionales de turismo. Esto ha significado una pérdida de poder estratégico y operativo, dejando el campo libre a los grandes consorcios para actuar guiados únicamente por sus intereses mercantilistas, sin mayor respeto por la cultura y el medio ambiente y, lo que es común,

por las leyes y disposiciones laborales de los países que los acogen. En este marco, el papel del turismo como instrumento del desarrollo económico y social es inexistente.

En países desarrollados, como los europeos, el turismo ha tenido una importancia clave en la política social, reconociéndose su función educativa en las oportunidades de trabajo, en la promoción de la salud en general, el respeto a la propiedad privada y también el derecho al descanso y a la realización personal. En este contexto, el Estado juega un papel de primer orden y, por mucho que se quiera distorsionar, no puede ser sustituido por la empresa privada y la inversión extranjera.

Para importantes organizaciones internacionales, entre ellas la Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) y la Comisión Ejecutiva para América Latina y el Caribe (CEPAL), son el Estado y los gobiernos locales quienes deben dirigir las fuerzas del mercado, instrumentar el marco jurídico adecuado, construir la infraestructura y promover la capacitación de los recursos humanos en todos sus niveles. Pero además de lo que podrían considerarse como "funciones tradicionales", modernamente se acepta la competencia del Estado en el marco protector de la vida y de los derechos de propiedad.

Por su preocupación general de que el turismo debe mejorar los niveles de vida de la población, recibe un reconocimiento y una relevancia social. Pero los demás propósitos del turismo en el campo de la inversión y creación de capital, uso y conservación de los recursos naturales y culturales, desarrollo e incorporación de tecnologías y la promoción de las capacidades y habilidades del recurso humano, se fundamentan en dicha preocupación.

El llamado turismo mercantilista, que únicamente privilegia ciertos circuitos y espacios, aun cuando se trata de un fenómeno masivo, desde el punto de vista de la demanda, obedece a lógicas que no contribuyen en los esfuerzos por mejorar las condiciones del desarrollo. Por esta razón, el Estado no puede y no debe jugar un papel de mero espectador u observador, sino que está obligado a tomar parte activa en el crecimiento y desarrollo del sector.

8.6 Los errores en el diseño de las políticas de turismo.

Es de esperar que cuando se diseñan políticas para el desarrollo del turismo, se cometan algunos desaciertos que tienen que ver con una amplia gama de factores, entre ellos, falsas apreciaciones sobre el mercado, estadísticas inadecuadas, escasa capacidad de análisis, influencias de intereses particulares sobre la orientación del sector y, no menos importante, la presencia de paradigmas que se han extendido a nivel global, que sí pueden ser ciertas para algunos países pero no para todos.

Entre los errores que con mayor frecuencia se pueden cometer se mencionan:

1. El establecimiento de políticas sectoriales que impiden la integración de la actividad turística al ámbito productivo local y al desarrollo social. Generalmente se trata de políticas, no importa que se consideren modernas, que se desvinculan de la economía, la sociedad y la cultura, local y regional. En El Salvador los desarrollos turísticos en los puertos de Acajutla, La Libertad y La Unión, no tienen ninguna clase de arraigos con sus entornos locales.
2. Las políticas con tendencias para favorecer a grupos empresariales específicos, con capacidad de lobby, sin que cuente con el consenso y la participación de otros actores y sectores.
3. Las definiciones de políticas de corte demagógico, cuyos enunciados han sido contruidos sobre expectativas y no sobre realidades. En general, en los sistemas en donde se pondera excesivamente al mercado, se generan discursos que no representan más que intenciones que no se pueden materializar en la práctica.
4. En países como El Salvador, la política turística ha sido cambiante, sin una visión continua y sistemática de largo plazo, sujeta a intereses políticos y económicos de la coyuntura y, finalmente, a las visiones e intereses de grandes grupos transnacionales.

5. Establecimiento de líneas de políticas que ignoran las características sociales y económicas de cada región, su idiosincrasia y las relativas necesidades en los planeamientos de desarrollo territorial y cultural de cada lugar. Por ejemplo, la visión de desarrollo en las regiones del litoral salvadoreño es diferente de la visión que se pueda tener en los lagos y montañas.
6. La adopción de modelos ajenos a las realidades y expectativas de los países. Se insiste mucho en este campo, por ejemplo, en modelos basados en la competitividad de precios, cuyos efectos son más perjudiciales que beneficiosos para la sociedad en su conjunto.
7. La adopción de metas de carácter cuantitativo, enfocadas irracionalmente. Por ejemplo, pensar que hay desarrollo turístico por el simple hecho de que el número de turistas que ingresa al país ha aumentado, que el gasto turístico se ha incrementado, que el nivel de ocupación de los hoteles es mayor o que es más alto el ingreso de divisas generado por el turismo.
8. Políticas orientadas a apoyar a las grandes empresas y consorcios internacionales, por el simple hecho de considerar que su crecimiento beneficia al sector. Esta óptica de enfocar el turismo contribuye a desarrollar lo que se llama "turismo empobrecedor", en donde los beneficios se quedan en manos de los grandes consorcios.
9. Aperturas comerciales que no benefician el empleo y el mercado interno.
10. Carencia de mecanismos que no promuevan los beneficios económicos del turismo hacia las comunidades locales y su población; y
11. Creer que los beneficios del turismo provienen de sus atractivos naturales y de sus recursos turísticos, olvidando que es la industria de la población y la satisfacción de los requerimientos de los visitantes, los que generan la formación de los ingresos y la riqueza.

Capítulo IX

Turismo. Medio Ambiente. Ecología.

9.1 Turismo.

Para algunos autores de esta disciplina, es posible establecer desde un punto de vista sociológico, una diferencia entre los viajes de turismo de la época moderna con las motivaciones que impulsan estos desplazamientos en la llamada época posmoderna.

Para el sociólogo francés M. Mafesoli, el turismo moderno se caracteriza por la búsqueda del descanso, de estar en un lugar y permanecer en él. En otra dimensión, el turismo posmoderno es un turismo activo, dinámico, de movimiento, es un turismo de la búsqueda y confrontación de realidades.

Es una oportunidad de peregrinaje, de vagancia y de una expansión del espíritu. Sostiene que para el individuo posmoderno, el turismo es una oportunidad para crecer, una forma de desarrollar sus múltiples identidades para dejar de ser uno mismo y sumirse en otras identidades. Significa, entre muchas cosas, ver lo diferente, abandonar la relativa racionalidad de su realidad cotidiana, la búsqueda de nuevos valores más allá de los aceptados por el mundo occidental para confrontar con los valores de otras culturas, por ejemplo, en el mundo árabe o el chino.

Este estilo dinámico del posmodernismo tiene la particularidad de que es hacedor de cultura, implica para muchos la oportunidad de buscar y conocer culturas emergentes, en un mundo en movimiento donde nada es permanente. El aprendizaje y el movimiento parecen ser los elementos en la estructura del turismo posmoderno.

El mundo contemporáneo, que comienza a quedar atrás, está lógicamente compuesto por empresas y destinos turísticos que tradicionalmente se mantienen ofertando sus productos y servicios. La gran pregunta es ¿si serán capaces y cuánto tiempo continuarán atrayendo importantes sectores del mercado? Eso significa que, la certidumbre de los países que manejan los grandes destinos turísticos puede ser no muy cierta en los años venideros, por lo que intentar copiar sus modelos y prácticas de negocios a ojos cerrados lo que produzca resultados no deseados. El mensaje de la posmodernidad es la oportunidad de crear nuestra propia identidad, de trabajar en crear ambientes distintos en nuestros destinos turísticos, de preparar experiencias propias y probablemente únicas para cada visitante.

9.2 Las fases de desarrollo del turismo.

Se presume que el turismo está considerado como el fenómeno social más extendido del siglo XIX, y que éste ha ido evolucionando a lo largo del tiempo en consonancia con los grandes cambios culturales ocurridos en el mundo. Sin lugar a dudas, el turismo es un fenómeno social, es un producto de la cultura y, en consecuencia, responde a las grandes tendencias culturales y sociales que se presentan en el tiempo. La influencia de los factores culturales y sociales en el turismo ha sido tanto positiva como negativa, en la medida que ha significado avanzadas y considerables contribuciones en la vida de los seres humanos, así como conductas negativas y sórdidas que igualmente han desarrollado verdaderas deformaciones en los patrones de vida de los pueblos de destino.

El turismo ha evolucionado con el avance de la tecnología y el aumento en los niveles de prosperidad de los países industrializados, también ha influido en sus diferentes etapas en las formas de producir y en los patrones de consumo. En grandes líneas, se distinguen dos grandes ciclos a partir del siglo XIX, conceptualmente calificadas como modernidad y posmodernidad, cada una con sus propias estructuraciones teóricas y conceptuales, sus enfoques económicos y sociales, así como sus formas de producción y consumo.

Se presume que la fase industrial que caracterizó la revolución económica de los años veinte en los países industrializados, modificó significativamente los estilos de vida y consumo con respecto a los años anteriores. Una tendencia creciente hacia el consumo masivo y la producción en serie son sus principales características en la economía, lo que fue acompañado de revalorizaciones sociales en cuanto a un mayor reconocimiento de las libertades de las personas y sus conductas.

Entre ellas, el ocio como valor social negativo, da paso al reconocimiento del tiempo libre como un derecho y un deber de las nuevas sociedades, así como la libertad de disfrutarlo plenamente como parte del bienestar y la mejora en la calidad de vida de las personas. Por otra parte, en el marco de las relaciones entre empresa y trabajadores, reconociéndose el papel del factor trabajo en los procesos de producción, se acepta y se generaliza el derecho del empleado a gozar de vacaciones pagadas y a su disfrute.

Los viajes, el turismo hacia otros países con fines recreativos, culturales y de conocimiento, se convierte en una respuesta para utilizar ese tiempo libre, y agregado a ello, los avances tecnológicos en el transporte, las comunicaciones, los alojamientos y la facilidad de transportarse de un lugar a otro, le da al turismo una oportunidad sin precedentes.

El crecimiento en los viajes al extranjero de los ciudadanos de países desarrollados, facilitó lo que posteriormente sería llamada "la industria turística", como una actividad económica de gran importancia para los países así como un instrumento que contribuía al bienestar de la población. En los países en desarrollo, el turismo fue visualizado como un instrumento importante para su crecimiento económico y se empezó a construir iniciativas en el territorio, en los aspectos legales y en las políticas públicas, para agenciarse un número cada vez más importante de personas que anualmente buscaban un nuevo lugar para visitar.

En la medida que el crecimiento industrial se expande, y también, en la medida que los países latinoamericanos y del Caribe se interrelacionan con el mundo industrializado, el Estado decide intervenir en forma

directa en estas actividades mediante el impulso de centros turísticos planificados, como fue el caso de México, los países del Caribe, especialmente Haití y República Dominicana. Estas acciones son una respuesta para insertarse en el ciclo de la modernidad y responden a una concepción del turismo como actividad industrial.

Los destinos turísticos de la modernidad respondían a un patrón generalizado en lo que respecta a las construcciones hoteleras, el ordenamiento del espacio urbano, las características de la recreación y las diversiones y las modalidades en la prestación de los servicios. Esto fue creando un patrón que se repetía de un país a otro con escasas diferencias, bajo la creencia que bastaría copiar la oferta de los centros de moda para asegurar el éxito.

Es importante considerar que, a nivel sociológico, la permanencia y la estabilidad son los valores que identifican, entre otros, al ciclo del modernismo. Por esto, como en muchas otras actividades económicas, el turismo tiene un comportamiento predecible y una linealidad en las conductas que posibilita establecer planes de acción en el tiempo. Las expectativas de la demanda, las estrategias de competencia, los flujos de viajeros y la manipulación programada de las grandes empresas que prestaban sus servicios para llevar gente de un lugar a otro, dejaban escasas dudas para las proyecciones futuras.

Estadísticamente, los comportamientos empiezan a medirse en las tendencias "promedio", apareciendo el concepto de "turista promedio", de las "manadas ciegas" o como también se les apodó de "las hordas doradas". Son las multitudes típicas, a partir de los años cincuenta, sin voz propia, de gustos estandarizados, que no tienen claridad de lo que quieren y adónde quieren ir, que son llevadas y manejadas ciegamente por las grandes empresas de turismo en el mundo. Estas masas de personas no saben qué experiencias quieren vivir, se les explota su afán de romper con la rutina, escapar de los problemas urbanos y de estrés.

En este contexto de "más de lo mismo" o "lo mismo pero vestido con otro traje", impulsó un turismo de corte capitalista o modernista, que exigía una mayor eficiencia en la oferta de productos turísticos, de

prestación de servicios y administrativos, como la base de la competencia y de las políticas turísticas.

En el siguiente ciclo, llamado de posmodernidad, se imponen las modificaciones del entorno así como significativas transformaciones en las formas de ofrecer los productos y servicios turísticos. La globalización, que ha sido vendida como la panacea mundial para el futuro, está modificando nuevamente las estructuras de producción, de consumo y los valores de la sociedad.

Aparejado al crecimiento del comercio, de los movimientos de bienes y servicios, de la circulación de las personas, de las regulaciones, de los sistemas políticos, etc. se han establecido nuevas reglas de juego y nuevos valores para una sociedad en cambio.

De esta corriente mundial, ha aparecido lo que se llama "el nuevo turismo", cambiando la fisonomía, la clase y calidad de la oferta y los destinos. Se intenta construir un modelo valorativo de estas nuevas tendencias:

- a) La modificación de las prácticas de vacaciones convencionales a la búsqueda de nuevas experiencias,
- b) Se pasa de largos períodos vacacionales establecidos en una época del año a vacaciones más cortas y frecuentes, en un solo año,
- c) De viajes con poca actividad y bajo gasto a otros de carácter más activo y con altos patrones de consumo,
- d) De vacaciones monotemáticas (sol y playa) a vacaciones multitemáticas y de multiactividad, por ejemplo, compras, diversiones nocturnas, ecoturismo, actividades náuticas, sol y playa, buceo, golf y otros.

