

PLAN MAESTRO PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL

VALLE DEL JIBOA



PLAN MAESTRO PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL

VALLE DEL JIBOA





**Plan Maestro para el Desarrollo Turístico
del Valle del Jiboa, El Salvador.**

Edición General

Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE).
Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

Coordinación Editorial

Lic. Enrique Merlos, FUNDE
Licda. Eva Mejía, CORSATUR

Consultora Principal

Susana Barrera, FUNDE

Revisión

Licda. Vilma Chanta, FUNDE
Licda. María del Carmen G. Samayoa, MIJIBOA

Ing. Fredy Cruz, UES-FMP

Licda. Rita Cartagena/ Gerente de Turismo Interno, CORSATUR

Lic. Esteban Umaña/ Gerente de Planificación, CORSATUR

Ing. Riquelmy Alvarado, Coordinador CAT y CDT, CORSATUR

Lic. Juan José Cerrato, Técnico CAT Suchitoto, CORSATUR

Gerencia Turismo Interno, CORSATUR

Diseño y Diagramación

Enrique Merlos y Liliana Clavel, FUNDE
CELDAS ESTUDIO

Fotografías

Miguel Burgos Photo, PMM Fotografía, FUNDE,
MITUR/CORSATUR.

Inventarios Turísticos

Ing. Luis G. Trejo, Técnico en Desarrollo Territorial, CORSATUR

Validación

Alcaldes/as y Comités de Desarrollo Turístico del
Valle del Jiboa, FUNDE, MITUR/CORSATUR, UES-FMP
y Asociación del Valle del Jiboa.

Primera Publicación, diciembre de 2015 San Salvador, El Salvador, C.A.

Financiada por el MITUR/CORSATUR. Esta publicación puede ser reproducida
total o parcialmente, siempre y cuando se cite la fuente.

Índice

Introducción	4
Saludo del Señor Ministro de Turismo de El Salvador	7
Saludo del Señor Presidente de la MIJIBOA	8
Capítulo I: Introspección al Turismo	9
1.1 Nivel Global	10
1.2 Nivel Nacional	12
1.3 Concepciones de Turismo a considerar	15
1.4 Comités de Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa	17
Capítulo II: Importancia del Plan Maestro de Turismo	19
Capítulo III: Situación Socio Económica y Ambiental del Valle del Jiboa	23
3.1 Indicadores Sociales	25
3.2 Vulnerabilidad Ambiental	28
3.3 Actividades Productivas	29
Capítulo IV: Potencial Turístico en el Valle del Jiboa	31
4.1 Segmento de Mercado potencial	33
4.2 Recursos Turísticos	34
4.3 Análisis Cuantitativo de los recursos	37
4.4 Recursos Turísticos Identitarios y Compartidos	43
4.5 Oferta Turística	44
4.6 Formación Turística	48
4.7 Participación en Programa Pueblos Vivos	49
Capítulo V: Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa 2016-2020	51
5.1 Valle del Jiboa: Territorio Turístico enfocado en la Cultura y las Expresiones Artísticas	52
5.2 Directrices Estratégicas del Plan Maestro de Turismo	52
5.3 Ruta del Plan Maestro de Turismo	53
Capítulo VI: Consideraciones Finales y Anexos	81

Introducción

El Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa es el resultado de un proceso de reflexión colectiva realizada por los gobiernos locales de la Asociación Intermunicipal del Valle del Jiboa (MIJIBOA), los Comités de Desarrollo Turístico (CDT), la Red de Mujeres del Valle del Jiboa, los jóvenes del Valle del Jiboa y grupos de emprendedores presentes en este territorio ubicado entre los departamentos de San Vicente y La Paz; quienes han identificado las potencialidades turísticas y la definición del tipo de turismo que se impulsará en el territorio para el periodo 2016-2020.

El Valle del Jiboa representa el 5.8% del territorio salvadoreño, su economía primaria se basa en la agricultura. A manera de diversificación han decidido impulsar el turismo como una estrategia de valorización del patrimonio económico, cultural y socio ambiental en función del bienestar de sus habitantes. El Valle del Jiboa está conformado por los municipios de Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tecoluca, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Ildefonso, Santo Domingo, del departamento de San Vicente; así como Jerusalén y Mercedes La Ceiba del departamento de La Paz. La apuesta es compartir sus modos de vida con las familias nacionales de las ciudades urbanas, compatriotas salvadoreños residendo en el exterior y población turística extranjera en general.

Esta iniciativa se enmarca en la Estrategia Nacional de Turismo y en la Política Nacional de Turismo, cuyos objetivos se resumen en: (1) impulsar la economía local y nacional, (2) mejorar la imagen de país, (3) construir vínculos de cooperación y amistad, (4) contribuir al reconocimiento del patrimonio cultural y natural, (5) promover el país como un punto de encuentro y (6) fortalecer el orgullo e identificación nacional.

Este documento pone en “blanco y negro” las líneas estratégicas, ideas de proyectos y acciones turísticas a impulsar para los próximos cinco años, pero sobre todo pone en valor una visión compartida de turismo sostenible, y considerando que el llamado “oro blanco” debe verse como una plataforma para posicionar el territorio en sus múltiples dimensiones, cuyo centro son las personas y su entorno.

La construcción del Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa se ha originado a partir del acuerdo político y puesta en agenda del tema por parte de alcaldes y alcaldesas que integran la Asociación Intermunicipal del Valle del Jiboa (MIJIBOA); y ha sido acompañado por el Ministerio de Turismo (MITUR) a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), la Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE) y la Facultad Multidisciplinaria Paracentral de la Universidad de El Salvador (FMP-UES).

A manera general y cuantitativa, la materia prima turística del Valle del Jiboa está concentrada en la zona rural, y está integrada por: un 24% de recursos vinculados al folklore, artesanías y artes populares; incluyendo su exquisita gastronomía. Estos se comparten a través de acontecimientos programados, donde se destaca el Festival de la Panela, que es la manifestación de un bien compartido por todos los municipios que convoca el Valle del Jiboa, y el Festival del Marañón en Tecoluca, ambos con



alcance internacional y con procesos agrícolas amigables con el medio ambiente. Los acontecimientos programados del territorio implican el 19% de su potencialidad turística. Asimismo el 31% del potencial turístico del Valle del Jiboa esta integrado por destinos naturales y un 15% por manifestaciones histórico culturales.

El Valle del Jiboa, tiene un paisaje natural, conformado por recursos fuertemente identitarios del territorio, como el volcán Chichontepec y su Valle Jiboa, la Laguna Apastepeque, compartido su espejo por los municipios de Santa Clara y Apastepeque; también se destacan sus balnearios, algunos con carácter comunitario y con valor territorial se pone en palestra Amapulapa. En esta categoría se suman áreas naturales que constituyen marcas ecoturísticas internacionales como son: el Parque Tehuacán en Tecoluca, área ecoturística La Pita en el sur y la Isla La Colorada que alcanza categoría de Sitio Ramsar.

La remembranza, la historia, su peculiar y prodigiosa infraestructura, son elementos diferenciadores en su oferta turística; procesos de guerra y paz, las leyendas y personajes que han trascendido son parte del conjunto de la experiencia que está ofreciendo el Valle del Jiboa, ubicado a solo 45 minutos de San Salvador.

Para complementar la experiencia turística, el Valle del Jiboa ofrece un 15% de los recursos relacionados a las manifestaciones artísticas, científicas y contemporáneas. En esta categoría se funden el orgullo y la identidad musical que distinguen a este territorio.

El Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa ha sido fundamentado en los siguientes objetivos:

- (1) Involucrar a la ciudadanía local en la construcción e implementación del mismo.
- (2) Convertir a este territorio en un modelo de desarrollo turístico a nivel nacional.
- (3) Incrementar el flujo de visitantes al territorio.
- (4) Fortalecer a la economía familiar, pequeña y mediana empresa y su integración para la mejora de la calidad de vida de sus habitantes e impulsar el desarrollo económico del del territorio.

“No hay paisajes lindos o paisajes feos, existen ojos que miran distinto”; este Plan Maestro de Turismo, diseñado desde adentro, plasma las grandes líneas de una estrategia que servirá para compartir con el de afuera: cultura, historia, gastronomía y paisaje; pero con énfasis en las formas de vida del territorio.



Licenciado
José Napoleón Duarte
Ministro de Turismo
Gobierno de El Salvador

Mensaje del Señor Ministro de Turismo de El Salvador

Hablar del Valle del Jiboa es referirnos a un territorio lleno de bellezas escénicas, moliendas, tradiciones culinarias, recursos naturales, gente emprendedora, festivales identitarios y un fuerte componente musical y artístico.

Este valle representa el 5.8% del territorio salvadoreño y se caracteriza por el imponente Volcán Chichontepéc que da la bienvenida al turista que busca experiencias únicas en los municipios que conforman la región: Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tecoluca, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Ildefonso, Santo Domingo, Jerusalén y Mercedes La Ceiba. Para la edición Pueblos Vivos Multidestinos 2015, lograron posicionarse entre los primeros cinco lugares de la zona paracentral con sus tres circuitos: Caminos de Arte y Tradiciones (1º lugar), Tierra de Colores y Sabores Artesanales (2º lugar), y Los 180° del Chichontepéc (5º lugar).

Inspirados en el potencial turístico de cada uno de estos 15 Pueblos Vivos, se coordinaron acciones para trabajar, de forma conjunta, con la Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE), la Asociación Intermunicipal Valle del Jiboa (MIJIBOA) y la Facultad Multidisciplinaria Paracentral de la Universidad de El Salvador (FMP-UES) en la elaboración del Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa, proceso que ha sido acompañado por el Ministerio de Turismo (MITUR) a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) durante el año 2015, tiempo durante el cual se apoyó al territorio en la instalación de señalización turística, mobiliario urbano (depósitos de basura, kioskos, señalética, canopies, paradas de buses) y formación de Guías Turísticos.

Este Plan Maestro constituye el primero que se trabaja para una región. La visión es constituirla como un modelo de desarrollo turístico a nivel nacional, dinamizando la economía territorial a través del fortalecimiento de emprendimientos locales y el incremento del flujo de visitantes. La metodología utilizada involucra a la ciudadanía local, por lo que este Plan Maestro es el resultado de un proceso de reflexión colectiva realizada por los gobiernos locales, los Comités de Desarrollo Turístico (CDT), la Red de Mujeres del Valle del Jiboa, la Red Juvenil del Valle del Jiboa y grupos de emprendedores del territorio.

Esta gimnasia de saberes y la parte organizativa del Valle del Jiboa ha permitido construir una visión compartida de turismo sostenible, para el periodo 2016 - 2020. Ésta se presenta en seis directrices estratégicas: (1) Ordenamiento Turístico; (2) Fortalecimiento de organizaciones, capacidades y vocación turística; (3) Innovación; (4) Infraestructura colectiva; (5) Identidad del Valle del Jiboa; y (6) Promoción y difusión del Turismo de la región. Optimizando sus ventajas competitivas: la cercanía con el gran San Salvador y su oferta como región turística, 24% folklore y cultura, 19% de acontecimientos programados como Festivales y el 31% paisajes naturales y que a nivel interno están representados por un Comité de Desarrollo Turístico Departamental.

Nos sentimos orgullosos de presentar este documento como una herramienta que orientará los esfuerzos de los agentes turísticos locales tanto del sector público, privado, así como del voluntario, para la consolidación y mejora del sector turístico del Valle del Jiboa como parte de la oferta Multidestinos a nivel nacional e internacional.

Mensaje del Señor Presidente de la MIJIBOA



Licenciado
José Antonio Hernández
Alcalde Municipal de
Verapaz
Presidente de la MIJIBOA

En representación de la Asociación Intermunicipal Valle del Jiboa (MIJIBOA), me enorgullece expresar mi satisfacción por presentar el primer Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa, en el cual damos a conocer las riquezas turísticas del territorio; así como las estrategias, acciones y proyectos, que han sido construidos y validados con los principales actores vinculados al turismo en nuestros municipios. Este es el primer Plan Maestro de Turismo con enfoque territorial que se crea en nuestro país; donde han participado diversos actores del Valle del Jiboa vinculados al turismo.

El Valle de Jiboa es una de las zonas más bellas de El Salvador; la vista desde la Carretera Panamericana logra robar las miradas del automovilista que transita por ella. Cabe mencionar que dentro de la riqueza histórica y cultural de cada uno de los municipios que integran la MIJIBOA, podemos encontrar ciudades que datan de más 300 años; así como diversas historias de interés nacional, que van desde la coronación de Anastasio Aquino en la Iglesia del Pilar (San Vicente); hasta músicos connotados y varios grupos musicales que han logrado obtener una excelente proyección a nivel nacional e internacional.

Las características identitarias de nuestra oferta turística, logran atraer a turistas nacionales e internacionales, ya que podrán encontrar una gran diversidad de recursos turísticos como la Laguna Apasteque, la Laguna Bruja, las moliendas artesanales, los telares de San Sebastián, la Torre de San Vicente, el Turicentro de Amapulapa, el Volcán Chichontepec, los Infiernillos o ausoles en Guadalupe, la vista del Río Lempa desde San Ildefonso, entre otros.

Además las alegres fiestas patronales, donde nos ofrecen diferentes artesanías y nos exponen sus costumbres, propias del territorio, como: las melcochas, los dulces típicos, conservas, hamacas, azúcar de panela, las alboradas decembrinas, el Festival del Globo, la Feria de la Panela. Desde enero hasta diciembre siempre se encuentra una excusa para visitar nuestro territorio. No cabe duda que Alfredo Espino tuvo que haberse inspirado en el Valle de Jiboa en su poema, "Cañal en Flor", cuya experiencia podrán vivir cuando nos visiten.

En nombre de los Alcaldes y Alcaldesas que integramos la MIJIBOA, queremos agradecer el acompañamiento del MITUR/CORSATUR, la FUNDE, la FMP-UES y la Fundación Ford; quienes han sido importantes aliados en este esfuerzo por dinamizar el turismo en nuestro Valle del Jiboa.

Tierra de Cultura, Arte y Tradición....