El cambio social más evidente es el abandono del turista al patrón de la manada ciega, ahora es un ente activo que no acepta todo lo que tratan

de venderle. Quiere tener una elección y ejercitarla, decidir por sí mismo y seleccionar los lugares y actividades de su interés.

El posmodernismo está influenciando una transformación social y cultural, y en el campo de los viajes y el turismo, nuevos destinos, muchos de ellos, no considerados turísticos, adquieren la posibilidad de que puedan ser visitados por más de alguna motivación.

Surgen entonces nuevos segmentos y nichos, como respuesta de una oferta potencial, desarrollándose un turismo de intereses especiales, de segmentos especializados y de empresas especializadas para dar cabida a esta demanda. En esta categoría, cabe mencionar el turismo cultural, por ejemplo Totoncapán en México, la Ruta Maya en Centroamérica y el llamado turismo étnico, que comprende ese inmenso sector migrante en las grandes ciudades de los Estados Unidos y Europa, que aspiran regresar a su tierra y recorrerla en condiciones económicas totalmente diferentes que cuando partieron.

Para Sergio Molina,¹⁵⁰ el nuevo turismo debe atender las siguientes diez premisas básicas:

1. El turismo debe ser impulsado como una actividad socialmente incluyente.
2. El turismo es un derecho y una necesidad para todos.
3. Las empresas y organizaciones deben asumir su responsabilidad social.
4. El turismo se basa en la integración con redes de calidad.
5. Hay que estructurar nuevos contenidos en la comunicación estratégica.

150 Sergio Molina. Fundamentos del nuevo Turismo: de la fase industrial a la innovación. Editorial Trillas. México. 2007.

6. El capital humano es el principal activo del turismo.
7. El turismo debe reconocer la nueva ética del consumidor.
8. El turismo existe para mejorar el bienestar de los residentes.
9. El turismo se basa en la asociatividad local.
10. La planeación participativa y el sentido estratégico son fundamentales para desarrollar el turismo.

Conviene aclarar las ideas sobre las premisas anteriores:

9.3 El turismo como actividad socialmente incluyente.

Es importante reconocer y aceptar que el turismo debe desarrollarse como una actividad socialmente incluyente, en la medida que permita a los diferentes grupos incorporarse a los beneficios del desarrollo que se generan por medio de ella.

Actualmente, es posible identificar dos modalidades en lo que respecta al papel del turismo como una actividad social: uno, socialmente no incluyente y el segundo, socialmente incluyente.

En el pasado, las políticas y las formas del llamado "turismo industrial", no permitieron la participación de muchos sectores de la sociedad, concentrando los beneficios en unas pocas empresas y personas, degenerando en procesos de desigualdad social, concentración del ingreso y obstaculizando el acceso de las oportunidades para todos.

El turismo no incluyente no responde a las necesidades sociales y, mucho menos, a viabilizar sus actividades en función del desarrollo social; por su parte, el turismo incluyente en la medida que abre oportunidades para todos contribuye a alcanzar metas más altas de bienestar social.

9.4 El turismo como derecho y necesidad para todos.

Se expresa que el turismo puede proporcionar a sus actores experiencias que les permitan mejorar su conocimiento del mundo y de sí mismos, a mejorar su capacidad de comunicación con su entorno, a revalorar su papel en el entorno social y a fijar compromisos con su realidad y la realidad social.

Significa que el turismo no es una actividad que se hace simplemente para satisfacer un mercado, sino que tiene connotaciones que van más allá del anodino juego de oferta y demanda.

El turismo sin contenido social no tiene más óptica que la obtención de determinadas rentas y tasas de ganancia, sin importar si esa producción de riqueza beneficia a las localidades y sus habitantes.

Cuando se formula el turismo como una opción de desarrollo, la preocupación del Estado es garantizarle a la población beneficios en sus condiciones de vida y, en esa perspectiva, el turismo tiene que ser un derecho y una necesidad de todos.

9.5 La responsabilidad social de las empresas y organizaciones.

Este es un tema no solamente aplicable al sector turismo sino a todas las unidades económicas que participan en la economía como un todo. Recientemente, en nuestro país, se viene insistiendo en la urgencia de que las empresas reconozcan y se apeguen a los principios de la responsabilidad social en sus actividades cotidianas. Significa reconocer los derechos de los trabajadores, propiciar altos códigos de ética en sus operaciones y en sus relaciones con trabajadores y consumidores, respetar los derechos de la población, respetar el ordenamiento legal del país y aplicar normas éticas en el mercado.

La responsabilidad social de las empresas también incluye la aplicación de políticas de protección de medio ambiente y de la cultura local y, en el campo del turismo, lleva hasta la sensibilización de los visitantes los

efectos negativos que pueden generarse por ciertas conductas. Se podría llegar a plantear que parte de la responsabilidad social de las empresas se extiende a posibilitar una oferta de empleos en condiciones dignas, a estimular la formación de cadenas productivas integradas por micro, pequeños y medianos productores y proveedores locales.

9.6 La integración de redes de calidad.

En esta actividad, las redes de calidad son conjuntos interrelacionados de empresas y organizaciones de toda clase, cuyo propósito es brindar experiencias de calidad al turista y a su entorno. Las redes de calidad son una garantía de la oferta de bienes y servicios turísticos en la construcción de una oferta única, excepcional y diferenciada. Es ideal que estas redes de calidad se integren en el contexto de organizaciones cooperativas, preocupadas por el crecimiento articulado e integral de las empresas como un todo.

9.7 La comunicación estratégica.

Para promover un destino turístico y llegar hasta los mercados identificados como blanco, se requieren esfuerzos en el marketing, las relaciones públicas y en el lobby o cabildeo. Se requiere toda una estrategia inteligente para que los mensajes estimulen el aprovechamiento del ocio así como hacer conciencia de la protección y cuidado de los atractivos naturales y culturales que se encuentran a disposición del turista. Por otra parte, se sugiere una comunicación directa y responsable para apoyar esta clase de comunicación.

9.8 El capital humano es el principal activo del turismo.

En la fase del turismo industrial se consideraba como principal activo del turismo los atractivos naturales y culturales, la infraestructura y los equipamientos, pero en el turismo de la posmodernidad el principal activo del turismo son las personas, es decir, los turistas, los residentes y los trabajadores en todas sus categorías.

Cuando los atractivos son los recursos que ocupan un lugar privilegiado, se coloca en segundo lugar el papel de las personas, puesto que todo depende de la calidad de aquéllos. La posición de la posmodernidad es que las personas pueden realzar y transformar los atractivos existentes en una oferta turística única y especial.

9.9 El turismo debe reconocer la nueva ética del consumidor.

El comportamiento del turista en esta época responde a una nueva conciencia que ha venido creándose en el mundo, como consecuencia de reconocer la necesidad de protección y conservación del planeta. El turista tiene actualmente una ética que guía su comportamiento y sus motivaciones. Se trata de disfrutar los atractivos naturales y culturales, pero también se trata de protegerlos y no degradarlos. Se tiene conciencia de que se pueden llevar a cabo actividades de placer y de entretenimiento, en donde es posible armonizar el bienestar personal, la salud, la satisfacción de las necesidades personales con el respeto a las normas sociales de los lugares visitados.

También el turista está exigiendo servicios y experiencias de calidad a precios razonables, garantías personales, seguridad física y emocional, independientemente de los atractivos y productos disponibles en el mercado. Pero igualmente para el turista, se le exige el respeto a las culturas locales, a las normas sociales y el cuidado del medio ambiente.

La globalización ha despertado el interés por el conocimiento de culturas diferentes, calificadas muchas veces como exóticas y distantes, pero esta avidez de experiencias y conocimientos está transformando la forma y contenido de los viajes.

9.10 El turismo debe mejorar el bienestar de los residentes.

Se da por descontado que el turismo como parte de la estrategia de desarrollo de un país, debe producir beneficios económicos, sociales y culturales en las poblaciones y su entorno. En el pasado, por regla

general, se relegaban las necesidades propias y locales para beneficiar únicamente a los requerimientos de exigencias de la demanda de los visitantes. Por dicha razón, sus efectos sobre la economía nacional eran nulos, o lo que es peor, la satisfacción de estos flujos de visitantes deterioraba la calidad de la vida local, se destruían los recursos y se limitaba el acceso de los residentes a sus propios productos. Para ilustrar esta situación, se justificaba el desperdicio del agua potable en detrimento de la población local, que veía limitado su acceso a la misma.

Si el turismo no toma en cuenta los efectos que produce y las necesidades de las comunidades anfitrionas, es indiscutible que no contribuye al desarrollo ni al bienestar de las mismas.

9.11 La necesidad de la asociatividad local.

Para incorporar a la sociedad local que recibe visitantes extranjeros, ésta debe propiciar la asociatividad local incorporando una gran cantidad y diversidad de actores, en diferentes ámbitos a escala nacional. Ello significa promover nuevas formas de colaboración, tanto para armonizar los valores locales, impulsar y desarrollar liderazgos, apoyar nuevas formas de trabajo en equipo, estimular el empleo, mejorar las formas de comunicación, utilizar los recursos propios y evitar la sustitución e imitación de la oferta turística propia.

Para lograrlo, es indispensable desarrollar mecanismos que permitan una participación local amplia, que incluya diferentes intereses y perspectivas. Estos mecanismos de decisión deben estar próximos a las personas, considerando las opiniones tanto de los residentes como de los visitantes extranjeros.

9.12 El desarrollo del turismo y la planeación participativa.

El desarrollo del turismo, en cualquier circunstancia, requiere de una estrategia. Una estrategia permite valorar la situación actual de nuestros recursos turísticos como destino, además establece igualmente

las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del mismo. Con base en este diagnóstico se hace posible adoptar acciones para competir en el mercado y lograr los fines que han sido propuestos.

Como complemento de la estrategia se desarrolla una planeación, que es un instrumento para definir, jerarquizar y sistematizar las acciones que deben llevarse a cabo en el corto y mediano plazo. Para el nuevo turismo, se requiere una planeación participativa, en donde todos los entes locales fijen sus objetivos y determinen lo que tienen que hacer para cumplir. El esfuerzo colectivo de estas acciones da como resultado un plan coherente, armónico y de beneficio colectivo.

Todo proyecto y el plan en su conjunto deben tener la aprobación de los actores locales, pero con sentido solidario y comunitario. Los beneficios y la consecución de las metas requieren de la participación colectiva, puesto que el éxito del destino turístico pertenece a todos los miembros de la comunidad.

9.13 El Medio Ambiente.

En principio, como un concepto general, se acepta que el medio ambiente es el hábitat total del ser humano. En 1974, Arthur Haulot, lo define como: "el medio ambiente es por tanto para nosotros, en el sentido de nuestro trabajo, el conjunto de elementos del medio humano, histórico y cultural, físico y moral, geográfico y técnico, susceptible de afectar el movimiento turístico o de verse ellos mismos afectados por él."¹⁵¹

El concepto en cuestión debe ser visto desde una perspectiva holística, integradora y antrópica, por lo que cabe considerar la definición dada por el Informe Brutland de 1987, elaborada por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo que lo define así:

151 Arthur Haulot. *Tourisme et environnement. La recherche d'un équilibre.* Marabout Monde Moderne. Bélgica. 1974.

“El medio ambiente es donde vivimos todos, y el desarrollo es lo que todos hacemos al tratar de mejorar nuestra suerte en el entorno en que vivimos.”¹⁵² Para la ley mexicana, “el ambiente es el conjunto de elementos naturales o inducidos por el hombre que interactúan en un espacio y tiempo determinados”.¹⁵³

Pero el medio ambiente y el desarrollo se consideran dos categorías vinculadas que, además, tienen ambas una concepción de carácter antrópico. Según Osvaldo Sunkel, el desarrollo económico y social y el medio ambiente se condicionan mutuamente, es decir, la sociedad humana y su entorno biofísico natural y construido forman un solo sistema global de interdependencia. Por otra parte, la sociedad humana está inevitablemente obligada a transformar la naturaleza en su afán por sobrevivir y por mejorar sus condiciones de vida.

De todas las especies que habitan en el planeta, solamente el hombre se enfrenta a la naturaleza; las demás especies forman parte de la naturaleza y se someten a sus fuerzas. La naturaleza los protege y les da, pero están condenados a desaparecer si la naturaleza cesa de darles o cuando cambian las condiciones naturales.

El hombre depende también de la naturaleza pero en grado relativo, se enfrenta a ella para satisfacer sus necesidades y actúa sobre el entorno que lo rodea. Impulsado por sus necesidades el hombre trata de dominar a la naturaleza y arrancarle lo que requiere para vivir. Trata de actuar sobre las fuerzas de la naturaleza, domesticarlas, y en este sentido las convierte en menos naturales y más humanas.

Desde el punto de vista de la economía política, el hombre para subsistir trabaja la naturaleza, produciendo por lo tanto sus medios de subsistencia. Esta producción se realiza continua y sistemáticamente, lo que implica un proceso de producción que se repite en el tiempo.

152 Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo. Nuestro Futuro Común (Informe Brutland). Alianza Editorial. Madrid. 1988.

153 México. Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente. (Fracción 1, artículo 3.º).

Para trabajar, el hombre inventó las herramientas, que son instrumentos de la naturaleza trabajada. Con ellas el hombre al utilizarlas para producir aumentó la productividad de su trabajo y, al mismo tiempo, su dominio sobre las fuerzas de la naturaleza. Significa que, en algún sentido, el hombre ha convertido a la naturaleza en una parte de sí mismo.

En las sociedades modernas, hoy en día, no hay actividad humana que no se encuentre afectando su entorno. La mayoría de las acciones del hombre han producido y siguen produciendo impactos, algunos de ellos, de letales consecuencias tales como la destrucción de la capa de ozono, la ruptura del equilibrio biofísico o las energías liberadas por el empleo de artículos electrónicos (computadoras, móviles, microondas).