CAPÍTULO
UNO

Introspección al Turismo



El Turismo es una actividad del rubro económico pero con una naturaleza profundamente humana. Este se da en todos los niveles: Internacional, Nacional y Local, y para todos estos eslabones el diálogo entre los actores es la base.

1.1 Nivel Global

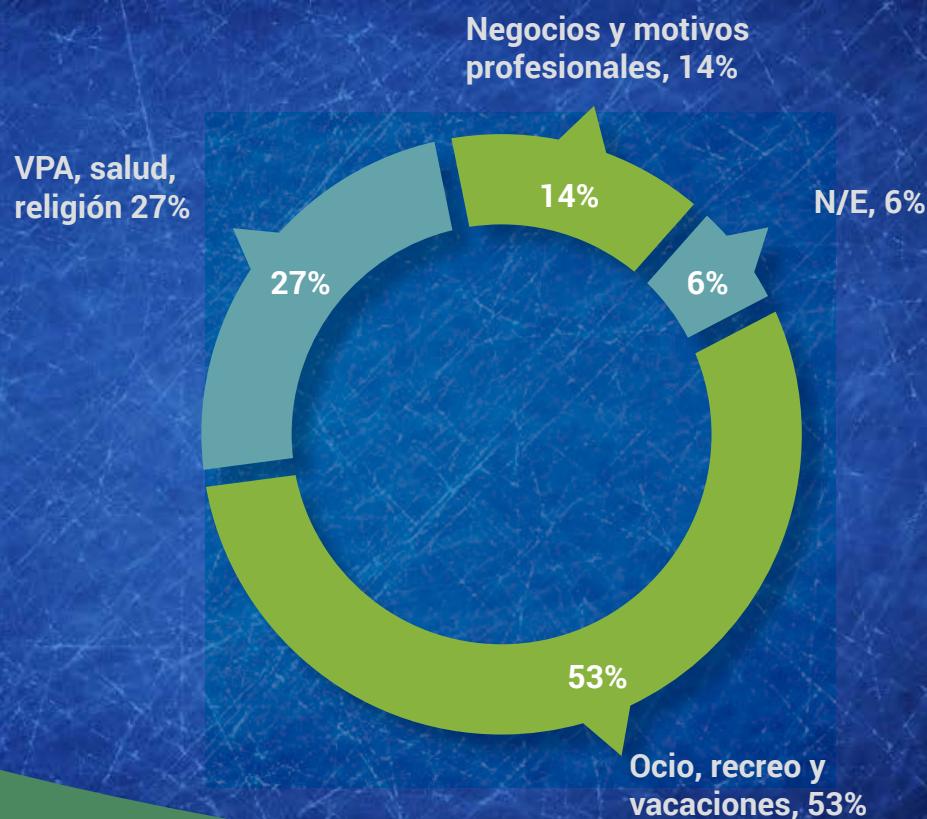
Las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% en 2015 hasta alcanzar un total de 1,184 millones, según el último Barómetro del Turismo Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT). En comparación con 2014, en el 2015 hubo alrededor de 50 millones más de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo. El 2015 fue el sexto año consecutivo de crecimiento superior a la media, habiendo aumentado las llegadas internacionales un 4% o más cada año desde el año 2010, después de la crisis económica.

En Latinoamérica, países como Colombia entendieron ese mensaje hace años y lo transformaron en oportunidad de desarrollo, y quizás sea el mejor ejemplo porque pasó de un contexto afectado por narcotráfico y narcoterrorismo –de tener 20 homicidios diarios solo en Bogotá-, a ser un destino que luego promovía como Marca País: "Colombia... el riesgo es que te quieras quedar". Detrás de ello hubo un convencimiento gubernamental y empresarial que se transformó en un ambicioso plan de desarrollo turístico de país.

Ahora no solo ofrecen como destino natural las paradisíacas islas de San Andrés, sino que el portafolio ha incorporado un "destino cultural" que es Cartagena de Indias; uno de moda y negocios como es Medellín. Con esta visión se pasó de la peligrosa Bogotá a la "Bogotá Humana" que ofrece "infinitas posibilidades", y el turismo rural en torno al café colombiano hasta dio pauta a la creación de una marca global: "Juan Valdez".

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT)

GRÁFICO NO.1: TURISMO
RECEPTOR POR MOTIVO
DE VISITA (2014).





Los ingresos de turistas en Colombia pasaron de registrar 2 millones 385 mil en 2010 hasta 2 millones 565 mil en 2014 y los ingresos del rubro pasaron de \$2,797 millones a \$3,914 millones en los últimos cuatro años. En la misma línea, están intentando recuperar terreno perdido países como Ecuador y Bolivia –con alto potencial natural y cultural- Perú también ha apostado por una Marca País, ahora Machu Pichu es solo uno de los productos que ofrece y que compite con la laureada gastronomía peruana.

En Norte América, México ha estado siempre con una enorme ventaja sobre el resto de países propiciada por su apuesta a destinos especializados tanto en el Pacífico (Acapulco), como en el Caribe con (Cancún), que se sumaron a la oferta de Cultura Azteca dentro de un extenso portafolio que incluye, Ruta del Tequila, Ruta Religiosa y Ruta Colonial en varias de sus ciudades en las que disponen de infraestructura, recursos y sobre todo de una línea trazada para hacer del turismo un rubro determinante en su economía.

Lo anterior explica porque México ha estado siempre entre los principales destinos a nivel mundial y en el último año, a pesar de sus problemas de inseguridad en el Norte del territorio por narcoterrorismo, volvió a ingresar al "Top 10" de los países que registran las mayores llegadas de turistas internacionales y que certifica la OMT (ver cuadro No.1). En el 2014, México recibió a 29 millones de turistas, cinco millones más respecto al año 2013. En Centroamérica, Costa Rica lleva 20 o 30 años de ventaja sobre el resto de sus países vecinos en el tema turismo. En los últimos cuatro años Costa Rica incrementó las llegadas de visitantes internacionales en 400 mil hasta 2 millones 527 mil turistas y los ingresos a su economía en el rubro pasaron de reportar \$1,999 millones en 2010 hasta alcanzar \$2,864 millones en 2014.

CUADRO NO 1:
LLEGADAS DE TURISTAS
INTERNACIONALES A NIVEL
MUNDIAL

Destino	2013	2014	Variación (%)
Francia	83.6	83.72	0.1
Estados Unidos	70	74.85	6.9
España	60.7	65.05	7.2
China	55.7	55.6	-0.2
Italia	47.7	48.62	1.9
Turquía	37.8	39.85	5.4
Alemania	31.5	33.03	4.9
Reino Unido	31.1	32.66	5.0
Federación Rusa	28.4	29.8	4.9
México	24.2	29.1	20.2

Destinos	2010	2012	2013	2014
Costa Rica	2,100,000	2,343,000	2,428,000	2,527,000
Panamá	1,324,000	1,606,000	1,658,000	1,745,000
Guatemala	1,219,000	1,305,000	1,331,000	1,455,000
El Salvador	1,150,000	1,255,000	1,283,000	1,345,000
Nicaragua	1,011,000	1,180,000	1,229,000	1,330,000
Honduras	863,000	895,000	863,000	868,000
Belice	242,000	277,000	294,000	321,000

Fuente: Ministerios de Turismo / Organización Mundial de Turismo, OMT.

Destinos	2010	2012	2013	2014
Panamá	1,745	3,013	3,233	3,470
Costa Rica	1,999	2,313	2,665	2,864
Guatemala	1,378	1,419	1,481	1,564
El Salvador	390	558	621	822
Honduras	625	679	608	630
Nicaragua	313	421	417	445
Belice	249	298	351	380

Fuente: Ministerios de Turismo / Organización Mundial de Turismo, OMT.

CUADRO NO 2:
LLEGADAS
DE TURISTAS
INTERNACIONALES

CUADRO NO 3:
INGRESOS
POR TURISMO
INTERNACIONAL
A NIVEL
CENTROAMERICANO
(MILLONES DE \$ US)

Guatemala es otro vecino que ha sabido sacar crédito a sus ancestros; la cultura Maya ha sido motivo para que miles de turistas visiten al “país de la eterna primavera”. La deuda de Guatemala es que 70 por ciento de su población (de origen indígena) aún no se ve directamente beneficiada por el desarrollo del turismo, a pesar que son quienes se vuelven en muchos casos “atractivo” para los visitantes. Las Ruinas Mayas de Tikal -Patrimonio de la Humanidad (1979, UNESCO) en el departamento de Petén, en particular, están posicionadas a nivel mundial como los principales sitios a ser visitados, solo después de la colonial Antigua Guatemala.

Según datos de los Ministerios de Turismo de la región centroamericana (ver cuadro 2); esta región posee una importancia y un atractivo en el mapa turístico global, donde convergen cerca de 10 millones de visitantes internacionales por año, siendo Costa Rica el que mayor cantidad de visitantes recibe; El Salvador ocupa el cuarto puesto. A nivel de rentabilidad económica por la actividad turística, Panamá recibe mayores ingresos en la región. (cuadro 3)

1.2 Nivel Nacional

El Salvador es conocido popularmente como: “el país de la media hora, 40 minutos o la hora”, debido a las cercanías de los destinos turísticos y el tamaño del territorio nacional que alcanza los 20,742 Km2, lo que permite al turista disfrutar de distintos escenarios en corto tiempo, esa es una de las bondades que se promueven a través de la marca “El Salvador Impresionante”. La calidez de su gente le ha agenciado también el título del “País de la Sonrisa”.

El turismo en El Salvador constituye una alternativa de desarrollo nacional que coadyuva a salir de la pobreza desde una perspectiva individual, familiar y colectiva, permitiendo controlar el entorno y crear nuevas oportunidades; contribuyendo a solucionar los grandes retos a los que se enfrenta el estado salvadoreño.

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2015 (US\$ \$1,169.5 millones de dólares) el más alto en los últimos 11 años y en la llegada de visitantes de 1972,854 miles con un crecimiento del 4.6%, con respecto al 2014. Los visitantes del año 2015, están representados por el 71% de turistas y el 29% de excursionistas. Los turistas tienen dos vías para ingresar a El Salvador, terrestre y aérea, siendo el 57 % vía terrestre y el 43% vía aérea (MITUR 2015).

El Ministerio de Turismo, como ente rector en la materia de turismo, a través de la Política Nacional de Turismo plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo; con la visión de ser una política de Estado que convoque y oriente a la gran diversidad de actores públicos, privados y sociales que participan en el desempeño de la actividad, de tal forma que el turismo sea rentable, distributivo y responsable y la misión de establecer las pautas para que la actividad turística en sea un punto de encuentro para todas y todos los salvadoreños, residentes o no en el país; y que a su vez, logre convocar a ciudadanos de otros países a encontrarse y vincularse con la cultura, las costumbres y tradiciones del país, así como con el entorno salvadoreño.

Todo ello con el objetivo de posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país; y, articular y orientar a los actores que participan en el desarrollo del turismo para mejorar la eficiencia y efectividad de los esfuerzos y recursos que se invierten en la actividad.

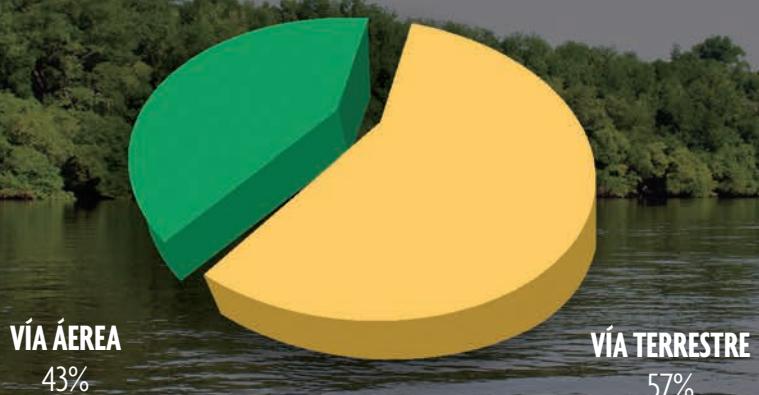
El Turismo es un bien generador de divisas, fortalece emprendimientos y genera actividades económicas locales. En El Salvador se sustenta en un marco jurídico y políticas públicas sólidas, entre las cuales se destacan:

La Política Nacional de Turismo que plantea cinco grandes objetivos de la actividad turística: (1) Impulsar la economía nacional y local, a partir de la creación de empleos y oportunidades productivas incluyentes y responsables para lograr el desarrollo sustentable; (2) Mejorar la imagen del país y construir vínculos de amistad y cooperación con otros países de la región y del mundo; (3) Contribuir al reconocimiento, la valoración y el disfrute del patrimonio cultural y natural del país; (4) Promover al país como punto de encuentro de los visitantes nacionales e internacionales con las comunidades receptoras, su cultura, sus costumbres, sus pueblos y sus tradiciones y (5) Fortalecer el orgullo local y vigorizar el sentido de identidad de los salvadoreños.

Los objetivos de la política son congruentes con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) orientados a erradicar la pobreza en el mundo. De los ODS vinculantes al Turismo vale la pena mencionar: (a) Trabajo decente y crecimiento económico; (b) Ciudades y comunidades sostenibles; (c) Producción y consumo responsable; (d) Agua limpia y saneamiento; (e) Vida de ecosistemas terrestres y (f) Vida de ecosistemas marinos.

El eje V de la Política Nacional de Turismo establece que la unidad básica para la planificación y desarrollo turístico en términos territoriales, está basada en localidades o centros turísticos, considerados como unidades operativas autónomas, que permiten establecer acciones locales para fortalecer su desarrollo e identificación comercial; de manera que puedan funcionar como destinos independientes, ya sea de excursión o con pernoctación.

GRÁFICO No.2
PARTICIPACIÓN DE LLEGADA DE TURISTAS POR VÍA UTILIZADA
 Enero-Diciembre 2015



También dependiendo del nivel de desarrollo de su infraestructura y su posición en el sistema, o integrarse con otras localidades para conformar corredores o circuitos en diferentes modalidades y momentos que responden a la dinámica turística del país. (MITUR 2013). Este eje favorece la implementación de estrategias territoriales que promueven la participación de actores como: funcionarios públicos, empresarios, medios de comunicación, integrantes de organizaciones no gubernamentales, académicos, científicos, artistas, comunidades receptoras, salvadoreños en el exterior, funcionarios de organismos de cooperación regional e internacional y visitantes nacionales e internacionales.

Los mercados más representativos para El Salvador son Centroamérica (57.9%), Norteamérica (35.9%), Europa (2.1%), Otros (4.3%, de los cuales el 3.2% es de Suramérica). Respecto a las nacionalidades, el 86.6% representa la llegada de turistas extranjeros y el 13.4% los salvadoreños residentes en el exterior; de este porcentaje, el 80.2% de los salvadoreños reside en Estados Unidos. (Ver gráfico 3 y 4).

El Salvador tiene grandes oportunidades de crecimiento en el rubro de turismo a nivel nacional, regional e internacional; en los últimos años ha generado nuevos empleos, impulsado las actividades productivas, promovido la identidad y la puesta en valor de los recursos turísticos, sacando del anonimato a diferentes pueblos.

La Oferta Nacional

La oferta nacional la constituyen 13 rutas turísticas: Ruta Arqueológica, Ruta Sol y Playa, Ruta El Boquerón, Ruta Artesanal, Ruta del Café, Ruta de Las Flores, Ruta de Paz, Ruta de las Mil Cumbres, Ruta Colonial y de Los Volcanes, Ruta Monseñor Romero, Circuito Bahía Sierra, Ruta Nahuat Pipil y la Ruta Azul. En la edición Pueblos Vivos Multidestinos 2015, se conocieron 53 circuitos turísticos, integrados en función turística de la mayoría de municipios del país.

GRÁFICO No.3:
PARTICIPACIÓN DE LLEGADAS.
REGIONES DE PROCEDENCIA

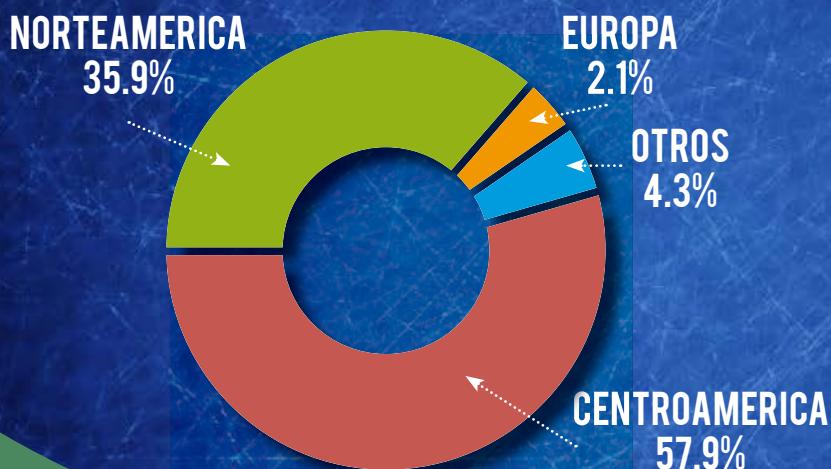
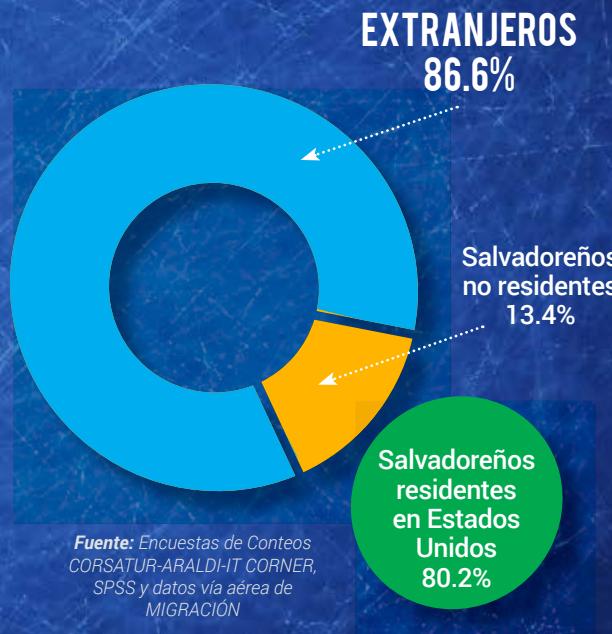


GRÁFICO No.4:
PARTICIPACIÓN DE LLEGADAS.
REGIONES DE PROCEDENCIA



El Salvador ofrece unos 300 kilómetros de **"Sol y Playa"**, destacándose entre las mejores playas para el surf. Oferta también centros monumentales y ceremoniales representativos de diferentes culturas y pueblos ancestrales, entre ellos Joya de Cerén un Patrimonio de la Humanidad (1993. UNESCO). San Andrés, un espacio de observación astronómica y relativamente cerca de la capital, de igual manera las ruinas del Tazumal y Casa Blanca en Chalchuapa en Santa Ana, estructuras piramidales que constituyen la **"Ruta Arqueológica"**.

El Salvador vislumbra con su cadena de volcanes, uno de ellos de gran apogeo es Complejo El Boquerón, que constituye la **"Ruta El Boquerón"** integrada por: caminatas e historias que narran la erupción de 1917 del volcán de San Salvador. La **"Ruta Artesanal"** en la zona norte del país, se destaca por sus tejidos, artesanías en madera, barro y cerámica. **"Ruta de Las Flores"** conjunto de municipios de Sonsonate y Ahuachapán que ofrecen tradición, clima agradable, cultura, iglesias coloniales e historia. **"Ruta del Café"** oferta basada en el parque cafetalero nacional y que destaca la biodiversidad, historia, tradiciones, folklore y cultura laboral.

"Ruta de Paz" en la zona norte de Morazán ofrecen aventura y naturaleza e invita al turista a reflexionar sobre la historia de la guerra civil y la paz en El Salvador. **"Ruta de las Mil Cumbres"** ofrece una diversidad de parajes naturales y rica biodiversidad que permite disfrutar al máximo los recursos naturales. **"Ruta Colonial y de Los Volcanes"** ofrece un recorrido turístico multidestinos en donde se incluye una cordillera formada por volcanes jóvenes. La exploración de las formas de vida ancestral de los pueblos originarios no podía faltar en la **"Ruta Nahuat Pipil"**.

"Ruta Monseñor Romero" es uno de los últimos productos generados desde el MITUR. El alto valor de este personaje para la historia nacional convoca un público extranjero, motivado por turismo religioso, fe e historia. **"Círculo Bahía Sierra"** integra playa y montaña. Son los municipios asentados en la Sierra Tecapa y Chinameca: Alegría, Berlín y Santiago de María, que junto a la bahía de Jiquilisco, zona de Reserva de Biosfera ofertan al turista naturaleza integrada. **"La Ruta Azul"** aventura sin límites, es un tour que integra la relajación de los paisajes de la zona, la interacción con sus habitantes y la experiencia de aventura ligera. El recorrido marca la ruta por algunos municipios de la zona norte y paracentral del país.

1.3 Concepciones de Turismo a considerar

Ley de Turismo: El Salvador promueve y regula la industria y los servicios turísticos del país prestados por personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras. La primera versión de Ley de la industria se construyó en 1967, siendo la última en 2005, a la cual se le hicieron reformas en agosto de 2015. La Ley establece que es necesario regular la protección, fomento, desarrollo y capacitación del sector turismo en el país, por medio de una Ley, a efecto de obtener los máximos beneficios para el sector, lo que contribuirá a la imagen e identidad del país como destino turístico.

"Art. 2.- Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a) **Turismo o actividad turística:** Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.
- b) **Recursos Turísticos Nacionales:** Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.



- c) **Industria y Servicios Turísticos:** Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicio para la actividad turística, así como las instituciones públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.
- d) **Turista:** Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e) **Proyecto de Interés Turístico Nacional:** Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el ramo de turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f) **Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional:** Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el ramo de turismo.
- g) **Empresa Turística:** Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.

La clasificación de tipologías que se presenta está basada en la demanda; relacionando la motivación del viaje de los visitantes y los recursos potenciales con los que se cuentan. La tipología turística que El Salvador reconoce a través del ente rector MITUR es:

- i. **Turismo Natural:** Relacionado con los atractivos y recursos que se fundamentan en la naturaleza. Orienta necesidades de descanso y de carácter pasivo. Dentro de él se incluyen:
 - Ecoturismo: Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
 - Turismo Rural: El desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones de las personas en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanías.
 - Agroturismo: Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
 - Agro ecoturismo: Es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- ii. **Turismo Cultural:** Relacionado con los recursos y atractivos de índole cultural. Dentro de él se incluyen:
 - Urbano: El turismo urbano ofrece lo mejor que puede dar de sí una ciudad: cultura, atracciones, vida nocturna, bien sea para trabajo o placer.
 - Gastronómico: vinculado a la comida tradicional.

De acuerdo a la naturaleza del Valle del Jiboa, la tipología turística a aplicar, respondiendo a su potencial de recursos y productos es: Turismo Natural en su modalidad de Agroturismo y Turismo Rural. También aplica el Turismo Cultural en ambas modalidades Turismo Urbano y Turismo Gastronómico.

Otros conceptos a considerar, por tratarse de una Asociación Intermunicipal en la concepción de Desarrollo Territorial y de Turismo Sostenible, de dos posturas políticas cuyo objetivo principal es el bienestar de las personas y su entorno en el presente y futuro.

iii. Turismo Sostenible: De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), Turismo Sostenible se define como aquel que toma en cuenta plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

El concepto de Turismo Sostenible en el Valle del Jiboa sobre las diferentes tipologías y modalidades turísticas a impulsar está en coherencia con su visión y apuestas, ya que la aspiración es hacer del territorio un multidestinos donde se satisface las necesidades humanas de ocio y descanso pero no con mirada comercial sino con enfoque de desarrollo humano.

De ahí que se concatena el siguiente concepto.

iv. Desarrollo Territorial o Local: Según Francisco Alburquerque; economista y experto en desarrollo económico local, quien define que "El desarrollo local es un enfoque territorial y de 'abajo-arriba', pero que debe buscar también intervenciones de los restantes niveles decisionales del Estado (provincia, región y nivel central) que faciliten el logro de los objetivos de la estrategia de desarrollo local".

Se precisa, pues, de una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y de un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles. Las decisiones de "arriba-abajo" son también importantes para el enfoque del desarrollo local. Asimismo, hay que añadir que el desarrollo local no se limita exclusivamente al desarrollo económico. Se trata de un enfoque integrado en el cual deben considerarse igualmente los aspectos ambientales, culturales, sociales, institucionales y de desarrollo humano del ámbito territorial respectivo".

Considerando lo anterior, con el impulso del turismo en el Valle del Jiboa no se persigue hacer turismo como un fin sino como un medio que permita al territorio incentivar la economía local, al mismo tiempo poner en valor los recursos culturales, sociales y medio ambientales. Pero con énfasis en que los principales protagonistas en la toma decisiones sobre el turismo son los propios actores locales.

1.4 Comités de Desarrollo Turístico

Los Comités de Desarrollo Turístico, por sus siglas, CDT, son figuras de participación ciudadana que tienen su base legal en la Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo, (Art. 2 literal e) que tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, en consecuencia le corresponde ejecutar la Política y el Plan Nacional de Turismo que determine el Ministerio de Turismo, a través de las siguientes actividades: Fomentar la integración y funcionamiento de Comités de Desarrollo Turístico por departamento y por municipio; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem; por lo que el reglamento de esta Ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

Están conformados por personas de una localidad que se organizan dentro de una determinada circunscripción territorial. En este proceso pueden llegar a formar alianzas con distintas dependencias públicas, personas particulares, Asociaciones de Desarrollo Comunal, asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, organismos de cooperación internacional u otros, con la finalidad de fomentar el turismo en la localidad.

1. CDT Apastepeque
2. CDT San Cayetano Istepeque
3. CDT San Vicente
4. CDT Guadalupe
5. CDT Tecoluca
6. CDT Tepetitán
7. CDT Verapaz
8. CDT Jerusalén
9. CDT Mercedes la Ceiba
10. CDT San Esteban Catarina
11. CDT San Idelfonso
12. CDT San Lorenzo
13. CDT San Sebastián
14. CDT Santa Clara
15. CDT Santo Domingo
16. Asociación de Turismo CODESTUR Santo Domingo
17. CDT Regional de la Zona La Pita, Tecoluca
18. CDT DEPARTAMENTAL DE SAN VICENTE.

Para el caso de la región del Valle del Jiboa se cuenta con 18 CDT, siendo los pioneros a nivel nacional en la conformación del Primer CDT Departamental de San Vicente. A continuación el Detalle de la cantidad de CDT en el territorio:

En el gráfico No. 5 se puede observar la participación por género de los 172 miembros activos que constituyen estos comités turísticos. Siendo la población masculina la de mayor presencia en estas figuras.

Así mismo, se puede afirmar que una de las características del territorio es el compromiso de los gobiernos locales que sumado al empoderamiento de los actores territoriales, permite un mayor nivel de autogestión y desarrollo del turismo, de forma sostenible.

En el gráfico 6 se observa que el cargo de presidente del CDT lo constituye el 87% actores locales que tienen estrecha relación con CORSATUR, sobre todo, una participación activa en el programa Pueblos Vivos.

En cuanto a las edades, el 63 % de los integrantes corresponde a población menor de 36 años (ver gráfico 7).