La modernidad y la tecnología tienen a la humanidad en un período crítico de su historia. El mundo se ha vuelto cada vez más interdependiente y frágil, por lo que es preciso reconocer que en medio de nuestra diversidad de culturas y formas de vida, la humanidad es una sola familia y una única comunidad terrestre obligada a un destino común.

El reto futuro es intentar vivir como una sociedad global sostenible, unidos por el respeto hacia la naturaleza, los derechos humanos universales, la justicia social y una cultura de paz.

Hasta aquí, el planeta Tierra ha brindado a la humanidad un hábitat que ha cobijado la evolución de la especie. Las fuerzas ciegas de la naturaleza pueden ser y son muchas veces destructivas, el hombre ha tenido la capacidad de prever sus efectos negativos y ha agudizado su ingenio para neutralizarlos en alguna medida. Pero el hombre también, especialmente en los últimos años, ha estado contribuyendo increíblemente a la destrucción de sus medios de vida.

La capacidad de sostener la vida y su bienestar depende de la preservación de una biosfera saludable, de la protección de sus sistemas ecológicos, de su rica variedad de plantas y animales, de tierras fértiles, de aguas puras y de aire limpio. Mantener el medio

ambiente del planeta en condiciones para preservar la vida humana es un deber sagrado.

Cabe expresar algunas consideraciones generales sobre el tema, para sintetizar una corriente de ideas sobre las que se hace necesario recapitular.

- a) El medio ambiente es el universo que rodea al ser humano, del cual forma parte, y que gracias a éste se da la vida,
- b) Este entorno es un sistema complejo, en sus elementos componentes, en sus interrelaciones y en sus formas de expresión,
- c) El entorno también mantiene un frágil equilibrio, capaz de autorregularse en forma natural, contando con los mecanismos propios que se ponen en acción en el tiempo y en el espacio,
- d) Las actividades humanas han provocado fenómenos ambientales negativos que han roto los ciclos naturales del equilibrio, y
- e) El desequilibrio en el medio ambiente surge de la utilización indiscriminada de los elementos que forman el entorno.

Con mucha razón se ha considerado que el turismo es una actividad que ha contribuido a la destrucción del medio ambiente, en la medida que miles y millones de personas se desplazaron de una parte a otra del planeta, sin atender los efectos nocivos de la concentración de personas y la depredación ingenua o intencionada de los recursos del lugar visitado.

Por regla general, el turista es un individuo que visita un lugar que no es el de su residencia habitual, con la convicción que estará ahí transitoriamente y que va a abandonarlo, y además en función de su

procedencia puede tener ciertas predisposiciones, conscientes o inconscientes, a deteriorar el medio ambiente natural.¹⁵⁴

Las corrientes turísticas están formadas por grupos heterogéneos de personas, con culturas y costumbres diferentes, con diversas motivaciones para viajar, interesados en obtener el máximo beneficio de los precios pagados para su desplazamiento y con poca o ninguna conciencia sobre la necesidad de proteger los lugares visitados.

Por otra parte, los equipamientos hoteleros para recibirlos y entretenerlos, así como sus servicios de apoyo han contribuido a la intoxicación masiva y progresiva de los sitios turísticos.

La descarga residual en los mares, lagos y ríos, la contaminación generada por los motores a base de petróleo, los aires acondicionados y los residuos tecnológicos han invadido recursos naturales, otrora limpios y en equilibrio con su ambiente.

Eso implica recursos turísticos en franco deterioro, que saldrán del mercado en la medida que pierdan su atractivo o no garanticen al turista condiciones mínimas de higiene y ambientes satisfactoriamente limpios y saludables.

La contaminación del medio ambiente se ha convertido en un tema de discusión permanente en las sociedades de hoy en día. Se entiende por ésta la alteración de las características del agua, la tierra y la atmósfera, como resultado de la presencia de uno o varios agentes generados por las actividades del hombre y por la propia naturaleza.

Muchos autores son de la opinión que a partir de la llamada "revolución industrial", a mediados del siglo XIX, se generó una concentración de población en grandes ciudades en las que igualmente se concentraron una amplia diversidad de actividades industriales, comerciales y de servicios, para mejorar las condiciones de bienestar y comodidad de sus habitantes.

¹⁵⁴ Esta predisposición a deteriorar depende de varios factores: la cultura del lugar de procedencia, el nivel educativo y las conductas sociales.

Se sostiene que aproximadamente la mitad de la población mundial vive en asentamientos urbanos, concentración que es más fuerte en los países industriales.¹⁵⁵

El funcionamiento de estas grandes urbes requiere, entre muchas otras cosas, de grandes volúmenes de energía, obtenidos de la quema de combustibles fósiles como el petróleo, el carbón y el gas natural. Igualmente requieren de grandes abastecimientos de agua dulce, indispensables para la vida, y del tratamiento adecuado de grandísimas cantidades de desechos líquidos y sólidos, característicos de esta forma de urbanización.

Naciones Unidas afirma que en las urbes de los países industriales estos desechos se han triplicado en las dos últimas décadas y que se duplicarán en las ciudades de los países más pobres.

Otro problema que tiene preocupado a todo el mundo es la contaminación a consecuencia de la emisión de gases con efecto invernadero, principalmente el dióxido de carbono (CO₂), que retiene la radiación infrarroja en la Tierra. Por otra parte, el metano, los óxidos nitrosos y los clorofluorocarbonos están impactando el calentamiento global y los consecuentes cambios climáticos a escala mundial.

La destrucción de la capa de ozono ha expuesto a las especies humanas, incluido el hombre, a los efectos de una radiación ultravioleta dañina y a la pérdida de la protección de la salud que dicha capa proveía.

Pero en síntesis, si la búsqueda del bienestar y el desarrollo, ha producido múltiples beneficios que no es posible ignorar, también ha desatado riesgos y peligros que están poniendo en juego la supervivencia del planeta.

Por tales razones, muchos países y las organizaciones mundiales están dando voces de alerta para parar la contaminación irracional del planeta

¹⁵⁵ Un estudio: Una visión compartida, hacia la sustentabilidad en América del Norte (México, Estados Unidos y Canadá) de 1997, afirma que el 76% de su población se asienta en espacios urbanos.

y evitar las catástrofes que pueden generarse si estos procesos contaminantes no se detienen. Esta situación, más que ninguna otra, amenaza con terminar con las opciones que el turismo tiene como actividad económica y de desarrollo.

9.14 Ecología y Turismo.

En principio, la ecología estudia los efectos de la contaminación sobre el medio ambiente natural. Mide asimismo la intromisión de elementos perturbadores sobre los ecosistemas, ya sean provocados por el hombre o por otras especies animales, en este caso, llamados depredadores.

También cabe mencionar que un ecosistema puede ser degradado por la acción de factores climáticos y que la degradación de éstos puede ser provocada por la acción combinada y simultánea de muchos de ellos.¹⁵⁶

Una progresiva destrucción de los ecosistemas naturales ha sido consecuencia del uso turístico, especialmente del turismo convencional que impuso la transformación radical de muchos ecosistemas así como de un gran consumo de recursos naturales.

Esta clase de desarrollos turísticos significó nocivas modificaciones del entorno natural, tales como tala de bosques, construcción de infraestructura, alteración de la topografía y alto consumo de agua, entre otros. En esta clase de desarrollo turístico los costos ambientales no tuvieron ninguna importancia.

Por otra parte, los ecosistemas tienen una función específica que si es alterada, tendrá repercusiones sobre el sistema mismo y su entorno. Los ecosistemas conocidos se agrupan en dos categorías: ecosistemas terrestres, como bosques, selvas, costas, desiertos, y ecosistemas acuáticos, como son los mares, lagunas, ríos, estuarios y arroyos.

¹⁵⁶ En 1869, el biólogo alemán Ernest Haeckel, dio a esta ciencia el nombre con que se le conoce, ligado a su ciencia madre: la biología. La palabra se deriva de los términos: "oikos" (casa) y "logos" (estudio de), que en conjunto significa estudio de la casa, y por extensión, estudio del medio ambiente.

También son clasificados como: ecosistemas naturales, en el caso de los mares, lagos, bosques y costas, y ecosistemas humanos, cuando se refiere a campos agrícolas, cultivos acuáticos, conglomerados urbano-industriales.¹⁵⁷

Existe una tercera clasificación que los agrupa en: ecosistemas naturales: montañas, lagos y estepas (que se denominan también no controlados) y bosques, parques y otros en donde se realizan actividades humanas. La segunda categoría es llamada ecosistemas productivos, que comprende haciendas agrícolas o explotaciones mineras y, la tercera categoría, se denominan ecosistemas urbanos, en el que se encuentran las ciudades, influenciadas por concentraciones poblacionales y ciertos niveles de actividad.¹⁵⁸

El turismo y sus proyectos deben, por lo tanto, tener mucho cuidado en preservar la calidad y riqueza de los espacios. En el desarrollo del nuevo turismo es preciso establecer una armonía entre la sociedad con la naturaleza. Un cambio se está dando en los patrones de opinión de los turistas de muchos de los grandes países emisores, como son los Estados Unidos y Alemania, en donde es cada vez mayor la presencia de "ambientalistas", interesados en la calidad ambiental de los lugares que visitan. Estas exigencias ya forman parte de las excursiones promovidas por las grandes agencias y operadores mayoristas, que controlan una buena parte del turismo mundial. Se enumeran a continuación, algunos de los deseos expresados por estos turistas en los lugares naturales que están dispuestos a visitar:

- a) playas limpias
- b) bajo nivel de ruido
- c) higiene
- d) bajo nivel de densidad poblacional en los espacios turísticos

¹⁵⁷ Clasificación de Odum.

¹⁵⁸ Clasificación de Sutton y Harman.

- e) control de fauna nociva para el hombre
- f) ecosistemas seguros, de bajo riesgo o riesgo controlado
- g) uso de materiales y artículos reciclables
- h) soluciones urbanas racionales y en armonía con el medio ambiente

Los ecosistemas naturales tienen un propósito y una función, que si es interrumpida por el hombre producirá grandes desequilibrios y efectos, más allá de los límites del ecosistema.

El turismo en su desarrollo está obligado a procurar la conservación y el equilibrio de los mismos, por lo que deberán instrumentarse una serie de medidas, estrictas y de total cumplimiento, especialmente para los proyectos turísticos situados en áreas naturales.

Se requiere entonces, de modelos de mayor complejidad, con serios soportes de conocimientos científicos y tecnológicos, orientados a atenuar los impactos ambientales además de perseguir las tradicionales metas de viabilidad económica y financiera, de incrementar la eficiencia de los sectores productivos, así como de satisfacer las necesidades de los turistas, de las comunidades y de los empresarios que operan en el sector.

La nueva revolución tecnológica está propiciando el apareamiento de valores y estilos de vida a nivel mundial, que tienen también importantes influencias en la actividad turística.

La demanda turística actual, especialmente la que conforma estratos de altos niveles de estudio y con capacidad de gasto, plantean una preferencia por espacios naturales y culturales de gran calidad, autenticidad y seguridad.

No se trata ya de los viajeros que transforman su tiempo libre en una válvula de escape para superar las tensiones de la vida diaria, sino de aquellos que convierten ese tiempo libre en el enriquecimiento de su

personalidad, mediante experiencias integradoras y de alto contenido cultural y vivencial.

El ecoturismo aparece entonces como una nueva modalidad en los viajes, que empieza a tener significación en el mercado.

Por ejemplo, en México, existen ya destinos específicos en esta modalidad como son: el ejido Tres Garantías, en el estado de Quintana Roo, desarrollado por sus ejidatarios; Motozintla, en el estado de Chiapas, cuya comunidad indígena ofrece recorridos ecoturísticos; Mazunte, en la Costa Esmeralda del estado de Oaxaca, en donde se puede observar la vida de las tortugas y El Vizcaíno, en el estado de Baja California Sur, que es un santuario para la observación de la ballena gris.

En Costa Rica, se aprecian actualmente los proyectos de La Escalera del Mono y el cruce de rápidos en el río Reventazón. En la vecina Guatemala, el biotopo del quetzal, cerca de la ciudad de Guatemala, que constituye un espacio protegido para la observación de estos pájaros.

Dentro del marco de esta nueva filosofía de los viajes y la recreación, este nuevo turismo ha permitido construir el concepto de desarrollo sustentable o sostenible, que cada vez más está siendo promovido por muchas organizaciones internacionales y gobiernos. En términos simples, el concepto de sustentabilidad significa "mejorar la calidad de la vida humana, sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que la sustentan."

En la última década del siglo XX, hay un consenso generalizado de que las perturbaciones ambientales son uno de los mayores desafíos de la humanidad. En este contexto, pareciera ser que la visión de desarrollo económico se enfrenta al de la calidad ambiental, si se toman en cuenta las modalidades de los procesos de desarrollo impulsados por varios países, especialmente los subdesarrollados.

La satisfacción de las demandas mínimas de una población creciente de pobres y marginados, está obligando a las autoridades a buscar

soluciones destructoras del medio ambiente, como son la tala indiscriminada de árboles, el agotamiento de las reservas de agua dulce, las diversas formas de contaminación y el deterioro de los sistemas atmosféricos y climáticos.

Para hacer operativo el concepto de sustentabilidad, han sido propuestos nueve principios rectores, vinculados entre sí. Ellos son:

1. Respetar y cuidar la comunidad de seres vivientes.
2. Mejorar la calidad de la vida humana.
3. Conservar la vitalidad y diversidad de la Tierra.
4. Reducir al mínimo el agotamiento de los recursos no renovables.
5. Mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra.
6. Modificar las actitudes y prácticas personales.
7. Facultar a las comunidades para que cuiden de su propio medioambiente.
8. Proporcionar un marco nacional para el desarrollo y la conservación.
9. Forjar una alianza mundial.

El desarrollo sustentable no está exento de objetivos económicos y de protección ambiental, también de alcances sociales y motivaciones culturales. Pero uno de los principales objetivos, como es involucrar a las comunidades locales en los beneficios de la actividad, se alcanza tanto mediante la generación de empleos creados por otros como por micros y pequeñas empresas, cuya propiedad es de los miembros de la comunidad.

De esta forma se internalizan los beneficios a favor de las comunidades, más que si participaran como asalariados. Por ejemplo, en Guatemala, se ha desarrollado un proyecto de esta naturaleza en el

pequeño poblado de Totonicapán, cerca de Chichicastenango, en la zona norte de Guatemala, que se dedica a la elaboración artesanal de artículos de barro.

Pareciera ser que en la vecina Guatemala, en 1992, se elaboró un Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable hacia el año 2000, que modifica la visión y sus estrategias en el campo del turismo. El objetivo superior del Plan es "Contribuir al desarrollo sustentable del país", y sus objetivos estratégicos son:

9.14.1. De orden social.

Contribuir óptimamente al progreso social y cultural del país. Para ello se hace necesario:

- a) Mejorar la calidad de vida de la población guatemalteca.
- b) Preservar, valorizar y potenciar el patrimonio natural, cultural e histórico del país.
- c) Generar puestos de trabajo calificados en las zonas turísticas.

9.14.2. De orden económico.

Consolidar un desarrollo turístico sustentable, económicamente rentable, a través de:

- a) Integrar funcionalmente a los diversos actores, directa e Indirectamente involucrados.
- b) Velar porque el manejo de los recursos sea adecuado y eficiente.
- c) Revisar la planta instalada, fortalecerla y ampliarla.

9.14.3. De orden político.

Mejorar la interrelación entre los guatemaltecos y la imagen internacional del país mediante lo siguiente:

- a) Propiciar la participación activa de las comunidades con potencial turístico en el desarrollo sustentable del país, para favorecer la estabilidad política y la paz interna.
- b) Estrechar las relaciones y las colaboraciones a nivel regional e internacional.
- c) Proyectar objetivamente la imagen del país.

Como puede observarse, el plan se aparta sustancialmente de la visión tradicional, haciendo partícipe de los esfuerzos y beneficios a los actores y comunidades locales.

El turismo sostenible ofrece múltiples y variadas posibilidades para la atención de importantes segmentos de las sociedades modernas que buscan espacios y períodos de ocio. En términos generales, el turismo sostenible se convierte en un instrumento que coadyuva al desarrollo de zonas pobres y deprimidas de los países subdesarrollados.

Como turismo sostenible, destacan ciertas nuevas categorías de utilización del tiempo de ocio como el ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, turismo científico, observación de flora y fauna, turismo de estancias, turismo cultural y otros, que además de permitir importantes impactos socioeconómicos, supone la obtención de otros objetivos, tales como:¹⁵⁹

- a) Favorecer el desarrollo y equilibrio del territorio.
- b) Mejorar las condiciones de vida y los ingresos del sector agrario.

¹⁵⁹ Marina Niding. Turismo sostenible, Comunidad local y competencias para el desarrollo. Universidad de Misiones (UnaM), Argentina.

- c) Estimular la permanencia de la población en las zonas rurales y evitar su migración.
- d) Revalorizar la producción de los productos tradicionales.
- e) Promover las iniciativas culturales locales, y
- f) Lograr un flujo de relaciones entre campo, pueblo y ciudad.

Bajo estas categorías, subyace un concepto de desarrollo económico, entendido como un proceso mediante el cual la comunidad fortalece sus condiciones para crecer en lo económico, social, cultural y educativo. En este sentido, la comunidad adquiere una dimensión participativa con el Estado, para definir su papel en los planes generales de desarrollo.

Por supuesto, existen enfoques teóricos que consideran que la economía y el medio no son compatibles y que el concepto de desarrollo sustentable no es más que una elucubración teórica. Pero por otra parte, muchos especialistas modernos sostienen que no se puede adquirir una verdadera calidad de vida sin la preservación del medio.

No cabe duda, que la conceptualización y práctica del desarrollo humano sustentable tienen sentido solamente desde valores diferentes, en donde cuentan las clases de comunidad, sus recursos naturales, culturales, étnicos, sociales, etc.

Pero sobre todo una conciencia y visión del papel del hombre en el planeta y la obligación de cuidar y preservar sus recursos para las futuras generaciones.

Se requiere de un nuevo espíritu cívico y comunitario, que hace del desarrollo sustentable una forma de vida que no agota el sistema social y el medio que lo hace posible.

El desarrollo sostenible, según la Declaración de Río, se conceptualiza como "el derecho de los seres humanos a una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza y establece que el desarrollo debe realizarse de manera que se satisfagan equitativamente las necesi-

dades relativas al desarrollo y al medio ambiente de las generaciones presentes y futuras.”

En el campo del turismo, siendo éste “una promesa de prestación de servicios básicos y complementarios en un tiempo concreto y en un entorno determinado”, es igualmente en esta nueva concepción, una promesa de uso del espacio natural y antrópico.

Significa que el proyecto turístico sostenible garantiza la biodiversidad, la autenticidad cultural y una mayor calidad del ambiente turístico.

La calidad, a la que nos hemos referido recurrentemente, se define por medio de la comparación entre las expectativas de lo que el turista espera consumir en los productos y servicios y sus percepciones después de que los ha consumido.

Significa que la calidad es la satisfacción del consumidor y su grado de satisfacción manifestado después de la experiencia turística. Es una comparación final entre expectativas y utilidades percibidas de su viaje.

Las utilidades o beneficios no son más que las motivaciones perseguidas por el turista, las que pueden clasificarse en las siguientes categorías:

- a) Funcionales: que son las que atienden las necesidades básicas originadas por el viaje, tales como: comer, dormir, desplazarse.
- b) Simbólicas: aquellas que satisfacen las representaciones o el imaginario que el turista tiene sobre el lugar o la actividad elegida. Se asocia a la imagen del producto.
- c) Vivenciales: comprende las emociones y sentimientos que se desarrollan durante el viaje y sus actividades.

El turismo sostenible se convierte en una oportunidad para el desarrollo local, ya que ofrece múltiples respuestas para satisfacer el ocio de importantes segmentos de población de las naciones industrializadas; al mismo tiempo, posibilita los medios para impulsar el desarrollo de zonas deprimidas.

Conviene, sin embargo, adoptar las modalidades apropiadas para evitar los efectos nocivos de los flujos de turismo incontrolados. El propósito es que el lugar de destino consiga esa necesaria integración entre turismo, ambiente y habitante, más allá de la venta de los recursos sin importar los costes y los efectos negativos que, en el pasado, han acompañado a estos movimientos humanos.

A continuación, se hace un recuento de los costes sociales reconocidos del turismo:

Costes Sociales	
De carácter económico	De carácter social
<ul style="list-style-type: none"> • Efectos inflacionarios • Fugas de capital • Ciclos de estacionalidad con desempleo • Susceptible a cambios, fluctuaciones económicas y modas • Crea dependencias externas • Fomenta el desarrollo económico desequilibrado • Crea efectos "demostración" • Destruye recursos y crea contaminación 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación social • Genera estereotipos y crea xenofobias • Aumenta la delincuencia • Desnaturaliza la cultura, la religión y el arte • Afecta la estructura familiar

Capítulo X

Reflexiones en relación con los valores y perspectivas para una futura política turística en El Salvador.

Un análisis del mercado turístico mundial en la actualidad, requiere de una revisión de sus antecedentes partiendo de la segunda mitad del siglo XX. El crecimiento de la aviación y la expansión de la industria automotriz, a precios más asequibles a la población, dio origen al despegue y crecimiento del "turismo masivo". A partir de los años 60, se asiste a un boom de desarrollo turístico, que se consolida en la década de 1970.

La masividad de la demanda obligó igualmente a una expansión por el lado de la oferta, caracterizada por una estandarización de los servicios y productos turísticos, en el marco de un enfoque capitalista de maximización de beneficios y reducción de costes.

Su máxima expresión ha sido el consumo en serie, la homogenización de los servicios, comercializados en "paquetes turísticos", que ofrecieron servicios semejantes en cualquier parte del mundo.

El turismo como actividad económica pretende emular al desarrollo industrial, mediante la masificación de los flujos y los productos, generando fuertes inversiones iniciales de propiedad de grandes cadenas internacionales en el campo de la hotelería, empresas de transporte y agencias de viajes, que dominaron los mercados internacionales.

Fueron paquetes turísticos rígidos (viaje todo incluido), ofrecidos hacia un mercado de demanda común: turistas poco exigentes, con escasas

expectativas y diferenciación,¹⁶⁰ y con mucha facilidad de ser satisfechos con costos reducidos.

Este enfoque de mercado naturalmente nada tenía que ver con las particularidades físicas y socioculturales de los lugares de destino, su conservación y preservación, así como las repercusiones de los daños que este turismo masivo producía en los entornos visitados.

A partir de 1980, en los países desarrollados e industrializados, el aumento en el tiempo libre y la renta disponible de sus ciudadanos, impulsa al desarrollo de las llamadas "industrias de ocio" cuyo objetivo de mercado son segmentos de población igualmente estandarizados que, en un mundo globalizado, compiten con la cultura, los espectáculos, los medios de comunicación y otra clase de entretenimientos.

Se trata de las grandes transnacionales como Hollywood, Disney, McDonald's, que disponen de los medios modernos de organización, comunicaciones, mercadeo y publicidad, para captar y mantener segmentos de mercado que responden a patrones culturales de una cultura de masas.

Pareciera que los enclaves turísticos que basaron su despegue y crecimiento económico en la oferta de productos de sol y playa, han cerrado su ciclo de expansión, mostrando claras tendencias declinantes. Se prevé la necesidad de reposicionarse en los mercados diversificando y agregando a sus ofertas, nuevos eventos que tengan que ver con la organización de megaeventos, exposiciones, competiciones deportivas y otras.

Todo lo anterior conduce a reconocer que las estrategias aplicadas en los años pasados para atraer a los turistas han o están caducando, lo que requiere una nueva visión en la oferta turística que, según los entendidos, debe satisfacer las características siguientes:

¹⁶⁰ Básicamente la demanda estaba orientada a recursos de sol y playa.

- a) una necesaria desestandarización de los productos y servicios,
- b) la descentralización en el diseño de la oferta turística y
- c) la búsqueda de la calidad total.

Como fenómeno cultural, los nuevos turistas se niegan a ser "envasados" en paquetes fijos, estandarizados y predeterminados, buscando destinos singulares, alternativos, heterogéneos, con un alto grado de calidad. El logro de la calidad involucra igualmente a los demandantes como a los oferentes, de tal forma que todos los habitantes del destino turístico deberán cumplir con las expectativas que le fueron generadas al turista al momento de su decisión, partiendo del hecho que este nuevo turista no hace un recorrido neutral de espacios sino que pretende sumergirse en el medio visitado.

En nuestro país, a partir de 1970, coincidiendo con el fenómeno de masificación del turismo a nivel mundial, las autoridades del Instituto Salvadoreño de Turismo de esos años empezaron a preocuparse por captar algunos segmentos de turismo en los mercados internacionales.

Se advertían los grandes obstáculos y valladares existentes en la promoción del país, entre ellos la escasa y deficiente infraestructura turística, los escasos y relativamente pobres recursos hoteleros, las inexistentes facilidades para atender un turismo internacional, especialmente en las potenciales zonas de destino.

Se llegó a aceptar que las bellezas naturales y recreativas con las que contaba el país, por sí solas, no tenían ningún atractivo para el turismo internacional y que el único recurso con que se contaba eran los de sol y playa, siempre y cuando fueran objeto de una planificación y de las inversiones suficientes para hacerlos competitivos.

Las inversiones en este campo debían ser cuantiosas, pues de lo contrario los sectores privados, nacionales y extranjeros, no estaban dispuestos a arriesgar sus capitales en empresas de dudoso resultado.

Además, había que invertir en campañas de promoción internacional muy caras para la dimensión económica del país, que en el mercado mundial no podían competir con las campañas promocionales de los grandes destinos turísticos. Era una gota de agua en el mar.

Desde una óptica estatal se intentó planificar los pasos para ordenar el futuro desarrollo turístico nacional. Los llamados turicentros, lugares de belleza natural, tenían atractivo para las familias salvadoreñas pero no servían para el turista extranjero.

Los pueblos típicos y la cultura local tampoco se consideraban atractivos para promocionarnos internacionalmente y, evidentemente, las escasas zonas arqueológicas, diminutas y carentes de incentivos, no eran capaces de competir con otros recursos regionales de la misma categoría como Copán en Honduras y Tikal en Guatemala.

Con ayuda financiera internacional, se realizó un estudio muy completo de la costa salvadoreña, elaborado por una firma internacional que recibió el aval profesional de la OEA. El objetivo principal era determinar cuáles serían las zonas potencialmente más aptas para convertirse en "polos de desarrollo turístico".

El Estado sería el garante de iniciar un vasto plan de inversiones, para construir y desarrollar el polo, dentro de una política nacional de desarrollo económico y social, tan en boga en los países subdesarrollados de esa época.

En este Estudio de la Costa, se determinaron tres polos potenciales de desarrollo turístico: el primero, en las playas de El Tamarindo, en el departamento de La Unión; el segundo, en las playas de la Costa del Sol, en el departamento de La Paz; y el tercero, en las playas de Garita Palmera, en el departamento de Ahuachapán.

El gobierno y las autoridades de turismo, se decidieron por impulsar la Costa del Sol, como el primer polo, con base en algunos factores como la cercanía al aeropuerto internacional de El Salvador, en Comalapa, y

también a la ciudad de San Salvador, con la que se comunica por medio de una autopista.¹⁶¹

Lamentablemente, no hubo un diseño territorial y un plan de desarrollo para esta zona, lo que ha tenido como consecuencia un desarrollo desordenado, con serias carencias en los sistemas de higiene, eliminación de desechos e infraestructura básica, permitiendo una aglomeración desordenada de ranchos privados, negocios de alimentos y otros, dentro de una confusa aglomeración de espacios.