GRÁFICO No.5:
PARTICIPACIÓN EN **CDT**
POR GÉNERO

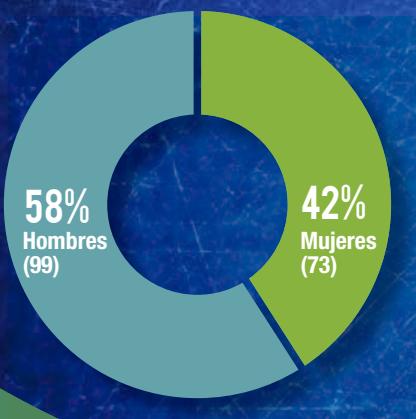


GRÁFICO No.6:
CARGOS DE PRESIDENTES
EN LOS **CDT**

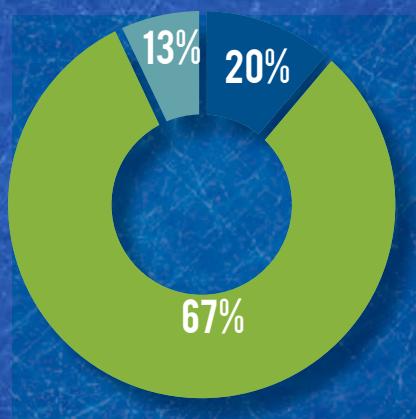
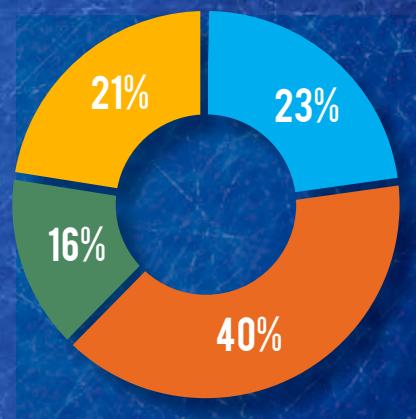


GRÁFICO No.7:
POBLACIÓN DE LOS **CDT**
POR EDAD





CAPÍTULO
DOS

Importancia del Plan de Maestro de Turismo





Un Plan Maestro para el Desarrollo Turístico es una herramienta que brinda lineamientos generales para la gestión del turismo en el territorio, orienta el horizonte y refleja una visión compartida de los actores involucrados. Para el caso del Valle del Jiboa, el Plan Maestro, además de ser una herramienta construida de forma participativa, define sus aspiraciones en coherencia con la Estrategia Integral del Valle del Jiboa.

Dicha estrategia se ocupa del ordenamiento territorial, el impulso del desarrollo económico, la mejora de la infraestructura productiva, la generación de empleo, el fomento de la cultura y el arte la promoción del turismo, el impulso de alianzas público - privadas, la incidencia en políticas públicas promoviendo la participación ciudadana, involucrar a hombres y mujeres, conservar y proteger el medio ambiente, promover la gestión integral del riesgo, el manejo integral de desechos sólidos y fortalecer el gobierno local.

La Asociación Intermunicipal del Valle Jiboa es un espacio integrado por 14 municipios, pero en función de esta intervención, se le suma Tecolula. El objetivo de la MIJIBOA es promover el desarrollo integral y sostenible de los municipios asociados, en articulación con los niveles regional, departamental y nacional. El turismo es para la Asociación un elemento vinculador no sólo entre los actores internos sino también hacia los niveles mencionados y hacia el exterior.

Con este Plan Maestro de Turismo, la MIJIBOA pretende en cinco años (2016-2020): mejorar las condiciones de vida de sus habitantes a través del fortalecimiento de la vocación turística del territorio y bajo un enfoque de sostenibilidad y desarrollo territorial, objetivo que se logrará a través de la ejecución de los siguientes aspectos:

1. Organización / Comunicación:

De realizar un proceso que sea un mecanismo de diálogo permanente y de potenciar el sentimiento de comunidad y pertenencia entre los actores en el territorio y otros que les acompañan; de hecho este ya ha sido un resultado que ha comenzado a visibilizarse, puesto que, se ha logrado a) el involucramiento y compromiso de las autoridades municipales de la MIJIBOA, b) la creación de tres circuitos turísticos con el apoyo del Ministerio de Turismo, c) el interés de crear el Comité Regional de Turismo para el Valle del Jiboa y d) la movilización de recursos de las instituciones participantes para complementar las etapas de construcción del Plan Maestro de Turismo.



2. Puesta en Valor Turístico:

De apostarle a que el Valle del Jiboa se convierta en un territorio modelo de desarrollo turístico a nivel nacional, sin perder la visión de turismo inclusivo (en función del bienestar de la población y el desarrollo sostenible de la zona), lo cual se traduce en la diversificación de la ocupación tanto en lo rural como en lo urbano, principalmente de jóvenes y mujeres; protección y puesta en valor del medio ambiente y la cultura local.

3. Fortalecimiento del destino:

De incrementar el flujo de visitantes al territorio, implica una revisión colectiva y mejora constante de los productos turísticos, además formación continua para el fortalecimiento de las capacidades y vocación de los grupos anfitriones. Gestión e inversión para la mejora de infraestructura individual y común, así como mantener muy buenos estándares en el servicio.

4. Emprendimientos:

De fortalecer las iniciativas familiares, pequeñas y medianas empresas que se dedican al turismo en cualquier nivel y con ello mejorar la calidad de vida de sus habitantes, generar empleo y dinamizar la economía local. También es trascendental para la MIJIBOA hacer de este documento, que marca directrices y aspiraciones:

- Un instrumento de gestión, para la articulación con cooperantes e instituciones de asistencia técnica.
- De promoción turística para la complementariedad e integración en el territorio.
- Una herramienta para la creación de un marco jurídico desde lo local, para la regulación del turismo en el territorio, en función de proteger el patrimonio ambiental, cultural y social.

Es sumamente importante mantener uno de los principales activos del Valle del Jiboa: la cohesión de sus actores, sin distingos de ninguna naturaleza, lo cual ha sido un sentimiento preponderante y distintivo a lo largo de trece años de vida de esta expresión política territorial.

La visión de este Plan Maestro de Turismo es “Posicionar al Valle del Jiboa como Patrimonio Intangible a través de las expresiones culturales y artísticas que poseen los municipios”. Su alcance se basa en la articulación de esfuerzos de los distintos actores territoriales para poner en valor el conjunto de recursos culturales tangibles e intangibles con los que cuentan los diferentes municipios; desarrollando nuevos nichos de mercado, atrayendo inversiones y generando emprendimientos, fortaleciendo la economía local de sus habitantes y diversificando la oferta con una identidad cultural y artística que le permita posicionarse en el mapa turístico salvadoreño.

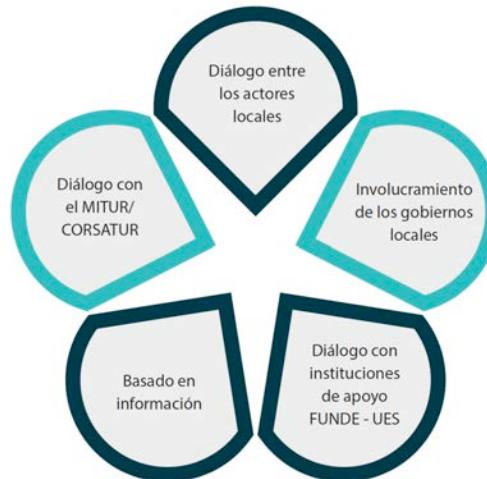
En sus aspectos críticos el territorio no puede obviar: La vulnerabilidad ambiental de los diferentes municipios y la inseguridad que afecta a todo el país.

Para la construcción del Plan Maestro de Turismo se ha considerado:

- El diálogo entre los actores locales.
- El diálogo con el Ministerio de Turismo a través de CORSATUR y los CDT, en el marco de asistencias técnicas y acompañamiento del Programa Pueblos Vivos.
- El diálogo con agentes de acompañamiento: FUNDE, Universidad de El Salvador y actores locales.
- La información existente sobre el territorio.
- El inventario turístico de cada municipio.
- Los espacios para el diálogo han sido jornadas de talleres, realización de la estrategia Pueblos Vivos-Multidestinos.

Ha sido trascendental la participación, aportes y apropiamiento de los Comités de Desarrollo Turístico (CDT), que son estructuras formadas y reconocidas por el MITUR/ CORSATUR para gestionar el turismo en el territorio. Los CDT son también un ente que apoya a la comuna para activar el potencial turístico del municipio e implementar Pueblos Vivos. En el Valle del Jiboa ya se cuenta con 18 CDTs, incluyendo uno departamental y otro en la zona costera del municipio de Tecoluca.

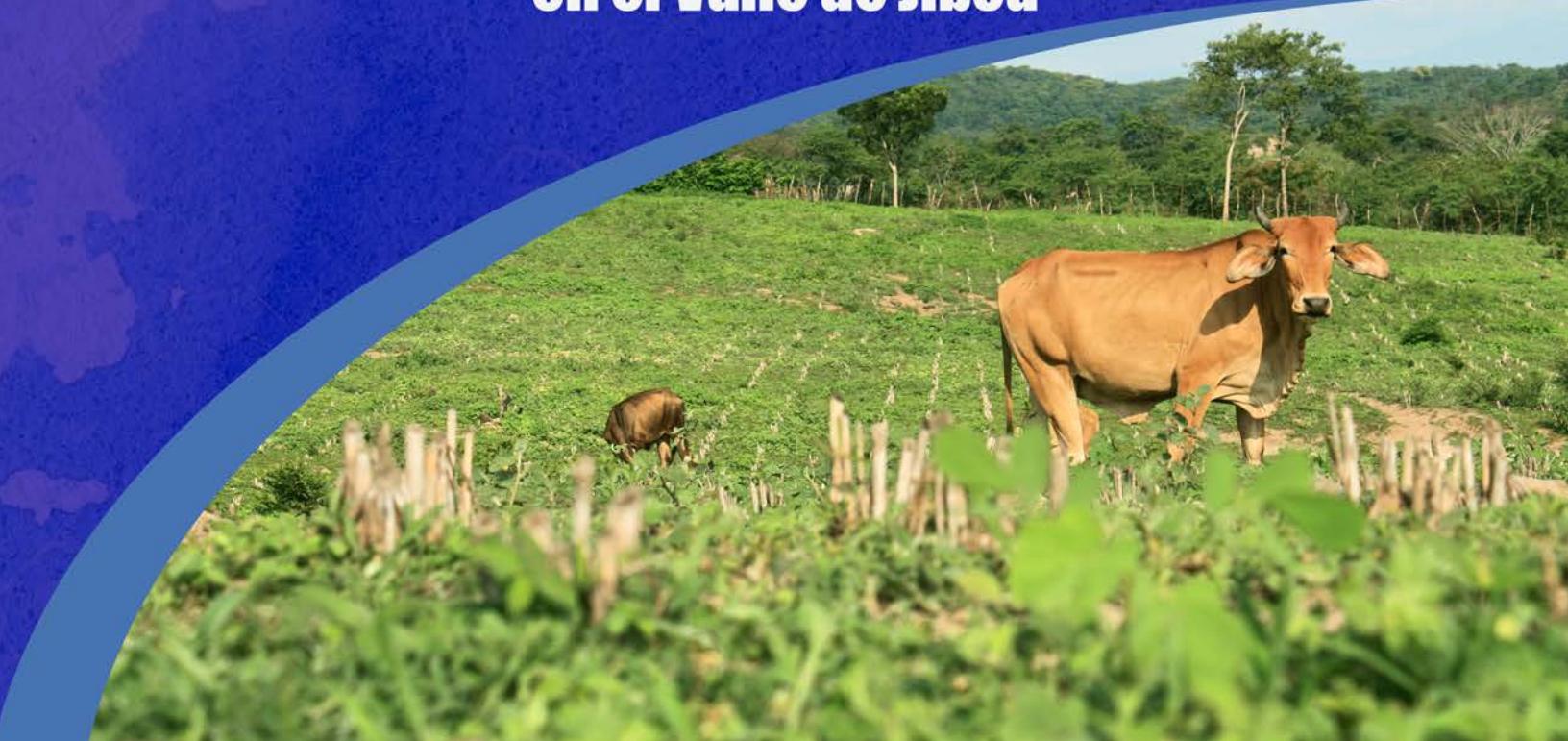
GRÁFICO NO.8:
FACTORES CONSIDERADOS PARA
LA ELABORACIÓN DEL PLAN
MAESTRO DE TURISMO





CAPÍTULO
TRES

Situación Socio Económica y Ambiental en el Valle de Jiboa



El Valle del Jiboa está ubicado en la región paracentral de El Salvador a 60 kilómetros de la capital San Salvador. Lo integran 15 municipios: Apastepeque, San Vicente, Santa Clara, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, San Lorenzo, San Sebastián, San Ildefonso, Santo Domingo y Tecolua en el departamento de San Vicente; así como Jerusalén y Mercedes La Ceiba en el departamento de La Paz. En el Plan Maestro de Turismo del Valle del Jiboa se incluye al municipio de Tecolua del departamento de San Vicente por la cercanía y conexión con el territorio.

MAPA No.1:
DIVISIÓN POLÍTICO-
ADMINISTRATIVA DEL
VALLE DEL JIBOA

Fuente: *Elaboración propia*





La población total de los 15 municipios del Valle del Jiboa para el 2015 se estima en 183,773 habitantes, de los cuales 88,614 son hombres y 95,159 son mujeres (DIGESTYC - El Salvador, Estimaciones y Proyecciones de Población Municipal 2005-2025; revisión 2014). Entre sus actividades productivas destacan: la caña de azúcar, el café, el marañón y los granos básicos. La industria productiva de la panela como producto derivado de la caña de azúcar es una de las actividades emblemáticas y de mucha tradición cultural.

Los municipios del Valle del Jiboa cuentan con una serie de características que imprimen un gran potencial turístico al territorio. Entre estas, se pueden mencionar: a) recursos naturales representativos como la Laguna Apastepeque y el Volcán Chichontepec; b) manifestaciones culturales históricas; c) artesanías, arte y música y d) eventos programados en los municipios para celebrar la tradición de la caña de azúcar y las moliendas, el café, los granos básicos y la tradición musical (Fundación Nacional para el Desarrollo - FUNDE - 2015).

3.1. Indicadores sociales

Un 61.50% de la población se encuentra por debajo de la línea de pobreza, la tasa promedio de pobreza extrema en el Valle del Jiboa es del 32.57%; siendo los municipios de San Esteban Catarina y Santa Clara, donde la pobreza alcanza niveles extremos; mientras que los municipios de Apastepeque, San Lorenzo, San Ildefonso y Verapaz, se clasifican con pobreza extrema alta.