Inicialmente se construyeron dos hoteles con características para recibir turismo internacional,¹⁶² pero tampoco contaban con alicientes adicionales como para estimular las visitas de turistas extranjeros. A la fecha, todas las construcciones hoteleras de la zona dan servicio a una clientela nacional, puesto que las visitas de turistas extranjeros son ocasionales. Con el tiempo, la Costa del Sol se ha convertido en un típico centro de recreación nacional, con el desorden y la anarquía propios de los demás centros vacacionales del país.

Paralelamente, en la línea de la planificación y administración profesional del turismo en el país, se inició la construcción del sistema de estadísticas de turismo, las que indiscutiblemente eran necesarias para conocer y analizar con detalle y amplitud el fenómeno del turismo.

Los primeros boletines estadísticos corresponden a este período, los que fueron mejorándose y ampliándose con el tiempo, así como por la colaboración obtenida de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana, la OEA y otros organismos internacionales de turismo.

También, se consideró necesario elaborar un Inventario de Recursos Turísticos, para identificar, calificar y sistematizar todos los recursos con potencial turístico del país, además de ser una herramienta básica para planificar el desarrollo turístico a nivel nacional.

¹⁶¹ Se reconoció que las playas de El Tamarindo eran mejores como recursos de sol y playa, pero la balanza se inclinó a favor de Costa del Sol.

¹⁶² Los hoteles Costa del Sol y Pacific Paradise.

Es así como el Estudio de la Costa, el Inventario de Recursos Turísticos y el sistema de estadísticas, serían el fundamento de un sistema de planificación para orientar las inversiones estatales, el desarrollo de la infraestructura, la política de incentivos, las labores de promoción y otra gran cantidad de actividades.

Después de este período, en el que concurren varios hechos, entre ellos el secuestro y asesinato del empresario Roberto Poma, en ese momento Presidente del Instituto Salvadoreño de Turismo, y también el inicio de un conflicto civil armado, que duró aproximadamente doce años, dieron por concluido todo este proceso.

Los conflictos militares entre la guerrilla y el Ejército, impidieron el acceso a muchos lugares del territorio salvadoreño, pero en realidad, el país entero se convirtió en un lugar peligroso y las prevenciones de no visitar el país, fueron dadas a nivel internacional.

El turismo interno decreció notablemente, las carreteras del país eran frecuentemente controladas por uno u otro bando, hubo momentos en que para llegar, por ejemplo, a la ciudad de San Miguel, en el oriente del país, había que hacerlo viajando en avioneta.

Todo el país era un potencial centro de batalla, la infraestructura eléctrica y de otros servicios era súbitamente destruida o interrumpida, y así como los viajes de vacaciones por parte de extranjeros desaparecieron, así se esfumaron los inversionistas y los promotores de negocios. La Costa del Sol fue una de las tantas zonas expuestas a los ataques guerrilleros y los proyectos hoteleros, como el Pacific Paradise que ya se había iniciado, pero fue abandonado totalmente.

Probablemente, las cifras de visitantes extranjeros en esos años, aunque reducidas mantuvieron ciertos niveles. En este caso se trató de visitantes extranjeros en una u otra forma, vinculados al conflicto. Eran asesores militares, agentes de inteligencia, periodistas, funcionarios de organismos internacionales, miembros de ONG y otros.

Estas personas fueron los ocupantes de los hoteles de la ciudad de San Salvador y los demandantes de los servicios turísticos. Otro grupo de visitantes que se mantuvo constante fue el de los hombres de negocios, generalmente proveedores o representantes de firmas internacionales, que participaban en el clima de negocios del país.

Desde los primeros registros estadísticos de que se dispone, de los visitantes extranjeros que ingresan al país son en su mayoría hombres de negocios. Los visitantes por motivos de recreación son mínimos o inexistentes. Por tal razón, las construcciones hoteleras y de alojamiento se encuentran concentradas en la ciudad de San Salvador.¹⁶³

Igualmente se ha desarrollado una compleja red de servicios de restaurantes, centros comerciales, algunos centros de diversión nocturna, así como un moderno sistema de comunicaciones, bancos, agencias de viajes, que satisfacen las necesidades de los viajeros.

Esto contrasta con el escaso desarrollo hotelero y de servicios del interior del país, aun de ciudades de alguna importancia como Santa Ana y San Miguel. Las instalaciones hoteleras del interior del país son aptas para los nacionales pero no para turistas extranjeros.

Otra característica de esta clase de turistas es la tendencia a abandonar los hoteles durante el fin de semana, es decir, la ocupación hotelera es mayor de lunes a viernes, pero decrece sensiblemente en sábado y domingo.

Significa que el turista viene a trabajar y se retira una vez que ha cumplido con sus compromisos. Esto explica por qué el desarrollo hotelero y de servicios en lugares de recreación tiene una bajísima ocupación y demanda, o lo que es lo mismo, que los centros recreacionales del país no tienen ningún incentivo para el visitante extranjero.

¹⁶³ Teniendo el país un territorio tan pequeño, una persona puede desplazarse desde la ciudad a cualquier lugar de nuestro territorio en un solo día.

Otra característica a señalar es que la estancia promedio del visitante extranjero es de dos a tres días.¹⁶⁴ Es natural y tiene relación con el hecho de que son hombres de negocios, vienen exclusivamente por este motivo, y no está dentro de sus planes el esparcimiento en un lugar vacacional.

Desde la década de los 70, las autoridades de turismo han intentado la búsqueda de políticas para alargar la estadía de los viajeros. A la fecha esto no se ha logrado, y es racional pensar que continuará así hasta que el motivo de los turistas a nuestro país se haya convertido en un turismo vacacional y recreativo.

Pero esto significa que nuestro país no cuenta como lugar de destino para esta clase de turismo, que lo que tenemos no ha podido ser vendido durante más de treinta años y que no tengamos significado ni imagen en los mercados internacionales. Dicho claramente, la variable de una baja estadía promedio como un indicador del turismo, significa que un turista no tiene nada que hacer ni motivación para quedarse en el país.

En este punto, diferimos significativamente con Guatemala, Costa Rica y posiblemente con Nicaragua y Honduras como destinos turísticos, que disponen de complejos recreativos exclusivos para vacaciones, que ya son identificados en los mercados internacionales.

La otra variable significativa en este tema se refiere al gasto promedio del turista, que significa lo que utiliza para pagar sus gastos diarios en el lugar de destino, por cuarto de hotel, alimentación, diversiones y compras. Esta cifra es un promedio estadístico que difiere en función del tipo de turista, sus costumbres, sus aficiones, su capacidad económica personal y su idiosincrasia. Es simplemente un referente estadístico numérico, posiblemente muy alejado de la realidad, pero que es

¹⁶⁴ Estadísticas recientes han elevado la estadía promedio del turista a 7 días. Considero que la realidad no se corresponde con la cifra.

importante para las estadísticas nacionales para estimar cuántas divisas le deja al país cada visitante.¹⁶⁵

En los últimos años, a partir de 2002, las cifras estadísticas registran ingresos de divisas por concepto de turismo, como se detalla en el cuadro a continuación:

Cuadro No. 11
Estadísticas de turismo receptivo en El Salvador.
2002 – 2007

Año	Turistas Visitantes (en millones de dólares)	Ingreso en divisas
2002	950,597 86,504	342.27
2003	857,374 78,021	373.00
2004	966,416 78,509	424.73
2005	1.154,386 179,044	644.01
2006	1.257,922 222,404	870.67
2007 ¹⁶⁶	1.069,000 322,000	744.90

Fuente: CORSATUR y Ministerio de Turismo

Sin embargo, cabe la duda de que dado que son estimaciones que se realizan sobre un supuesto gasto diario del turista, las cifras sean más optimistas que la realidad. Hay que considerar en estos estimados, la inflación interna desatada en el país por causa de la dolarización obligada hecha por el gobierno de Francisco Flores, el 30 de noviembre del año 2000, pues parece muy extraño el incremento

¹⁶⁵ Durante muchos años se consideró y todavía se sigue considerando que este era un indicador irrefutable de los beneficios del turismo. Pero esto es también discutible, ya que estos indicadores no tienen en cuenta los efectos perjudiciales y negativos que el turismo puede acarrear a los países. En muchos países del Caribe, los ingresos del turismo están íntimamente vinculados con la prostitución y la mafia, entonces habría que preguntarse si esta medición es correcta y suficiente.

¹⁶⁶ Cifras estimadas, con base en cifras reales de septiembre 2007.

extraordinario en el ingreso de divisas cuando el flujo de turistas no ha sido tan significativo.

Esto es muy evidente en el cuadro siguiente, que muestra el comportamiento en los ingresos de divisas del turismo, comparado con los ingresos de nuestros productos tradicionales de exportación.

Cuadro No. 12

Ingreso de divisas por turismo, comparado con los productos tradicionales de exportación
Años 1990 – 2006
(en millones de dólares)

Año	Café	Turismo	Azúcar	Camarón
1990	260.3	18.4	20.3	14.4
1991	219.5	39.8	31.9	19.9
1992	151.2	49.1	44.7	19.8
1993	226.3	40.7	31.1	25.8
1994	270.9	38.8	27.7	22.7
1995	361.8	40.9	37.8	26.0
1996	339.0	44.1	36.7	38.8
1997	517.8	74.6	56.0	29.0
1998	324.0	125.0	66.0	33.0
1999	245.0	210.6	37.0	35.0
2000	298.0	254.0	40.0	25.0
2001	115.1	235.1	70.0	19.6
2002	106.9	342.2	44.4	9.0
2003	105.0	372.9	47.0	11.0
2004	123.0	424.7	37.0	5.0
2005	163.3	644.2	66.6	2.9
2006	188.7	862.3	71.7	2.4

Fuente: Boletín Estadístico de Turismo. El Salvador. Centroamérica 2006.

10.1 Ministerio de Turismo.

De nuevo, el incremento en el ingreso de divisas de 74.6 millones en 1997 a 862.3 millones en 2006, no es congruente con el incremento en el número de visitantes extranjeros que ingresaron al país.

Es preciso aceptar que El Salvador no es un destino turístico competitivo a nivel internacional. Desde la década de 1970, las cifras estadísticas certifican que para el país, el turismo regional tenía mayor importancia no así el de otras latitudes. En la óptica de los empresarios y autoridades en este campo, el problema consiste en que los turistas centroamericanos tienen una capacidad económica menor y, por lo consiguiente, sus gastos en el lugar de destino son igualmente mucho más bajos que los que hace un turista norteamericano o europeo.

Por otra parte, el turista centroamericano tiene un nivel de exigencias más modesto en lo que respecta al alojamiento, alimentación y los servicios. Para estos turistas no se requieren hoteles de lujo, restaurantes de alta categoría y servicios sofisticados, por lo que no son bien vistos por las grandes cadenas y empresas transnacionales de turismo.

Esta situación ha llevado a que se les tenga de menos en los proyectos turísticos implementados por estas empresas, que siguen soñando con un flujo de turistas norteamericanos y europeos que no terminan de llegar.

La respuesta es simple: no se tienen todavía ni las instalaciones, ni la infraestructura, ni los atractivos que motiven un turismo de masas, a nivel internacional y con una alta categoría de ingresos. Por otra parte, ninguno de los sectores económicos del país está dispuesto a realizar las cuantiosas inversiones que se requieren para esta clase de turismo.

Una comparación realizada en el año 2002, sobre el posicionamiento del país con respecto a los demás países de la región, muestran que nuestro desempeño en este campo se encuentra en niveles muy similares a

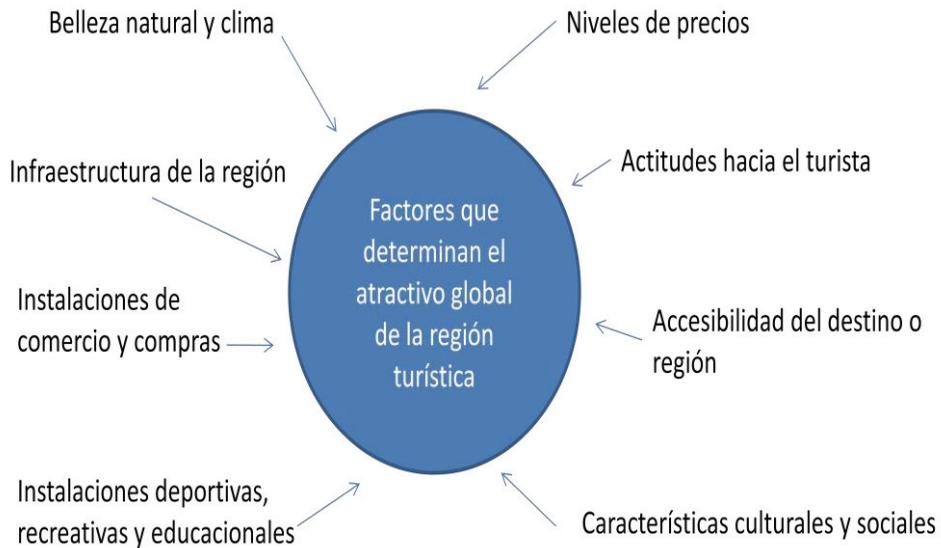
nuestros países vecinos y muy por debajo de República Dominicana, uno de los centros turísticos más importantes del Caribe.

Cuadro No. 13
Comparación del turismo de El Salvador con respecto a los
demás países de la región centroamericana.
Año 2002

País	Ingreso de Turistas (millones \$)	Ingresos en divisas Hotelera	Días de estancia	Número de habitaciones
Belice	196	206	.-	4,106
Costa Rica	1,106	1,102	11	28,826
El Salvador	795	254	3	4,899
Guatemala	826	518	9	16,230
Honduras	408	240	10	12,831
Nicaragua	486	116	3	2,764
Panamá	479	576	3	13,831
República Dominicana	2,97	2,895	10	51,916

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

A continuación, un gráfico de las variables que influyen en el atractivo de una región turística, demuestra los aspectos que requieren ser estratégicamente considerados en un plan de desarrollo turístico:



Indiscutiblemente, el turismo regional continúa siendo una opción más realista en el corto y mediano plazo. Como ejemplo, baste citar las inteligentes y sistemáticas campañas que nuestros países vecinos: Guatemala, Honduras y Nicaragua hacen en los medios periodísticos y de televisión del país para invitar a los turistas salvadoreños a desplazarse hacia esos países, especialmente en los períodos de vacaciones.

Con los pies en la tierra, las autoridades turísticas vecinas están conscientes de los beneficios y la facilidad de atraer el turismo de los países de la región. En el Plan 2014 de El Salvador, las instituciones turísticas le siguen dando un papel secundario al turismo regional, a pesar de que por más de treinta años ha movilizó más turistas que los recibidos de otras zonas de origen.

De las tres variables consideradas como estratégicas para convertir al turismo en una actividad económica de primera magnitud, como son el número de visitantes, la estadía promedio y el gasto diario, no han tenido incrementos significativos en los últimos treinta años. Se explica por el hecho de que son variables estructurales, que no pueden ser modificadas sino se anticipan modificaciones sustantivas de las estructuras que las determinan. Y para hacer estas modificaciones, se requiere de inversiones de capital y otras que se encuentran fuera de las disponibilidades del país.

Actualmente, nos encontramos inmersos en una crisis económica a escala mundial, que está dando lugar a nuevas concepciones teóricas y paradigmas, totalmente diferentes a los esquemas impuestos por el neoliberalismo y la economía capitalista. Los países subdesarrollados han sido las víctimas de un expolio por parte de los grandes monstruos transnacionales que, al final, nos han exportado sus fracasos.

El neoliberalismo no logra encontrar por su propia iniciativa las soluciones a sus viciadas prácticas de mercado, a la especulación incontrolada y al abuso de su poder económico, por lo que ha tenido que recurrir al obligado salvataje de las grandes potencias y sus instituciones financieras para solventar la crisis.

Los mercados deprimidos, el desempleo masivo y el agotamiento de la capacidad adquisitiva de los consumidores de los grandes países industriales, está influyendo en las economías de los países pobres en todo sentido, siendo necesario repensar el rumbo y las decisiones económicas internas.

En el campo del turismo, los años del turismo masivo y los destinos de grandes conglomerados, de las diversiones y hoteles de altos precios, del consumo irracional y abusivo, parece haber llegado a su final. El despilfarro característico de los viajes de placer de los años anteriores está siendo sustituido por una nueva gama de valores, que posiblemente permitirán optar por nuevas formas de viajar y divertirse.

Tal como ha sido planteado en páginas anteriores, las nuevas modalidades de hacer turismo plantean también nuevas opciones a nuestros países.

De nuevo es de señalar que Guatemala, Honduras, Costa Rica y Nicaragua, están trabajando en estas opciones y que nuestro país, sigue ilusionado con una posición y políticas que pertenecen al pasado.

Por ejemplo, el Plan 2014 hace énfasis en el turismo de convenciones, con el que se privilegia a las grandes empresas transnacionales y locales, pero siguen ignorando que para promover esta clase de turismo es necesario invertir mucho en atractivos complementarios y en la infraestructura, para convencer a los grandes operadores mundiales de ubicar en sus ofertas a este país como lugar de destino.

A la fecha, el turismo de convenciones no parece probable, se requiere tener además de las condiciones propias de infraestructura y hoteleras para esta clase de eventos, otros atractivos que sean lo suficientemente significativos para tomar la decisión de realizar un evento en El Salvador.

El turismo regional sigue siendo una opción lógica de corto plazo, y la más importante para el país, puesto que el turista centroamericano representó el 65% del turismo total del país en el año 2004 y el 68% en el año 2007.

Este turista desea llegar a confortables y buenas instalaciones de servicios turísticos, que además estén al alcance sus presupuestos, teniendo un menor grado de exigencias con respecto al turismo norteamericano y europeo.

Sin duda, es posible lograr un crecimiento notorio de la actividad turística si se dirigen los esfuerzos en captar un mayor número de turistas centroamericanos para los próximos años.

Recientes cifras sobre el comportamiento del turismo en el país reflejan un comportamiento del ingreso de turistas centroamericanos y norteamericanos así:

	Año 2004	Año 2007
Turismo regional	65%	68%
Turismo de EE.UU.	23%	21%
Total	88%	89%

Lo que confirma la posición de que es el turismo proveniente de Centroamérica y de los Estados Unidos, los que conforman el 89% de los visitantes que recibimos anualmente y los más importantes; el resto de visitantes son de carácter marginal, ingresando al país por motivaciones esporádicas y diferentes. Significa, en términos claros, que nuestro país no se encuentra entre los lugares deseables de destino para los habitantes de Europa y otras regiones.

El otro renglón que se hace necesario considerar es el llamado "turismo étnico". Se trata de un importante flujo de salvadoreños que residen principalmente en los Estados Unidos y Canadá, que año con año retornan a su país de origen a visitar a sus familiares y amigos, reforzando sus raíces con su lugar nativo. De acuerdo con una investigación realizada por CORSATUR en el año 2006, un 37% del turismo recibido por El Salvador corresponde a esta categoría de personas.

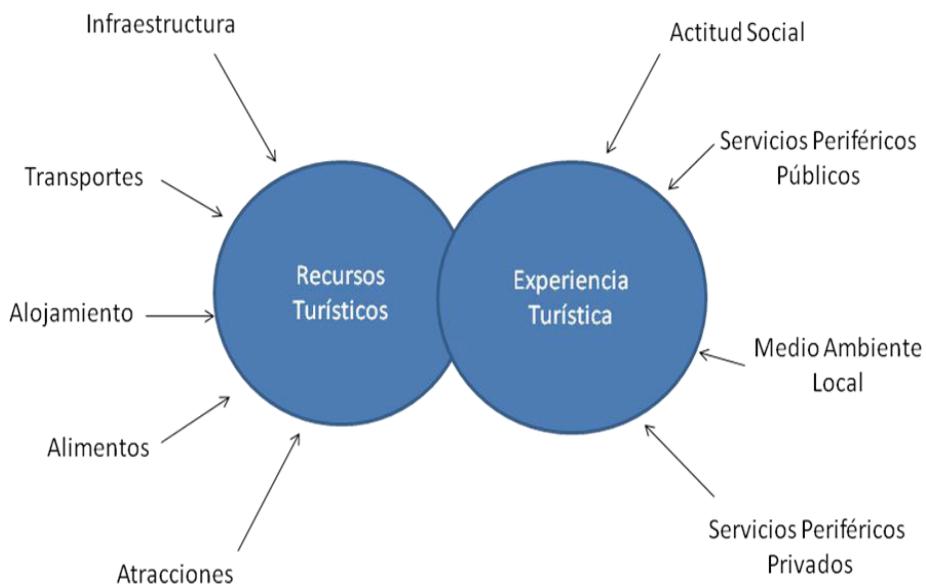
Todos ellos forman parte de la población económicamente activa en los países de residencia, trabajan y ganan sus ingresos para vivir y enviar remesas a sus familiares más cercanos. Muchos de ellos regresan para visitar el país y los suyos durante sus vacaciones, traen dólares para gastar y desean recorrer el país que dejaron atrás hace muchos años y, que posiblemente no conocieron.

Hoy, en una nueva dimensión económica y personal, quieren visitar los atractivos y bellezas naturales del país, acompañados de sus familiares.

Desde un punto de vista humano y antropológico, se sienten automotivados por su capacidad económica y quieren ser tratados en una categoría superior de personas, llegar a lugares y negocios que les estuvieron vedados en el pasado y ser servidos y atendidos como se hace con otras clases sociales.

Posiblemente no constituyen un mercado para las instalaciones hoteleras, pues generalmente se alojan en las casas de sus padres, hermanos o parientes cercanos; pero sí gastan en paseos, centros de alimentación, especialmente de comida típica, compran en supermercados, alquilan automóviles y desean visitar las más importantes zonas de sol y playa, algunos pueblos como Suchitoto, Ilobasco, La Palma en Chalatenango, Panchimalco y Los Planes de Renderos. Es indiscutible que son generadores de ingresos para muchas familias y negocios a nivel local, constituyendo un mercado importante para estas comunidades.

Los componentes del producto turístico son una mezcla de los recursos turísticos con la experiencia turística, por lo que se hace conveniente tener en cuenta los distintos factores que los componen, así:

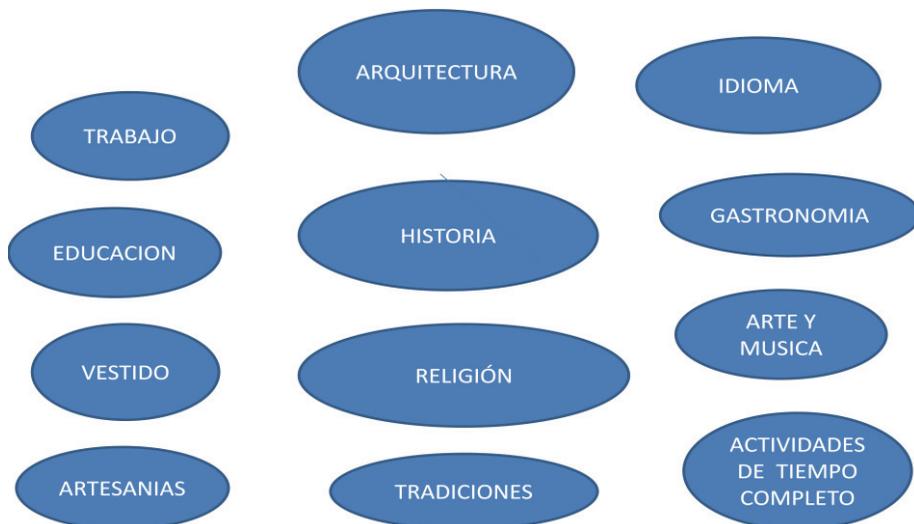


Desde una óptica económica, los ingresos de divisas que este flujo de personas puede aportar a la economía nacional son relevantes, especialmente porque es un flujo continuo y sistemático que llega durante todo el año, porque por su vinculación afectiva y de nacimiento es un mercado cautivo cuya opción es indudablemente su país, porque vienen a gastar con cierta generosidad como parte de un efecto cultural de “éxito y sobrevivencia en un país extranjero”, y porque igualmente como sucede con el turismo regional, no exigen infraestructura e instalaciones sofisticadas.

Atender a esta clase de turistas, requiere más de esfuerzos de organización local, de políticas solidarias y de instalaciones cómodas y modestas, sin negarle el paso a diversiones colectivas de mayores dimensiones como buenos restaurantes, hospedajes de categoría, centros de diversión y otros.

El turista necesita esparcimiento y caben todas las opciones posibles. Al respecto, el gráfico siguiente sintetiza los elementos sociales y culturales que contribuyen a definir y fomentar el atractivo de una región:

Elementos sociales y culturales que potencian una región turística



Los defensores del turismo como actividad generadora de divisas, argumentan la contribución de esta actividad en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países.

Posiblemente para países como México, España y los centros turísticos del Caribe, la contribución es importante; pero para El Salvador, por mucho que las últimas estadísticas hayan sobredimensionando los ingresos derivados del turismo, su contribución al PIB no es relevante.

A continuación se muestra un cuadro sobre dicha contribución en el país, que refleja el planteamiento hecho.

Cuadro No. 14

Participación del ingreso turístico en el PIB de El Salvador
Años 1995 – 2006

Año	PIB Millones de dólares	Ingresos turísticos Millones de dólares	It/PIB
1995	9,500.	40.9	0.4
1996	10,315.	44.2	0.4
1997	11,135.	74.7	0.7
1998	11,974	125.1	1.0
1999	12,470.	210.6	1.7
2000	13,213	254.3	1.9
2001	13,739	235.1	1.7
2002	14,212	342.2	2.4
2003	14,941	372.9	2.5
2004	15,942	424.7	2.7
2005	17,017	644.2	3.8
2006	18,554	862.3	4.6

Fuente. Boletín Estadístico de Turismo. El Salvador, C. A. Ministerio de Turismo.

Otro cuadro comparativo de los ingresos derivados del turismo con respecto a los ingresos que generan otras actividades económicas, demuestra que el turismo está todavía muy lejos de convertirse en un componente importante del PIB, y como ya se ha apuntado anteriormente, se requiere de enormes inversiones para apuntalar su desempeño.

Cuadro No. 15

El Salvador. Fuentes generadoras de divisas.

(En millones de dólares)

Año	Café	Turismo	Remesas familiares	Maquila
1997	517.8	74.6	1199.5	247.2
1998	322.0	125.0	1338.3	282.8
1999	245.1	210.6	1378.6	324.4
2000	297.9	254.3	1750.7	400.3
2001	115.1	235.1	1911.0	444.0
2005	163.6	644.2 - -		
2006	188.7	792.9	3470.9	632.6
2007	187.2	846.6	3695.3	567.2
2008	258.8	893.6	3787.7	646.6

Fuente. Banco Central de Reserva y CORSATUR.

El turismo étnico es un filón de insospechadas dimensiones, pertenecen a él los productos y servicios turísticos, son parte de sus aspiraciones nostálgicas, son personas que se fueron obligadas por las circunstancias pero pasan toda su vida aferrados a su terruño, a su familia y a su cultura. El Salvador es su país, vienen como ejemplos del sueño americano, quieren insertarse en su mundo natal, y son el componente de la demanda más firme, más leal y más permanente que pueda esperarse.