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) promedia el 0.679 en todo el territorio del Valle del Jiboa y Tecolua. En Valle del Jiboa y Tecolua la tasa de escolaridad promedio en el área urbana es de 5.87 años; mientras que en el área rural es de 4.41 años, el analfabetismo alcanza el 17.13% y en el área rural es del 25.22%. En Tecolua la tasa de escolaridad promedio en el área urbana es de 4.1 años. El analfabetismo es de 17.69% en el área urbana y 25.65% en el área rural. Sin embargo, se están haciendo esfuerzos por acortar esta brecha, ejemplo de esto es Guadalupe, municipio que recientemente fue declarado libre de Analfabetismo (Ministerio de Educación, diciembre 2015).

Las condiciones de vida de los habitantes están en parte afectadas por la ausencia de agua potable, saneamiento y energía eléctrica; en los municipios que integran el Valle del Jiboa en el área urbana el 73.34% de los hogares tienen acceso al agua potable y en el área rural solo el 54.80%.

En cuanto al saneamiento, en el área urbana sólo el 17.66% de los hogares tienen acceso a saneamiento por alcantarillado y en el área rural únicamente el 1.78% tienen este servicio. En energía eléctrica en el área urbana el 91.55% de los hogares tienen acceso a la energía eléctrica, mientras que en el área rural el 81.48% cuentan con el servicio.

Por otro lado en Tecolua 17.8% de los hogares cuenta con acceso a agua potable dentro de sus viviendas, La tasa de cobertura de este servicio en el área urbana es del 23.67%, mientras que en el área rural es del 12.13%; el 2.06% de los hogares cuenta con eliminación de aguas servidas por alcantarillado. El 78.62% de los hogares del municipio cuenta con alumbrado eléctrico. La tasa de cobertura de este servicio en los hogares del área urbana es del 88.07%, mientras que en el área rural es del 71.01%. (DIGESTYC, VI Censo de Población y Vivienda 2007).

3.1.1. Indicadores de género

En el Valle del Jiboa y Tecolula habitan 95,159 mujeres; las cuales representan el 51.79% de la población total del territorio. El 24% son mujeres jóvenes; y el 51.10% viven en áreas rurales de los municipios (DIGESTYC 2014: Proyecciones de Población Municipal 2005-2015).

Las mujeres están involucradas en la mayoría de las actividades productivas y económicas que se realizan en el territorio, como el cultivo de la caña de azúcar y sus derivados, la siembra de granos básicos (frijol y maíz), producción de hortalizas, manejo de talleres artesanales, corta de café, elaboración de melcochas y dulces típicos, preparación de platillos típicos, crianza de pollos y cerdos, artesanías y actividades turísticas entre otras.

Existen varios grupos de mujeres organizadas en el territorio, entre los que se pueden mencionar: la Asociación Municipal de Mujeres de San Esteban Catarina (AMUSEC), las Mujeres Emprendedoras Santiago Apóstol (AMESA), la Asociación de Mujeres de Éxito de San Cayetano Istepeque (AMESCA), la Asociación Municipal para el Desarrollo de las Mujeres de Santa Clara (AMUDESAC), la Asociación de Mujeres Pro- Desarrollo de Tepetitán (AMUDET), y la Asociación de Mujeres Verapacenses Encarnación de Molina (AMUVE). En los municipios de Mercedes la Ceiba, Santo Domingo, San Sebastián y Guadalupe se está trabajando para crear grupos de mujeres organizadas. Entre los principales problemas que enfrentan las mujeres en esta zona del país, se encuentran la





falta de oportunidades de empleo, bajo nivel educativo, falta de orientación vocacional, acceso limitado a capacitaciones, analfabetismo, falta de recursos económicos para la producción, violencia intrafamiliar, desintegración de la familia, desigualdades de género, embarazos prematuros; así como limitado acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva.

La situación y problemas que enfrentan, ha llevado a un grupo de lideresas de diferentes municipios a interactuar, crear y gestionar la legalización de la Red de Mujeres Emprendedoras del Valle del Jiboa, para poder generar propuestas e incidir en los gobiernos locales y las instituciones de gobierno, para que este sector pueda mejorar su nivel de liderazgo y tener acceso a programas de formación, recursos técnicos y económicos que generen oportunidades que se traduzcan en una mejor calidad de vida para las mujeres y sus familias en la región.

La Red de Mujeres Emprendedoras del Valle del Jiboa, está integrada por 10 organizaciones de mujeres. Participan en su coordinación 120 lideresas de todos los municipios que integran el territorio.

3.1.2. Indicadores de juventud

El Valle del Jiboa es una región con un alto porcentaje de población joven. Según el VI Censo de Población del año 2007, alrededor de 44,456 personas tienen una edad entre 15 y 29 años y representan el 26.97% de la población total del territorio. Los principales problemas a los que se enfrentan los jóvenes en El Valle del Jiboa son la falta de empleo, el difícil acceso a oportunidades de superación académica, discriminación, pobreza, violencia intrafamiliar, delincuencia, alcoholismo y drogadicción. Asimismo, el mal estado de las vías de acceso y la deficiencia del servicio de transporte en las comunidades rurales de este territorio, dificulta que se desplacen a los diferentes centros educativos y que puedan acceder a oportunidades de empleo fuera de sus comunidades de origen. Las actividades agrícolas son el principal sector económico en el territorio y un alto porcentaje de jóvenes se emplea en este sector, sobre todo en el cultivo de granos básicos, hortalizas y en la cosecha de caña de azúcar y café. Buena parte de los jóvenes ven la migración hacia Estados Unidos, como la única alternativa para mejorar sus condiciones de vida; sin tomar en cuenta los peligros a los que se exponen en el largo camino que implica la migración ilegal.

Ante los desafíos existentes para el desarrollo de la juventud; la FUNDE en alianza con Ashoka. El Salvador y otras instituciones como el INJUVE y la Gobernación Departamental de San Vicente, han venido trabajando con los grupos de jóvenes y los gobiernos locales, para crear espacios que busquen incrementar el desarrollo de las capacidades en las y los jóvenes para que participen activamente en los procesos de cambio socio-económico, cultural y ambiental en el Valle del Jiboa.

Para lograr esto, se ha desarrollado el Programa de Jóvenes Emprendedores, que ha permitido la creación de iniciativas emprendedoras que están generando cambios a nivel individual, grupal, comunitario y municipal.



3.1.3. Migración

Los procesos migratorios en el Valle del Jiboa se han dado en forma natural a lo largo del tiempo. Presentándose un incremento ante la ocurrencia de fenómenos naturales que han generado destrucción y pobreza, obligando a la población a desplazarse, por ejemplo en 1918 y 1934 hubo migración de población afectada por fuertes inundaciones en algunos municipios; en la década de los 80's, la guerra civil provocó la salida de cientos de personas en busca de oportunidades fuera del país (estudio realizado con alumnos del Diplomado en Desarrollo Económico y Gestión del Territorio, 2013).

De igual manera en el 2001 la destrucción generada por los terremotos y la tormenta tropical Ida en el 2009, provocó grandes flujos migratorios de los municipios más afectados: Verapaz, Guadalupe y Tepetitán. Las personas que migran en su mayoría son hombres en edad joven; quienes tienen en su ideal salir del territorio para buscar mejores oportunidades de desarrollo.

Es necesario destacar que a pesar de la crisis económica mundial, el estancamiento en Estados Unidos y el acceso a información; las personas continúan migrando por la inseguridad y pocas alternativas económicas que se viven en el territorio.

Desde el año 2010, la FUNDE y el Vice Ministerio para Salvadoreños en el Exterior han trabajado, para articular grupos organizados de migrantes con los procesos de desarrollo del Valle del Jiboa; logrando que organizaciones de salvadoreños en Los Ángeles, Nueva York y Nebraska, movilizaran recursos económicos y compartieran sus experiencias para apoyar iniciativas económicas y sociales lideradas por jóvenes y mujeres en los municipios de Verapaz y San Esteban Catarina.

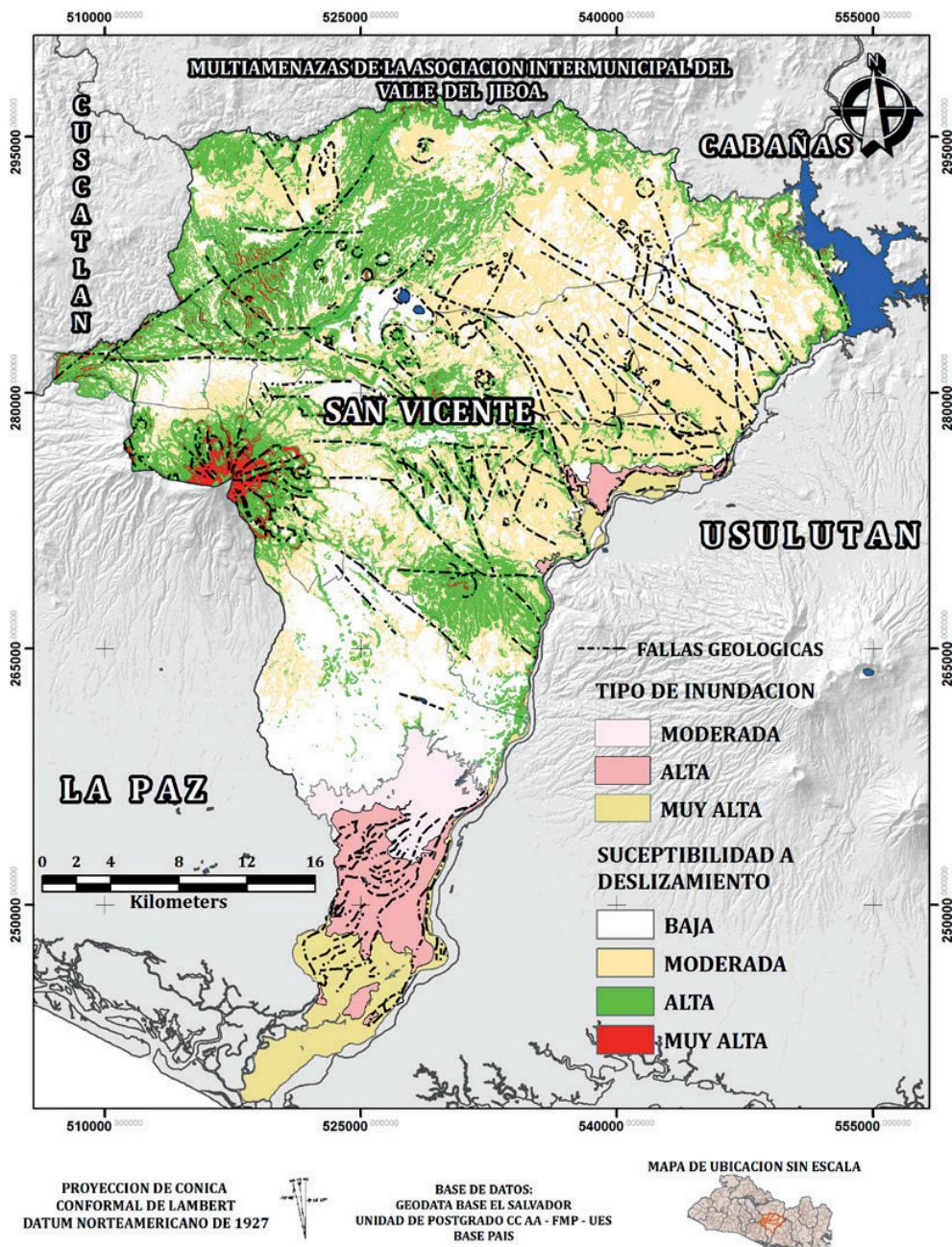
Asimismo se han realizado procesos de sensibilización con jóvenes del territorio, sobre los peligros de la migración ilegal.

Las personas que han migrado, en su mayoría lo han hecho hacia Estados Unidos de Norte América y se concentran en las ciudades de Los Ángeles, San Francisco, Virginia, Nueva York, Miami, Maryland, Michigan, Boston, Houston, Nueva Jersey, Chicago y Atlanta, también se tiene conocimiento de personas que han migrado hacia otros países como Canadá, Italia, Suecia, España, Australia y México (Diplomado en Desarrollo Económico y Gestión del territorio, 2012-2013).

3.2. Vulnerabilidad ambiental

Los niveles de vulnerabilidad de la zona se incrementan por su ubicación geográfica, debido a que la mayoría de municipios son susceptibles a fallas tectónicas, deslizamientos, derrumbes y amenazas volcánicas por estar en las faldas y cercanías del Volcán Chichontepec. A lo largo del tiempo el territorio se ha visto impactado por una serie de fenómenos adversos entre los cuales destacan: los Terremotos (2001), la Tormenta Ida (2009), la Tormenta Agatha (2010), la Tormenta Tropical 12 E (2011) y la sequías (2014, 2015).

Estos fenómenos han causado daños en la infraestructura vial, viviendas y PYMES; así como pérdidas de vidas y grandes afectaciones a las actividades económicas y productivas. Esta situación ha incidido en el incremento de la pobreza y los flujos migratorios (Diplomado en Gestión de Riesgos y Desarrollo Sostenible del Territorio 2012-2014).



MAPA No2:
VULNERABILIDAD EXISTENTE
EN EL VALLE DEL JIBOA

Fuente: *Elaboración propia*

3.3. Actividades productivas

En el Valle del Jiboa y Tecoluca se registran 20,844 productores, de los cuales un 81.16% están dedicados a pequeñas plantaciones que consumen la mayor parte de su cosecha y venden el excedente con el fin de suplir sus necesidades familiares de subsistencia. (IV Censo Agropecuario, El Salvador 2007-2008).