Varios factores justifican y motivan los esfuerzos hacia el turismo étnico: uno, la importante población que ha migrado a otros países, especialmente a los Estados Unidos;¹⁶⁷ dos, que esta población es a su vez la fuente generadora de las remesas familiares, porque no pierden el vínculo afectivo con su tierra y sus familias, y por tal motivo constituye una fuerte corriente de salvadoreños que regresan a visitar su país; tres, la capacidad adquisitiva de estos salvadoreños se convierte en una demanda de productos turísticos en la medida que realizan un turismo interno y vacacional y, cuatro, que los factores psicológicos y nostálgicos de estos grupos los motivan al consumo y las diversiones locales.

La investigación ya aludida, realizada por CORSATUR en el año 2006, cuando se investigan los motivos del viaje de los turistas que ingresan a El Salvador, reveló las categorías siguientes:

**Motivos del viaje de los turistas que ingresan a El Salvador.
Año 2006**

1) Motivos vacacionales, asociados al turismo de sol y playa (centroamericanos)	30%
2) Visitas a familiares y amigos (étnico)	37%
3) Visitas por negocios, ferias, convenciones y congresos	33%

Las cifras anteriores significan la existencia de un 67% de nuestros visitantes que son un mercado efectivo para el desarrollo de proyectos turísticos de dimensión regional y local; el 33% restante son los visitantes que tradicionalmente nos frecuentan desde hace más de

¹⁶⁷ La falta de empleo, la pobreza y la falta de oportunidades de la población, han provocado una significativa fuga de salvadoreños hacia el extranjero, especialmente hacia los Estados Unidos, en busca del "sueño americano".

treinta años, que corresponden a la categoría de hombres de negocios y que no tienen interés de hacer turismo vacacional.

En cuanto a la infraestructura hotelera, medida en los últimos once años, desde 1997 al 2008, la situación de su crecimiento se refleja en el cuadro siguiente:

Cuadro No. 16
El Salvador. Infraestructura en alojamiento disponible
Años 1997 a 2008.

Años	Hoteles	No. de habitaciones	Plazas cama	Tasa de ocupación	Estadía promedio
1997	130	3,750	7,500	65%	2.5
1998	135	4,000	8,000	68%	3.0
1999	168	4,535	9,070	70%	4.0
2000	179	4,800	9,600	61%	4.0
2001	201	4,996	9,992	50%	4.0
2002	202	5,152	10,304	51%	4.0
2003	190	4,501	7,252	53%	5.0
2004	215	4,766	8,120	53%	5.0
2005	270	5,757	10,118	60%	6.0
2006	286	6,518	12,089	61%	7.3
2007	307	6,877	12,872	57%	7.6
2008	307	6,877	12,872	57%	7.6

Fuente: Ministerio de Turismo y CORSATUR.

Llaman la atención algunas cifras del cuadro anterior; en primer lugar, en un período de once años se han duplicado las instalaciones hoteleras, pero este crecimiento responde a pequeños y medianos hoteles en su mayoría, ubicados en la ciudad de San Salvador, de menor categoría y precios más bajos, que el de los hoteles de las grandes cadenas. Esto se confirma por un menor crecimiento en el número de habitaciones y plazas cama. Por otra parte, la tasa de ocupación ha disminuido de 65% en 1997 a 57% en el 2008, lo que puede significar que la expansión hotelera ha sido mayor que la afluencia de turistas.

Esto es muy extraño puesto que el número de turistas aumentó en más de medio millón de personas en el período; lo que puede significar es que ese incremento en el ingreso de turistas corresponda a los salvadoreños residentes en el extranjero, que no utilizan hoteles pues se alojan con sus familias.

La estadía promedio es otra cifra que llama la atención, pues crece de 2.5 días en 1997 a 7.6 días en el 2008. Los días que un viajero necesita para conocer un país y agotar sus atractivos responde a condiciones estructurales que lo motiven para alargar su estancia en el lugar de destino.

No podemos decir que nuestro país tiene hoy en día atracciones de tal magnitud como para pensar que un viajero necesite de más días para su disfrute. De nuevo, es posible que esta cifra esté condicionada por la estadía de los salvadoreños residentes en el extranjero, que generalmente vienen de vacaciones y a visitar a sus familias por quince días o más. De aquí debe distinguirse bien estas mediciones para no crear espejismos.

Finalmente y, como un dato adicional, el 60% de los turistas son masculinos y el 40% son femeninos. Posiblemente en estos datos influya la cantidad de hombres de negocios que llegan al país con este motivo.

En el caso de las agencias de viaje, que para el 2006 son 2,262, su campo de operación y negocios son más como exportadoras de turismo que importadoras.

Las agencias nacionales de viajes se dedican a facilitar los viajes de los salvadoreños al exterior y muy poco, en contadas excepciones, se puede decir que promuevan el turismo receptor. Toda la promoción turística hacia El Salvador se deja en manos de las autoridades y el Estado, quien colabora porque se conozca el país en eventos internacionales y regionales.

El turismo interno, entendido como los desplazamientos de los nacionales a los recursos turísticos, naturales y culturales existentes no es promovido. Durante los períodos festivos del país: Semana Santa, agosto y diciembre, por regla general hay masivos desplazamientos de las poblaciones de las ciudades hacia el mar, ríos y montaña. Pero son desplazamientos desordenados, ocasionales, con alojamientos improvisados de temporadas, sin ninguna higiene y comodidad, prácticamente a la intemperie, dejando al final los lugares visitados con grandes cantidades de desechos, basura y proclives a la propagación de enfermedades y epidemias.

En el turismo interno, las visitas a los llamados turicentros, que son áreas de esparcimiento social provistas de piscinas, áreas verdes para el descanso, zonas colectivas para desvestirse y servicios sanitarios, son otra opción. Están administradas por el Instituto Salvadoreño de Turismo, y en forma permanente están abiertas al público durante todo el año. Responden a un concepto de turismo social, para los sectores de más bajos ingresos de la población, siendo una opción permanente para el esparcimiento popular.

El desplazamiento hacia estos lugares es solamente por un día, pero como están abiertos al público durante todo el año, ha permitido el establecimiento de pequeños negocios de alimentos, bebidas y otros servicios. De por sí no son aptos para turistas extranjeros, excepto de paso para tomar alguna bebida o alimento.

El turismo cultural, tampoco tiene una dimensión importante. Los desplazamientos a los sitios arqueológicos, pueblos coloniales, lugares históricos y museos, no responden a políticas definidas de promoción, siendo las visitas igualmente espontáneas. En algunos casos, los

miembros de la comunidad y pequeños empresarios se encargan de promocionar las fiestas locales, su folklore, su comida tradicional, sus tradiciones culturales e históricas.

Pero son, generalmente, iniciativas locales en donde es inexistente el papel de las autoridades turísticas. Por ejemplo, los festivales gastronómicos de Juayúa, Apaneca y Ataco, son iniciativas de los miembros de la comunidad; la feria de Jayaque, con la tradicional visita de los "cumpas", son igualmente promovidas por los empresarios y residentes del lugar. Joya de Cerén y los sitios arqueológicos de San Andrés, el Tazumal o Cihuatán, están olvidados por la promoción turística. Parece ser que lo importante para este organismo del Estado es únicamente las instalaciones del complejo internacional de playa Decamerón o los hoteles de la Costa del Sol.

Paralelo a este trabajo de promoción cultural, es necesario identificar los valores propios de cada sitio: culturales, históricos, artísticos, folklóricos y demás. En muchos pueblos están instaladas las llamadas "Casas de la Cultura", habiendo sido uno de sus trabajos la elaboración de una monografía propia de cada lugar. Es un punto de partida para que se elabore una recopilación y revaloración de esa información en vistas a preparar un inventario general de lo que se tiene y lo que puede ser susceptible de una valoración para muchos motivos, que no sean solamente los del turismo.

La política turística debería también enfocarse al desarrollo de los recursos naturales y culturales. Ambos requieren de una inteligente adecuación para ser ofrecidos como recursos turísticos, sin que corran el peligro de su deterioro. Aquí hay mucho espacio para trabajar, aunando esfuerzos del Estado, las comunidades locales y los empresarios. A la fecha, los esfuerzos en este campo son prácticamente inexistentes, no se conocen esfuerzos de coordinación para ir construyendo rutas turísticas para conducir a los visitantes por enriquecedoras experiencias naturales, culturales y tradicionales.

En este sentido, el país tiene mucha tradición que incorporar a la cultura turística, por ejemplo, en la danza de Los Historiantes que, bajo diversas

modalidades se realizan en Nahuizalco, Santo Domingo de Guzmán, San Antonio del Monte, en el departamento de Sonsonate; Tacuba, Ataco, San Pedro Puxtla, en el departamento de Ahuachapán; en Jicalapa, Talnique y Huizúcar en el departamento de La Libertad; en Tejutla en el departamento de Chalatenango; en Alegría en el departamento de Usulután; en Santiago Texacuangos y Panchimalco, San Marcos y San Martín en el departamento de San Salvador; en Santiago Nonualco, San Miguel Tepezontes, San Juan Tepezontes y San Francisco Chinameca en el departamento de La Paz; en Ilobasco en el departamento de Cabañas; en Apastepeque y San Vicente en el departamento de San Vicente y en Conchagua en el departamento de La Unión. Igualmente sucede con las danzas de Los Chapetones, Los Negritos, el Cucho de Monte y El Tigre y el Venado. Lo mismo sucede con la comida tradicional salvadoreña, los dulces, los refrescos y las artesanías, tanto de barro como de hilos o jarcias.

En el gráfico de la página 246 se describen los elementos sociales y culturales que contribuyen al atractivo de una región turística, los que deben tomarse en cuenta en el diseño de una política turística para cada uno de los lugares de nuestro territorio sujetos a programas de desarrollo en este campo. La adecuada combinación de ellos va a permitir su promoción, tanto interna como en el exterior, reforzando al mismo tiempo la identidad y autoestima de nuestras comunidades. El esfuerzo final estará en manos de los gobiernos locales y sus comunidades, en la búsqueda de un turismo autosostenible y sustentable, con permanencia en el tiempo. La suma de todos estos esfuerzos podrá llevar a convertir al país en un atractivo original y diferenciado.

La gastronomía juega un papel importante en la oferta turística y la cocina tradicional salvadoreña tiene muchos y variados alimentos que ofrecer; posiblemente, como lo señala uno de los tantos trabajos sobre este tema, parece que ha faltado la innovación de adecuarlos y presentarlos en la mesa de tal forma, que motive a los turistas extranjeros a degustarlos. Algunos restaurantes ubicados en la carretera de Las Flores, así como los que se encuentran en las poblaciones de

Ataco y Apaneca, como "La Cocina de mi Abuela", han elevado la categoría de estos platos populares para consumidores más exigentes.

La higiene y la calidad de la cocina son indispensables para evitar que puedan producir daños estomacales a las personas que los consuman. La política turística tiene mucho que hacer en este campo, desde la capacitación y las regulaciones sanitarias hasta las formas más atractivas de servirlos. Debe entenderse previamente que el paladar de los extranjeros hacia ciertas comidas no se encuentra debidamente adaptado, por otra parte existe cierto temor hacia preparados desconocidos, por lo que puede encontrarse alguna clase de aprensión. Corresponderá a los cocineros hacer gala de su innovación y técnica para hacerlos apetecibles.

En el campo del empleo, el turismo tiene la característica de generar grandes volúmenes de trabajo para personas con bajo nivel educativo. Hay muchas labores que requieren de mucha mano de obra no calificada que contribuyen a la limpieza y otros servicios de esta actividad; también se genera empleo para personas con un nivel de educación media en labores como bar tender, encargadas de aseo de habitaciones de hoteles, meseras de restaurantes, ayudantes de cocina y otros similares.

Con un mayor nivel, se perfilan los técnicos en hostelería y turismo, para actividades de recepción, telefonistas, edecanes de eventos, cocineros graduados, jefes de restaurantes, guías de turismo y muchísimos otros. A nivel profesional universitario, el turismo requiere de especialistas en administración, planificadores, mercadólogos, operadores turísticos, especialistas en estadística, antropólogos, ecólogos especializados en turismo y muchas otras especialidades.

En este último nivel es donde se encuentra el papel de las universidades, que actualmente han establecido la carrera de Turismo, pero que a mi juicio no tienen todavía muy claro el amplio panorama de esta especialidad en el ámbito universitario. Por otra parte, las universidades no están para preparar técnicos, en el país hay centros de enseñanza técnica como el ITCA, que lo están haciendo mejor. Este instituto, para empezar, cuenta con instalaciones, laboratorios,

equipamientos, un restaurante para las prácticas de sus chefs de cocina y demás personal idóneo, que las universidades no tienen.

Con base en el VII Censo Económico de El Salvador, en el año 2004, se llegó a estimar que los empleos generados por el sector turismo ascienden aproximadamente a 55,000, distribuidos de la siguiente forma:

Subsector de actividad	Número de empleos
1. Hoteles	4,988
2. Restaurantes y discotecas	40,141
3. Transporte de pasajeros	10,203
4. Transporte vía aérea	880
5. Agencias de viaje	2,262

La calidad de este empleo es sumamente discutible, tanto en los niveles de remuneración para los trabajadores, para su calidad de vida y por los beneficios que el turismo, como instrumento de desarrollo, les brinda. En su gran mayoría, son empleados de servicios como cocineros y ayudantes de cocina, supervisores, mucamas, bar tender, servidores de mesas, trabajadores de limpieza, con escaso nivel educativo y todavía más escasas oportunidades de superación.

Cabe la interrogante en este punto, sobre cuál será el papel que van a jugar las universidades en la preparación de especialistas para impulsar el turismo como una actividad viable y consistente para el desarrollo nacional.

Por otra parte, la investigación citada,¹⁶⁸ también mostró que el 70% del transporte utilizado por los turistas que llegan a El Salvador son por la vía terrestre, y que solamente el 30% de éstos llegan por vía aérea. Esto viene a confirmar la importancia que el turismo regional tiene para nosotros, pues es evidente que son los turistas centroamericanos los que tienen la opción de hacer sus viajes por tierra.

De los visitantes que ingresan por vía aérea, una gran parte de ellos corresponde al flujo de salvadoreños residentes en el exterior que anualmente llegan durante los períodos festivos. La línea aérea de bandera nacional (TACA), que tiene conexiones con muchas ciudades de los Estados Unidos moviliza gran parte de este mercado, sin embargo, tiene una fuerte competencia de otras líneas americanas como American Airlines, Continental y United Airlines.

Una de las quejas más frecuentes de los viajeros por vía aérea son los altos precios del viaje, especialmente si se compara con las tarifas aéreas que se cobran, por ejemplo, desde las ciudades norteamericanas a Europa u otros destinos. Se le atribuye a las condiciones de cuasi monopolio de las que goza TACA, una influencia negativa sobre los precios de las tarifas; entonces parece conveniente que si se pretende aumentar el número de turistas que se transportan por vía aérea, se deban racionalizar las tarifas y someterse a una competencia en el mercado.

Se ha dicho que El Salvador es un país de "modas", pues después de más de veinte años de que el turismo cayó en un profundo sueño, aparece nuevamente como una tabla de salvación para la captación de divisas, frente al peligro de una casi cierta caída de las remesas familiares.

Lamentablemente, la mayor parte de las iniciativas que se trata de realizar en el país van acompañadas con una gran dosis de improvisación, y en este caso la historia se repite. No hay una planeación coherente que apoye los esfuerzos para impulsar el

¹⁶⁸ Investigación realizada por CORSATUR en el año 2006.

desarrollo turístico en forma integral, no existen los mecanismos de coordinación, no existen programas de acción, no hay estudios que respalden dichas acciones, no se tienen mecanismos de fomento ni de financiamiento para los proyectos. El Ministerio de Turismo de la recién finalizada administración del presidente Saca, se concretó a tratar de promover el turismo de convenciones, cuyos resultados aún se siguen esperando.

Para promover las inversiones turísticas, el Ministerio de Hacienda diseñó un paquete de incentivos fiscales para las nuevas inversiones por un período de cinco años, contados a partir de la fecha de la inversión (Art. 36, de la Ley de Turismo); que son:

- a) exención del impuesto sobre la Renta, durante diez años, contados a partir del inicio de las operaciones,
- b) introducción al país de bienes libres de derechos de importación y del impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA);
- c) exención del impuesto sobre la transferencia de bienes raíces destinados al proyecto;
- d) exención de hasta el 50% del valor de los impuestos municipales que afecten a la actividad turística.

Pese a estos favorables incentivos las inversiones no se efectuaron, confirmando el principio económico de que las inversiones son producto principalmente de expectativas de mercado y que los incentivos actúan complementariamente. Como se ha insistido en este trabajo, mientras los factores estructurales de este mercado no sean modificados en función de garantizar una demanda consistente, sistemática y estable, ninguna empresa y menos empresas grandes y transnacionales, van a arriesgarse en negocios inciertos.

En la política de incentivos están ausentes los estímulos a las pequeñas y microempresas, que deben tener un diseño diferente y que requieren

de patrocinio o cooperación de instituciones municipales, locales y estatales. Pero son importantes porque son precisamente los pequeños negocios los que, además de revertir sus beneficios en la comunidad, constituyen negocios que por su dimensión pueden ser más estables y competitivos en las zonas turísticas en donde se privilegie el turismo cultural, ecológico y tradicional. Estos proyectos y sus inversiones deben dimensionar y ser del ámbito de los municipios y sus habitantes.

En el pasado, la planificación del turismo estuvo concebida como mega proyectos, cuantiosas inversiones estatales y una respuesta de la misma magnitud de los inversionistas privados, como en el caso de Cancún o Cozumel. Pero el tiempo ha demostrado que dichos proyectos son viables para un país como México, cuyos atractivos y potencial turístico son de una magnitud con la que no cuenta nuestro país. El ámbito de trabajo de un país como El Salvador es mucho más modesto en sus inicios, y sus proyecciones están igualmente restringidas por su realidad. Sin embargo, es posible convertir al turismo en una actividad viable y en un instrumento de desarrollo.

La diversidad biológica tiene un valor social en las comunidades locales. Los acuerdos internacionales en materia de protección del medio ambiente estiman que las estrategias de desarrollo deben propiciar la sostenibilidad como requisito indispensable para el logro equilibrado, interdependiente e integral, de los objetivos económicos, sociales y ambientales.

En este campo, El Salvador como país, debe hacer resaltar su singularidad así como establecer algunas alternativas de desarrollo. Su territorio cuenta con una superficie de apenas 20,742 kilómetros cuadrados, una población aproximada de 5.7 millones de habitantes, en donde el 57% de ella está concentrada en áreas urbanas y el 43% restante en las zonas rurales. La densidad de población es alta, 273 habitantes por kilómetro cuadrado, y una tasa de crecimiento demográfico del 2%.

En el área económica, los Indicadores de Desarrollo Humano lo ubican en la posición 104, con una renta per cápita de \$4,000 dólares por año,

formando parte de los países de “desarrollo humano medio”. Pero el Índice de Pobreza Humana lo ubica en una posición de 34 entre 85 países, en donde una parte importante de la población, entre el 25% al 48%, se encuentra por debajo del límite de pobreza.¹⁶⁹

Por otra parte, en 1998, el 12% de los activos son ocupados en la agricultura, el 28% en la industria y el 60% en los servicios, respondiendo así a la política de los gobiernos de derecha que administraron el país desde 1989 al 2009, de convertir al país en una inmensa zona maquilera. Se confirma así el abandono del campo frente a un creciente aumento de las actividades industriales y de los servicios. Un 30% de la población está catalogada en un nivel de pobreza relativa y otro 18% adicional se encuentra en condiciones de pobreza extrema.

También es preciso reconocer que el turismo es muy sensible a los problemas de carácter político, a las catástrofes naturales, a los peligros de la salud y contraer enfermedades, a la falta de estabilidad social que lleve a alterar los elementos o factores que garanticen el disfrute de un viaje placentero. La afluencia de turismo responde de inmediato a dichos problemas, provocando significativas reducciones en los flujos de turistas. Valga citar, como ejemplo, la reducción de casi 24% del turismo regional como consecuencia de los problemas de criminalidad en Guatemala y la inestabilidad política en Honduras para el año 2009.

La promoción de las pymes también debe formar parte de esta política, dado que representan el 90% del total de las empresas del sector turismo en la región. Además, son una importante fuente generadora de empleos y se insertan en todas las actividades de los servicios. Las pymes cuentan con una gran fortaleza como es su flexibilidad, que es una característica que les permite adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado.

Sin embargo, en la promoción de estas empresas, debe tenerse en cuenta que son muy vulnerables a las crisis de la economía, a las

¹⁶⁹ Estas cifras confirman el agobiante problema económico de una concentración del ingreso en pocas manos.

excesivas reglamentaciones y al juego de cabildear apoyos del gobierno. Por el hecho de tener una limitada capacidad de negociación no tienen fácil acceso a las fuentes tradicionales de financiamiento.

Pero sí tienen una gran capacidad para adaptarse y aprovechar las oportunidades del mercado, más que lo que pueden hacer las grandes empresas que responden con mucha lentitud a las transformaciones del entorno. En tal sentido, parece razonable intentar una racional relación entre las pymes y las grandes empresas, en actividades off sourcing y en la prestación de servicios compartidos.

El turismo tiene que ser redimensionado en sus objetivos y alcances, dentro de una política nacional de desarrollo, si es que se quiere convertir en una actividad productiva a favor de la calidad de vida y el bienestar de la población. En este marco conceptual, la planificación turística debe atender los aspectos siguientes como metas de trabajo y diseño de la política turística.

10.2 Las metas en el campo económico son:

- a) El mejoramiento de la balanza de pagos,
- b) el incremento del Producto Interno Bruto,
- c) la redistribución del ingreso,
- d) el impulso de zonas o regiones de menor desarrollo relativo.

10.3 En el campo social:

- a) La generación de empleos productivos,
- b) el descanso y esparcimiento de la población.

10.4 En el campo cultural:

- a) La protección del patrimonio histórico-cultural,
- b) el incremento en el nivel educacional de la población,

10.5 En el campo político:

- a) La integración nacional,
- b) la proyección de la imagen del país en el exterior,
- c) la contribución a la salvaguarda de la soberanía y seguridad nacional.

La política turística en El Salvador requiere ser redimensionada, no es posible continuar especulando en expectativas que son muy poco probables en este campo y en su actual coyuntura. La esporádica afluencia de turismo internacional como parte de eventos igualmente esporádicos, no significa que pueda esperarse una sistemática afluencia de visitantes extranjeros, cuyas expectativas y motivaciones para realizar un viaje de placer desde Europa, los Estados Unidos y otras regiones remotas del planeta, no tienen una razón consistente.

Sin embargo, nos cuesta reconocer que las opciones de corto plazo capaces de hacer del turismo una actividad productiva y rentable se encuentra en un desarrollo del turismo regional, del turismo étnico y del turismo nacional.

En el año 2009, en donde la crisis económica mundial ha obligado a muchos países subdesarrollados a revisar sus oportunidades y debilidades en sus políticas de desarrollo, una involución hacia la potenciación de las capacidades y los mercados nacionales ha sido una respuesta coherente para superar los efectos adversos de recesión económica mundial, el desempleo en los grandes países industriales y la caída en la demanda de bienes y servicios, entre ellos el turismo, forman parte de una realidad restrictiva y desfavorable, que afectará a nuestros países. Volverse entonces hacia la formación de empresas un tanto autónomas de las estructuras críticas merece ser examinado.

BIBLIOGRAFÍA.

Ayllón Trujillo, María Teresa. Algunos retos para las próximas décadas: planificación turística sostenible y perspectiva de género.

Barraza Ibarra, Jorge. Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días. (Cinco tomos) Editorial UTEC. 2003 – 2007.

Castejón Montizano, Rafael. Méndez Pérez, Esther. Introducción a la economía para Turismo. Editorial Prentice Hall. España. 2003.

Castellanos, Juan Mario. El Salvador 1930 – 1960. Dirección de Publicaciones e Impresos. Consejo Nacional para la Cultura y el Arte. El Salvador, 2002.

Cebrián, Francisco. Potencialidades turísticas en sectores ecológicos frágiles. El Golfo de Fonseca (El Salvador) en el corredor biológico Mesoamericano. Universidad de Castilla-La Mancha. España.

Chávez de la Peña, Jorge. Ecoturismo TAP. Editorial Trillas. México. 2005.

De Morales, Hada Desireé. La Dinámica del Turismo receptor en la Economía de El Salvador. Banco Central de Reserva. Departamento de Investigaciones Económicas y Financieras. Mayo 2008.

<http://es.wikipedia.org/wiki/turismo>.

<http://google>. El Salvador. Historia del Turismo.

<http://www.fenadesal.gob.sv/historia.php>

La República de El Salvador. 1924. Biblioteca Nacional. LA. 972.84. E49. slv.

Macintosh, Goeldner, Ritchie. Turismo. Editorial Limusa – Wiley. México. 2005.

Matute Peña, Miguel y Azausa Rubio, Publio Xavier. Aspectos socio psicológicos del Turismo.

MITUR. BMI. Plan Nacional de Turismo de El Salvador. 2014.

Molina, Sergio. Fundamentos del nuevo Turismo. Editorial Trillas. México. 2007.

Molina, Sergio. Fundamentos del Nuevo Turismo: de la fase industrial a la Innovación. Editorial Trillas. México 2007.

Molina, Sergio. Turismo y Ecología. Editorial Trillas. México 2002.

Molina, Sergio. Turismo. Metodología para la planificación. Editorial Trillas. México. 2008.

Molina, Sergio. Turismo. Metodología para su planificación. Editorial Trillas. México. Mayo 2008.

Moreno, Javier. Segura, Gustavo e Inman, Crist. Turismo en El Salvador. El reto de la competitividad.

Nidding, Marina. Turismo sostenible, comunidad local y competencias para el desarrollo.

Ortega, Enrique. Investigación y Estrategia Turística. Editorial Thompson. España.

Ortega, Enrique. Investigación y Estrategias Turísticas. Editorial Thompson. España.

Reseña histórica del Instituto Salvadoreño de Turismo. Biblioteca Nacional. 972.84. R433. slv.

Rodríguez Herrera, América. San Salvador. Historia urbana. 1900 – 1940. CONCULTURA. El Salvador, 2002.

Rodríguez, Ana Lilian. Antropóloga social. II Congreso Centroamericano de Arqueología en El Salvador. Turismo y patrimonio cultural.

San Salvador. Biografía de una ciudad cuatro veces centenaria. 27 de septiembre de 1516 – 27 de septiembre de 1946. Biblioteca Nacional.

SITCA. Secretaría de Integración Turística Centroamericana. Manual de Guía de Turistas. El Salvador. 1972. Biblioteca Nacional. 910.202. S446m. slv.

Yoteca. Guía de ayuda documentada.

Reseña Biográfica del Autor:

Jorge Barraza Ibarra.

Salvadoreño, Economista, con estudios especializados en Financiamiento del Desarrollo, en México. Maestría en Ciencias Políticas.

Formó parte de la Dirección de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva.

Es autor de varios libros publicados, entre ellos "La Gesta de Anastasio Aquino, Una Aproximación Histórica", "La Historia de la economía de la Provincia del Salvador, desde el siglo XVI hasta nuestros días", Tomos I al V, El Salvador. Los Gobiernos desde 1989 al 2008.

Actualmente es miembro de la Dirección de Investigación de la Universidad Francisco Gavidia.



Este libro se imprimió
en Talleres Gráficos UCA,
en el mes de enero de 2011
la edición consta de 500 ejemplares.