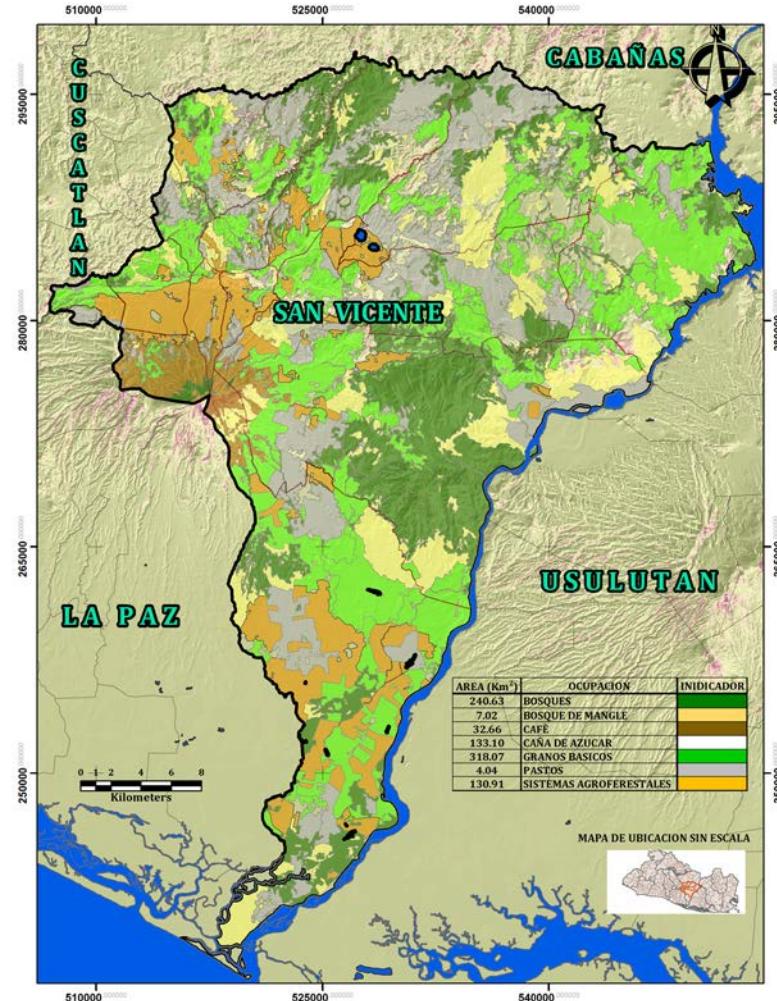
De acuerdo a este Censo, en el Valle del Jiboa existen 33,206 manzanas cultivadas con granos básicos (maíz, frijol, arroz, maicillo); 589.3 manzanas con hortalizas; 4,837 manzanas con caña de azúcar; 268.3 manzanas con árboles frutales y 3,616 manzanas que están cultivadas con café. En Tecolua predomina el cultivo del maíz con 4,644 manzanas cultivadas. Le sigue en importancia la caña de azúcar, 1,591 manzanas, y el maicillo, 1,052 manzanas.

En el Valle del Jiboa operan varias moliendas, las cuales se activan en la época de zafra; brindando empleo a cientos de operarios. La materia prima para estas moliendas proviene las plantaciones de azúcar ubicadas en la zona. En total, existen 97 moliendas en todo el territorio, cuyo detalle por municipio se presenta en el cuadro No.4. Los productos derivados del procesamiento de la caña de azúcar que se generan en las moliendas son dulce de panela, batidos, panela granulada y azúcar de pilón, que son comercializados a nivel local, nacional e internacional.

CUADRO NO.4:
Detalle de Moliendas
Valle del Jiboa

Municipio	Total de Moliendas
San Lorenzo	27
Verapaz	17
Mercedes La Ceiba	12
Jerusalén	11
San Sebastián	8
Apastepeque	6
San Cayetano Istepeque	4
Santo Domingo	3
Guadalupe	3
San Estebán Catarina	2
Tepetitán	2
Santa Clara	2
San Vicente	0
San Ildefonso	0
Tecolua	0
Total	97

MAPA N°3:
PRINCIPALES USOS DEL SUELO
EN EL VALLE DEL JIBOA





CAPÍTULO
CUATRO

Potencial Turístico en el Valle de Jiboa

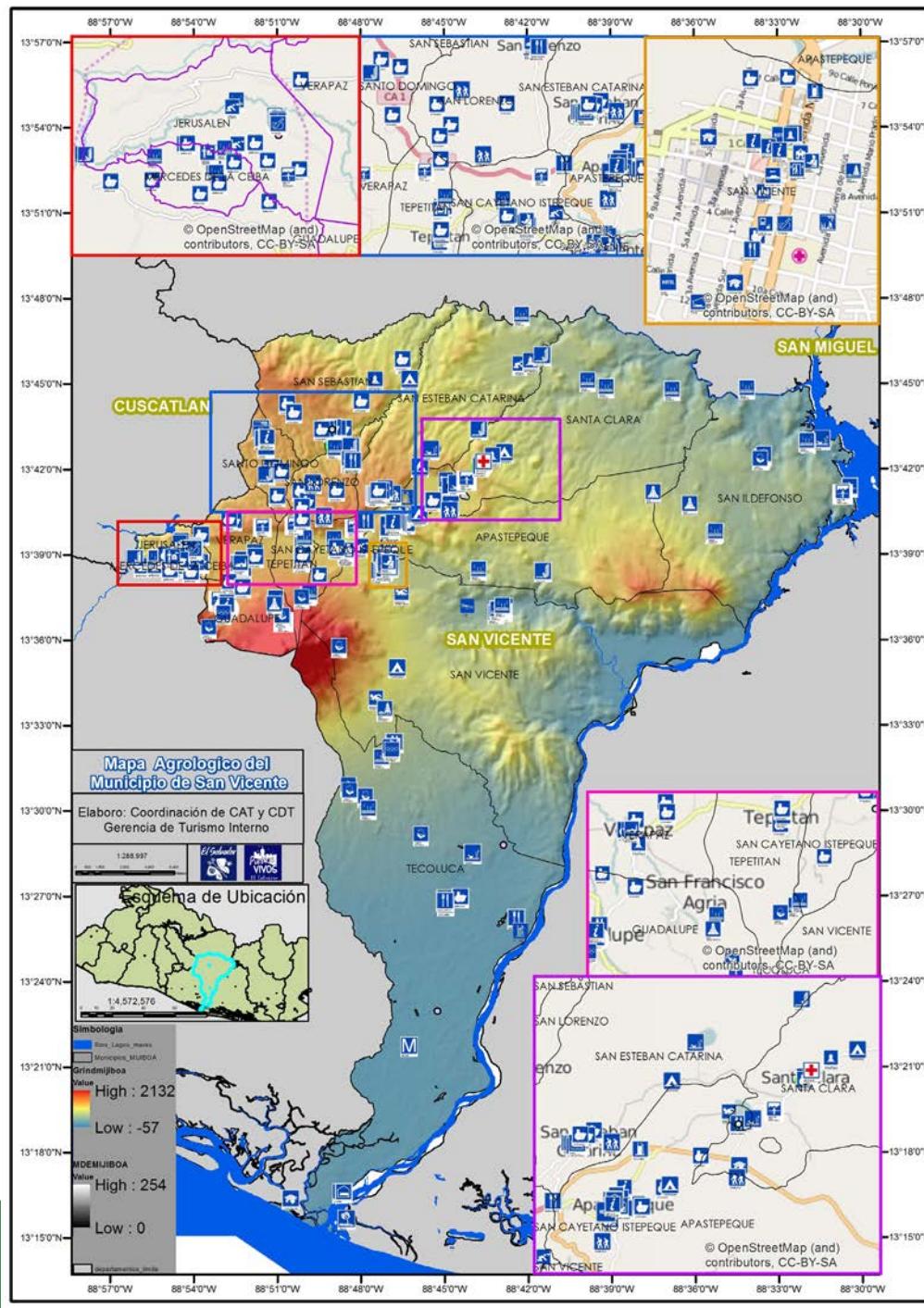


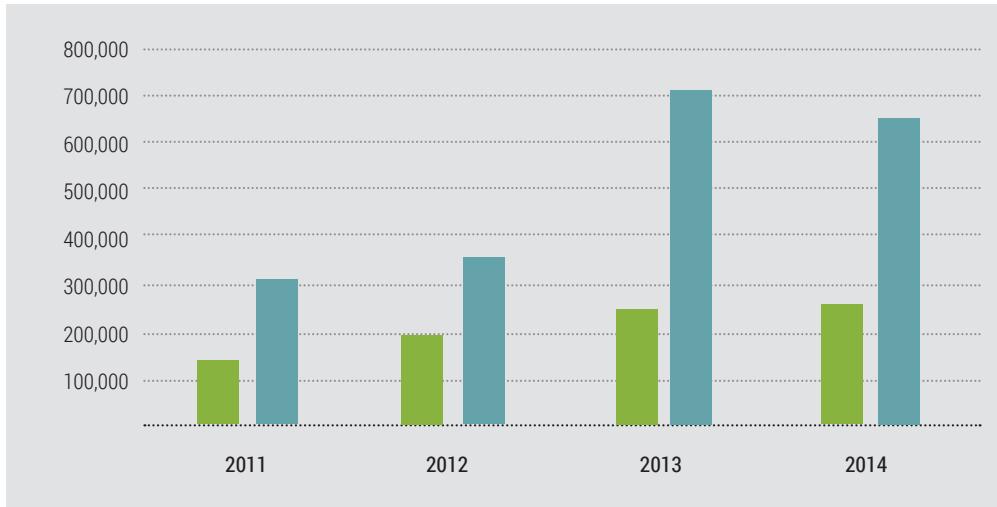
El Valle del Jiboa cuenta con una serie de características y recursos que le imprimen un elevado potencial para el desarrollo del sector turismo: la Laguna Apastepeque, el río Jiboa, las más de 90 moliendas, el Volcán Chichontepéc, la Torre de San Vicente, la Iglesia del Pilar, Amapulapa, el Área Protegida La Joya, el Árbol de Tempisque, los Infiernillos, las vistas panorámicas.

Posee una serie de expresiones artísticas y culturales como la Elevación de Globos artesanales (aerostáticos) y el Festival de la Melcocha en San Esteban Catarina; la Celebración de la Feria de la Panela en Verapaz y Apastepeque; la tradición de artesanía y pintura en Apastepeque y Guadalupe; Festivales identitarios como: del Marañón en Tecoluca, de la Quesadilla en Santa Clara, la Hamaca en San Sebastián; del Camote en San Vicente; Lunadas en Jerusalén, Danza de los Historiantes en Apastepeque; Escuela de Música de FUNDEARTES en San Esteban Catarina, entre otros; que muestran la riqueza histórica, artesanal, el potencial turístico y la identidad del territorio.

MAPA No. 4: TURÍSTICO

Fuente: Elaboración propia





San Vicente La Paz

GRÁFICO N°9:
VISITANTES POR
DEPARTAMENTO - TURISMO
INTERNO

4.1 Segmento de Mercado Potencial

El nivel de organización y evolución del territorio ha favorecido el incremento de estadísticas de visitación en los departamentos de La Paz y San Vicente; el gráfico N°9 muestra el incremento de visitación en cada uno de los departamentos en el período 2011 a 2014; donde el incremento mayoritario de visitantes se ha dado en el departamento de La Paz, debido a que cuenta con las playas de la Costa del Sol, que es uno de los destinos más visitados por turistas nacionales y extranjeros. En el departamento de San Vicente durante el año 2011 ingresaron 131,206 visitantes; en el 2012 fueron 200,012; durante el 2013 fueron 250,838; y para el 2014 se registraron 260,672; por tanto la tendencia en los cuatro años ha sido incremental en la visita. En La Paz, durante el 2011 se recibieron 309,896 visitantes, 362,122 en el 2012, 718,992 en el 2013 y 657,312 en el 2014.

Al realizar un comparativo del primer semestre del calendario en los últimos cinco años, se puede visualizar una tendencia de crecimiento en la cantidad de visitantes, situación que se mantiene en el primer bimestre del año 2015 en ambos departamentos. (Ver cuadro N°5)

CUADRO N°5:
COMPARATIVO DE
VISITANTES EN EL PRIMER
TRIMESTRE 2011-2015

Departamento	1° Semestre 2011	1° Semestre 2012	1° Semestre 2013	1° Semestre 2014	1° Semestre 2015
San Vicente	52,918	104,590	141,564	143,409	149,643
La Paz	152,225	207,810	452,133	322,085	342,407
Total	205,143	312,400	593,697	465,494	492,050



Se identifican cuatro segmentos de mercado potenciales para el territorio:

Mercado Local: segmento de la población de la localidad que consume los productos y servicios que se ofrecen en el territorio; es lógico que para un lugareño estos productos y servicios no parecen turísticos pues los tienen a plena disposición todo el tiempo.

Mercado Nacional: segmento de la población a nivel nacional que consume estos productos y servicios, que son particulares del territorio y los vuelven un atractivo turístico.

Mercado Internacional o Extranjero: segmento de mercado de turistas y visitantes extranjeros que encuentran en estos productos y servicios un atractivo turístico que pueden consumir e incluso llevar como recuerdo a sus países de origen.

Mercado Nostálgico: segmento que se compone principalmente por las personas que comúnmente se les conoce como hermanos lejanos, pues son quienes al estar radicados en otro país siempre anhelan poder disfrutar de productos elaborados en su tierra natal, así se vuelven un mercado potencial para el turismo.

4.2 Recursos Turísticos

El Valle del Jiboa posee un gran potencial para el desarrollo del turismo y también cuenta con una serie de tradiciones culturales y expresiones artísticas que son las que le imprimen identidad al territorio.

En el cuadro No. 6-A y 6-B, se presenta la información de recursos turísticos con que cuenta cada uno los municipios en cuanto a gastronomía, ferias, festividades y actividades turísticas, sitios turísticos y fiestas patronales.


CUADRO N°6-A:
**PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS
DEL VALLE DEL JIBOA**

Municipio	Gastronomía	Ferias, Festividades y Actividades Turísticas	Sitios Turísticos	Fiestas Patronales
Apastepeque	Pan con arroz teñido, dulce de panela, tilapia, empanadas, arroz negrito, alboroto, atol shuco.	Festival gastronómico, feria de la panela, festejos patronales, necroturismo; * Mayordomías , Carnaval Dicembrino el 25 de diciembre.	Laguna Apastepeque, Templo Parroquial, iglesia El Calvario, Parque Central, Turicento de la Laguna Apastepeque, Simposio Erasmo Rosales, Museo MUSA Galería, Casa de la Cultura, Casa del Artesano, Cerro Santa Rita, Cerro El Teconal, poza del Sisimico, Mayordomías, hostales, restaurantes, moliendas (6).	Del 15 al 25 de julio, en honor a Santiago Apóstol.
San Vicente	Dulces artesanales de feria, conservas de frutas, jaleas, arroz negro con salpicón, sorbete artesanal, vinos, Chentillo a base de camote, panes rellenos, pan de tuza artesanal, pupusas, buñuelos con chilate.	Festival gastronómico vicentino, * Festival del Camote y la Cumbia (último sábado de junio), Festival del Jocote Corona, Festival de Verano, Festival de los Santos, festejos patronales en honor a San Vicente Abad y Mártir, viernes alegres, turismo comunitario y Necroturismo.	Área protegida La Joya, Jocotera San Bernardino, Centro histórico con su emblemática Torre Vicentina, Parque Acuático Amapulapa, Catedral, Basílica Nuestra Señora del Pilar, Dulcería Villalta, Panaderías, Árbol de Lamentos, Árbol del Tempisque, museo Posada de Marquez, Sitio Arqueológico de Tehuacán, restaurantes, posadas y hostales.	Del 12 al 31 de diciembre en honor a San Vicente Abad y Mártir.
Santa Clara	Tilapia, quesadillas de arroz, platillos típicos, pupusas.	* Festival de la Quesadilla , festival del maíz, festejos patronales, Aqua Fest (Festival en la Laguna Apastepeque).	La Laguna Ciega o Ciénega, Casco urbano de Santa Clara, Poza de los Cubos, Cementerio de Santa Clara, Poza Agua Caliente y Laguna Apastepeque.	Del 01 al 12 de agosto en honor a Santa Clara de Asís.
San Esteban Catarina	Melcocha, alfenique, pastelitos, platillos típicos, pupusas.	* Festival del globo , festival de la melcocha, lunadas en el Cerro Las Delicias, Festejos patronales y las fiestas septembrinas.	Escuela de música (FUNDEARTES), cerro Las Delicias, Casa de La Cultura, Museos, Hoyo de Calderas, laguna Bruja o Chalchuapa, Hoyo Lavatueca, Hoyo Santa Ursula, Hoyo La Barranca, Tatús en Cerro de San Pedro, Piedra Pintada (límite río Titihuapa), Río Amatitán, monumento El Calabozo, moliendas (2).	Desde el 22 al 28 de diciembre en honor a San Esteban y Santa Catarina.
San Cayetano Istepeque	Conservas de frutas, jaleas, frutas de estación, quesadillas, dulces típicos, atol de elote, pupusas, vinos artesanales.	* Elección y Coronación de la Reina del Turismo , Festival de la Caña de Azúcar.	Cuevas del Sitio, Presa Hidroeléctrica del Río Acahuapa, Infiernillos Ciegos, Parque central, Templo parroquial, volcán Chichontepéc, moliendas (4).	Del 01 al 07 de agosto en honor a San Cayetano.
Tecolуca	Tamales, quesadilla, semilla de marañoн, vinos artesanales, pupusas, jaleas.	* Festival del Marañoн , Festival del Cangrejo, Festival del Maíz.	Parque Ecoturístico Tehuacán, Isla Montecristo, Bajo Lempa, Iglesia, Portales del casco urbano, Marañoneras, Área protegida La Pita, Volcán Chichontepéc.	Del 01 al 10 de agosto en honor a San Lorenzo
Tepetitán	Sopa de gallina, horchata, conservas de frutas, jaleas, variedad de gelatinas, pupusas, frutas de estación.	* Festejos Patronales en Honor a la Virgen del Tránsito , Historia de Anastasio Aquino.	Haciendas y fincas en el volcán Chichontepéc, ruinas de la Iglesia, Polideportivo Municipal, moliendas (2).	Del 14 al 15 de agosto en Honor a la Virgen del Tránsito.

* *Evento por el cual es más reconocido el municipio.*

Fuente: Elaborado con información de CORSATUR y validado en talleres de consulta.

CUADRO No6-B:

**PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS
DEL VALLE DEL JIBOA (CONTINUACIÓN)**

Municipio	Gastronomía	Ferias, Festividades y Actividades Turísticas	Sitios Turísticos	Fiestas Patronales
Verapaz	Dulce de panela, batidos artesanales, mieles, azúcar de pilón, pupusas.	* Feria de la Panela , festival gastronómico, visitas a moliendas, Festival de Bandas de Paz.	Río Los Encuentros, Río Borjas, miradores naturales, parque central, moliendas (17) y Monumento a la Vida e Historia.	Del 17 al 19 de marzo en Honor a San José.
Guadalupe	Atol shuco, café de altura granulado, dulce de panela, batidos, azúcar de pilón, yuca frita, empanadas, jocotes, naranjas y frutas de temporada.	Festival del Café, Festival del Arte y la Cultura, Festival del Maíz, * Festejos Patronales en Honor a la Virgen de Guadalupe .	Volcán Chichontepec, Infiernillos, murales del casco urbano, Polideportivo, Fincas de Café, Petrograbados, Parque Acuático de Guadalupe, moliendas (3).	El 12 de diciembre en Honor a la Virgen de Guadalupe.
San Lorenzo	Granizada, batidos, mieles, azúcar de pilón, arroz negrito, atol de elote, derivados del cacao, panes con pollo, dulces típicos, platillos típicos, pupusas, atol vinos artesanales y shuco.	Festival gastronómico, festejos patronales, visitas a moliendas, * Festival Navideño Temático .	Rio Machacal, río Machacalito, cerro Grande, cerro Brujo, Poza El tanque, Cueva El Cuche, Parque España, Poza El Salto, telares artesanales, Mercadito de artesanías, moliendas (27).	Del 4 al 10 de agosto en Honor a San Lorenzo Mártir.
San Sebastián	Buñuelos con chilate, café, frutas de estación, pupusas, atol de elote y platillos típicos.	Festival gastronómico, festejos patronales, * Festival de las Hamacas .	Iglesia El Calvario, parque central, río Machacal, Poza El Tanque, Telares y talleres artesanales, Casa de la Cultura, moliendas (8).	Del 15 al 31 de enero en honor a San Sebastián Mártir.
San Ildefonso	Atol de elote, quesadilla de queso, producción artesanal de lácteos, pupusas	Festival del Maíz, festejos patronales, * Feria Ganadera .	Río Titihuapa, Embalse del río Lempa, parque central, cerro Chichontepec, Casas en la que se puede ver el proceso artesanal para la elaboración de lácteos.	Del 20 al 23 de enero en honor a San Ildefonso.
Santo Domingo	Dulces artesanales de feria, Conserva de Tonto, conservas de frutas, pupusas, jaleas.	Festival de la piscucha, Festival gastronómico, * Peregrinación Santo Domingo de Gúzman Cada año el 03 de agosto, Romería Cristo Negro, Último fin de semana de enero.	Dulcerías, Poza El Playón, Iglesia Santo Domingo, Parque Acuático El Caminante, producción artesanal de canastos, moliendas (3).	Del 27 de julio al 5 de agosto en Honor a Santo Domingo de Guzmán.
Jerusalén	Dulces de panela, batidos, azúcar de pilón, pan dulce artesanal, pupusas.	Festival de la Caña de Azúcar, * Lunadas, Januca (fiesta de las luces) , Exposición de Belenes en diciembre.	Río Jordán, Iglesia Parroquial Jesús El Triunfo, moliendas (11), Cascada El Chorrerón.	Domingo de Ramos, Fiestas Patronales en honor a entrada triunfal de Jesús a Jerusalén.
Mercedes La Ceiba	Sopa de gallina, pupusas, figuras de chocolate.	* Festejos Patronales , talleres de pintura.	Piscinas naturales, parque central, Polideportivo Los Nacimientos, moliendas (12)	Del 22 al 30 de noviembre en Honor a la Virgen de La Merced.

* *Evento por el cual es más reconocido el municipio.*

Fuente: Elaborado con información de CORSATUR y validado en talleres de consulta.



4.3 Análisis Cuantitativo de los Recursos Turísticos

El Valle del Jiboa representa en espacio el 5.8% del territorio salvadoreño. Espacio que ofrece un crisol de diferentes recursos turísticos que fortalecen su oferta. Para el análisis cuantitativo se ha utilizado la metodología que ofrece el Centro de Investigaciones Turísticas de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Es importante conocer el potencial turístico del Valle del Jiboa, que es el punto de partida del Plan Maestro de Turismo. El territorio en su conjunto cuenta con más de un centenar de recursos turísticos, entre tangibles e intangibles, se destacan áreas protegidas, tradición musical, una imperante cultura artística y la institucionalización de importantes festivales de alcance internacional como la Feria de la Panela, del Marañón Orgánico, del Globo y del Camote. El municipio de San Vicente, cuenta con una declaratoria que le otorga el último fin de semana del mes de junio como el Día Nacional del Camote.

Los recursos turísticos son la materia prima en este rubro económico. Estos traducidos a productos son los que motivan la visitación. Cada municipio tiene sus particularidades y bajo el enfoque de territorio multidestinos estas particularidades se complementan. La metodología certificada por la OEA - a través del Centro de Investigaciones Turísticas (CECATUR) - consiste en el levantamiento de recursos turísticos y la clasificación de los mismos de acuerdo a cinco categorías

La categoría 1, **“Sitios Naturales”**, registra a los diferentes lugares del territorio considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como ser equipamiento o actividades recreativas. Son parques nacionales y reservas de flora y fauna, se registra su existencia y la de los atractivos que están ubicados en su territorio, los cuales quedan analizados por separado en sus categorías respectivas.

Sitios Naturales en el Valle del Jiboa: Los recursos que hacen del Valle del Jiboa un territorio potencialmente turístico son: un paisaje integrado por agua, montañas y valles. Predomina el Valle del Jiboa derivado del Volcán Chichontepec, cono cuya elevación alcanza los 2.182 metros, y que fascina con sus peculiares “picos”, algunos de estos recursos se presentan en el cuadro No.7.



CUADRO No. 7:
SITIOS NATURALES EN
EL VALLE DEL JIBOA

1. Árbol de Los Lamentos (San Vicente)	27. Parque Acuático Amapulapa (San Vicente)
2. Árbol de Tempisque (San Vicente)	28. Parque Ecoturístico Tehuachán (Tecolua)
3. Área Protegida La Joya (San Vicente)	29. Parque Acuático El Caminante (Santo Domingo)
4. Ausoles Infiernillos (Guadalupe)	30. Piedra pintada (San Esteban Catarina)
5. Bajo Lempa (Tecolua)	31. Poza El Salto (San Lorenzo)
6. Cascada El Chorreron (Jerusalén)	32. Parque Acuático (Guadalupe)
7. Cerro Brujo (San Lorenzo)	33. Poza Agua Caliente (Santa Clara)
8. Cerro Grande (San Lorenzo)	34. Poza El Tanque (San Lorenzo y San Sebastián)
9. Cerro Las Delicias (San Esteban Catarina)	35. Poza Los Cubos (Santa Clara)
10. Cerro Santa Rita (Apastepeque)	36. Poza El Playón (Santo Domingo)
11. Cerro de San Pedro (San Esteban Catarina)	37. Poza del Sisimico (Apastepeque)
12. Cerro Teconal (Apastepeque)	38. Presa Hidroeléctrica (Rio Acahuapa, San Cayetano Istepeque)
13. Cuevas del Sitio (San Cayetano Istepeque)	39. Presa Hidroeléctrica (Rio Lempa, San Ildefonso)
14. Cueva del Cuche (San Lorenzo)	40. Polideportivo Municipal (Tepetitán)
15. Fincas de Café (Guadalupe)	41. Polidepotivo Los Nacimientos (Mercedes La Ceiba)
16. Hoyo Caldera (San Esteban Catarina)	42. Reserva de Biósfera (La Pita, Tecolua)
17. Hoyo Lavatueca (San Esteban Catarina)	43. Río Acahuapa
18. Hoyo Santa Ursula (San Esteban Catarina)	44. Río Amatitán (San Esteban Catarina)
19. Hoyo La Barranca (San Esteban Catarina)	45. Río Machacal (San Lorenzo y San Sebastián)
20. Isla Montecristo (Tecolua)	46. Río Borjas (Verapaz)
21. Infiernillos ciegos (San Cayetano Istepeque)	47. Río Jordán (Jerusalén)
22. Laguna Apastepeque (Apastepeque y Santa Clara)	48. Río Los Encuentros (Verapaz)
23. Laguna Bruja o Chalchuapa (San Esteban Catarina)	49. Río El Coyol (San Lorenzo)
24. Laguna Ciega o Ciénega (Santa Clara)	50. Valle del Jiboa (faldas del volcán)
25. Miradores naturales (todos)	51. Volcán Chichontepec
26. Moliendas (97 en total)	

Fuente: Levantamiento de Inventario Turístico CORSATUR.

En la categoría 2, “**Museos y Manifestaciones Culturales Históricos**”, “**lugares históricos**”, se refiere a aquellos sitios cuyo valor reside únicamente en estar asociados a algún acontecimiento relevante de la historia nacional o local, sin necesitar dicho sitio tener un valor intrínseco.

Museos y Manifestaciones Culturales Históricos: Los municipios que integran el Valle del Jiboa ofrecen una vasta gama de recursos culturales entre infraestructura, historias y leyendas que han marcado el país, tradiciones que reflejan el sincretismo entre la cultura y la religión. Se suman toda la producción literaria y musical del espíritu artístico de su gente. Entre los recursos de esta categoría, se detallan algunos en el cuadro No.8.



CUADRO No. 8:

MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS

1. Café Museo MUSA Galeria (Apastepeque)
2. Casa del Artesano (Apastepeque)
3. Casas de la Cultura
4. Casco urbano de Santa Clara
5. Catedral de San Vicente
6. Cementerios diversos
7. Centro histórico de Apastepeque
8. Historia de Anastasio Aquino (San Vicente y Tepetitán)
9. Historia de la Masacre de El Calabozo (San Esteban Catarina)
10. Historias de la guerra (San Lorenzo)
11. Iglesia de Santo Domingo
12. Iglesia del Pilar (San Vicente)
13. Iglesia Parroquial Jesús El Triunfo (Jerusalén)
14. Leyendas de San Esteban Catarina
15. Martirio de Alirio Macías (San Esteban Catarina)
16. Mausoleo en honor a las personas que murieron durante el conflicto armado. (Santa Clara)
17. Mercadito de Artesanías (San Lorenzo)
18. Monumento a la Vida e historia del 8 de Noviembre de 2009. (Verapaz)
19. Museos (Apastepeque, San Esteban Catarina y San Vicente)
20. Plazas y parques centrales de cada municipio
21. Parroquia Santiago Apóstol (Apastepeque)
22. Templo parroquial de San Sebastián
23. Torre de San Vicente
24. Simposio Erasmo Rosales



Fuente: Levantamiento de inventario turístico CORSATUR

Para la Categoría 3, “**Folklore, Artesanías y Artes populares**”, en virtud de la diversidad de objetos de cada región y de las distintas designaciones locales, esta categoría ha sido desagregada de la forma más genérica posible”, arquitectura popular y espontánea”, se refiere a las expresiones tradicionales que aún tienen vigencia en las costumbres constructivas de algunos pueblos. Incluye gastronomía tradicional.

Folklore, Artesanías y Artes Populares en el Valle del Jiboa: La gastronomía, cuya base principal es la miel derivada de la caña de azúcar es un “dulce mercado culinario” itinerante, saborizado con recetas ancestrales y únicas del territorio. El trabajo artesanal también predomina en el territorio. (Ver cuadro 9).

CUADRO N° 9:
FOLKLORE, ARTESANÍAS Y
ARTES POPULARES

1. Arroz negrito con salpicón	18. Jugos de caña (Santo Domingo y Tepetitán)
2. Atol shuco	19. Pan con arroz teñido
3. Azúcar de panela (Verapaz)	20. Pan de tuza artesanal (San Vicente)
4. Batidos de miel	21. Panes rellenos
5. Buñuelos con chilate	22. Productos lácteos (San Ildefonso)
6. Café de altura (Guadalupe)	23. Producción de hortalizas
7. Chentillo bebida a base de camote (San Vicente)	24. Quesadillas de queso (San Ildefonso)
8. Conserva de tonto (Santo Domingo)	25. Quesadillas de arroz (Santa Clara)
9. Danza de moros y cristianos (Apastepeque)	26. Refrescos con frutas de temporada
10. Derivados del cacao (San Lorenzo)	27. Semilla de marañón (Tecolulca)
11. Dulce de panela	28. Sopa de Gallina
12. Dulces Artesanales de feria/ (incluye camote)*	29. Sorbete artesanal (San Vicente)
13. Empanadas	30. Tilapia (Santa Clara)
14. Frutas de estación	31. Variedad de artesanías
15. Figuras de chocolates (Mercedes la Ceiba)	32. Variedad de gelatinas
16. Granizadas, bebida a base de hielo, leche y saborizante (San Lorenzo)	33. Variedad de pan dulce
17. Jaleas y conservas de frutas	34. Vinos artesanales

Fuente: Levantamiento de inventario turístico CORSATUR

La categoría 4, **“Realizaciones Técnicas Contemporáneas”**, abarca solamente aquellas que por su singularidad o alguna característica excepcional tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico. En esta categoría deben consignarse sólo obras y manifestaciones técnicas propias de nuestro tiempo.

Realizaciones Técnicas Contemporáneas en el Valle del Jiboa: Existe demostraciones con dobles fines, algunas con carácter productivo y algunas con carácter artístico artesanal. Son recursos que complementan las experiencias turísticas.



CUADRO No. 10:
REALIZACIONES TÉCNICAS CONTEMPORÁNEAS

1. Artesanías de Bambú	10. Elaboración de jaleas y conservas
2. Artesanías de Canasto (Santo Domingo)	11. Elaboración de vinos artesanales
3. Artesanías a base del Bagazo de Caña de Azúcar (Verapaz)	12. Elaboraciones de dulces artesanales de feria
4. Demostraciones en moliendas	13. Elaboración de sorbetes artesanales (San Vicente)
5. Demostraciones en Telares (San Sebastián)	14. Estanques de tilapia (Santa Clara)
6. Escuela de Música, FUNDEARTE en San Esteban Catarina	15. Extracción de la semilla de Marañón (Tecolua)
7. Elaboración con figuras de chocolate (Mercedes La Ceiba)	16. Planta de Lácteos (San Ildefonso)
8. Elaboración artesanal de melcochas	17. Talleres de pintura
9. Elaboración de Globos artesanales de papel de china	18. Orquestas Musicales (Guadalupe, San Vicente y San Esteban Catarina)

Fuente: *Levantamiento de inventario turístico CORSATUR*

La categoría 5, **“Acontecimientos Programados”**, comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que puedan atraer a los turistas como espectadores o como actores.

Acontecimientos Programados en el Valle del Jiboa: La gente en los municipios que integran el Valle del Jiboa ha desarrollado de manera natural la “cultura de festivales”, sus formas de compartir lo que producen y de acercarse de manera directa al visitante-cliente-turista. (Ver cuadro 11).

CUADRO No. 11:
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

1. Celebración del Día del Turismo.	14. Festival del Marañón (Tecolua)
2. Feria Ganadera (San Ildefonso)	15. Festivales Navideños Temáticos
3. Festejos Patronales (Todos los municipios)	16. Januca (Jerusalén).
4. Festival Aquafest (Santa Clara)	17. Exposición de Belenes
5. Festival de Bandas de Paz (Todos)	18. Lunadas en Cerro (Jerusalén)
6. Festival de la Hamaca (San Sebastián)	19. Mayordomías (Apastepeque)
7. Festival del Camote y la Cumbia (San Vicente)	20. Peregrinación de Santo Domingo
8. Festival del jocote corona (San Vicente)	21. Peregrinación de la Virgen de Guadalupe
9. Festival de la Melcocha (San Esteban Catarina)	22. Peregrinación por la Paz (San Sebastián)
10. Festival de la Quesadilla (Santa Clara)	23. Romería en honor a Santa Lucía (San Lorenzo)
11. Festival del Globo (San Esteban Catarina)	24. Lunadas en el Cerro Las Delicias (San Esteban Catarina)
12. Festival del Maíz (Todos los municipios)	25. Festivales gastronómicos comunitarios (San Vicente)
13. Festival de la Panela (Apastepeque, Verapaz y Jerusalén)	26. Festival de la caña de azúcar (San Lorenzo y San Esteban)

Fuente: *Levantamiento de inventario turístico CORSATUR*

El Valle del Jiboa ha institucionalizado cerca de una veintena de festivales entre gastronómicos, en diversa naturaleza, y demostraciones artesanales. Han logrado posicionar en alto nivel: Festival del Maranón, Festival del Camote, la Feria de la Panela, Festival del Globo, Festival de la Hamaca, Festival de la Quesadilla, Festival de la Melcocha, entre otros.

Al aplicar esta metodología a los recursos turísticos enumerados por los actores locales durante los talleres de diseño del Plan Maestro de Turismo, los resultados se muestran en el gráfico No.9.

En términos cuantitativos de sus recursos turísticos, conoce el arte de compartir diversión y entretenimiento, puesto que a través de festividades posicionan lo que el territorio produce, una estrategia de acercarse de manera directa al consumidor. En su inventario reflejan que fácilmente podrían tener dos festivales por mes, de ahí que deriva la necesidad de construir calendario de actividades turísticas y una estrategia de difusión y promoción pertinentes para un mayor alcance.

Este Valle es rico en recursos naturales, se destaca como factor identitario del territorio la belleza escénica del Volcán Chichontepéc y su Valle; así como algunas áreas naturales protegidas y balnearios comunitarios.

La gastronomía predominante es de sabor dulce, tanto en dulces artesanales como en variedades de pan. La materia prima de la exquisita variedad de dulces, en su mayoría es miel derivada de la caña de azúcar.

GRÁFICO No. 9:

**RECURSOS TURÍSTICOS
DEL VALLE DEL JIBOA**



En infraestructura histórica y cultural; muy representativas de la región son las múltiples iglesias católicas en la mayoría de los municipios. Se destaca como ícono la Torre de San Vicente y cascos urbanos históricos.

Este es un ejercicio cuantitativo, pero que da luces para la interpretación por dónde puede ponerse mayor empeño en el diseño de productos turísticos y cómo pueden concatenarse las diferentes categorías de recursos turísticos.

4.4 Recursos Turísticos Identitarios y Compartidos

El turismo es un ejercicio de compartir orgullo, identidad y elementos diferenciadores; la población del Valle del Jiboa vive ese orgullo e identidad a través de diferentes recursos turísticos, estos impregnán la parte cualitativa de los recursos turísticos. Cabe destacar entre estos:

La Molienda o Ruta de las Moliendas: Existen más de 90 moliendas en el Valle del Jiboa, que se activan entre los meses de noviembre y marzo de cada año. Esta actividad, como recurso turístico cohesionador y compartido ha logrado posicionar al territorio en términos turísticos a través de la Feria de la Panela, celebrados en su mayoría entre los meses de febrero y marzo, y sus Festivales de la Caña de Azúcar que por lo general los celebran en noviembre.

De la práctica de esta tradición, puede surgir un proceso de producción sostenible y amigable con el medioambiente, ya que en el territorio se cultivan pequeñas parcelas de caña de azúcar bajo estándares de zafra verde. El territorio concentra pequeñas plantaciones de cultivo de caña de azúcar de forma ecológica y tradicional. La caña de azúcar representa la principal materia prima para dulces típicos que se elaboran de forma artesanal y se comercializan en las principales ferias y fiestas patronales del país, así mismo posee productos como Jugo de caña, miel y azúcar morena, entre otros. Son miles de visitantes los que se convoca a las moliendas y a la Feria de la Panela, de ahí que el Plan de Turismo se propone como un proyecto detonante el impulso y fortalecimiento de la Ruta de las Moliendas como una expresión cultural, además como forma de economía rural no agrícola.

La Música y El Arte: San Vicente en particular ha sido considerado la cuna de grandes músicos pedagogos. Aquí se demuestra que la cultura musical tiene poder y al mismo tiempo genera identidad, en municipios como San Esteban Catarina que desde 1995 ha establecido la Escuela de Música "Cecilio Orellana". Este espacio ha formado a centenares de músicos en todo el país. "La música ha sido un factor inclusivo y de innovación social que ha distinguido a este pueblo, desde hace más de un siglo; este terreno ha visto nacer a maestros de la música de renombre nacional e internacional: Domingo Santos, Gabriel Melara, Esteban Servellón, Cecilio Orellana, Juan Cerritos, Francisco Navarrete; entre otros que destacaron en la Orquesta Sinfónica Nacional y otras en el extranjero. Actualmente cuentan con un grupo de jóvenes artistas que son reconocidos como la Orquesta Sinfónica Juvenil de San Esteban Catarina.

Municipios como San Vicente y San Esteban Catarina han sido cuna de grandes músicos y artistas que han alcanzado renombre a nivel nacional e internacional. En el Valle del Jiboa se cuenta con tradiciones y una diversidad de expresiones artísticas como danzas folklóricas, danzas modernas, batucadas, pintores, escultores y varios grupos que se dedican a la fabricación de artesanías en barro, madera y con bagazo de caña de azúcar, esta última práctica se está desarrollando en Verapaz.

Entre los municipios con grupos destacados de danza se encuentra Apastepeque, con la Danza de los Historiantes y representaciones folclóricas como la de San Sebastián, Tepetitán y San Vicente.

En la parte artística que se refiere a la pintura y escultura, destacan Apastepeque, San Esteban Catarina, Mercedes La Ceiba y Guadalupe, Verapaz y Jerusalén.

En esa dirección otros municipios realizan festivales de Banda de Paz, y se mantienen las tradicionales presentaciones de la banda regimental de San Vicente. También diversos grupos de música comercial son originarios de San Vicente. La música como lenguaje universal y en sus diferentes expresiones es un bien del territorio, también es considerada un recurso que puede compartirse y atraer un segmento selecto de turistas. Recientemente el municipio de Guadalupe también destaca en esta área la cual reúne muchos jóvenes talentos de la región.

La belleza escénica del Volcán Chichontepec y su Valle del Jiboa: El Valle del Jiboa posee una de las vistas panorámicas más impresionantes de El Salvador: la serie de pueblos y variados cultivos asentados en las faldas del Volcán Chichontepec y los cultivos que se pueden contemplar desde diversos puntos de la Carretera Panamericana, constituye un elemento identitario para el territorio.

La forma particular del volcán ha generado múltiples leyendas y cuentos populares. El Volcán Chichontepec, cuenta con dos conos que en caló popular han sido bautizados como "Domingo" y "Lucia". Otras versiones simplemente le llaman "El volcán de las chiches", estas expresiones folclóricas ponen la jocosidad al paisaje que se contempla desde varios puntos del Valle del Jiboa. Cabe destacar que este volcán es el segundo de más altura en el país.

Infraestructura Histórica y Cultural: Casas de larga data, templos, cascinos urbanos, cementerios, murales entre otros son, en su conjunto, parte identitaria del Valle del Jiboa. Destaca la Torre de San Vicente, escenario de las manifestaciones artísticas del departamento. Su imponente infraestructura consta de 40 metros de altura y 6 niveles. En el cuadro No.12, se presenta la información de año de fundación y extensión territorial de los municipios del Valle del Jiboa.

Junto a la Torre símbolo de San Vicente se edificó el quiosco en la plaza central en el año de 1923 por la Sociedad Ideal de Obreros. Este es un ícono regional que está conectado con los actores locales y los templos parroquiales. Expresiones de necroturismo también se reflejan como forma de valorar la arquitectura de los campos santos en varios de los municipios de este valle.

4.5 Oferta Turística por Circuito

A partir de los recursos y potencial turístico de cada municipio, los CDT recibieron asistencia técnica por parte de MITUR/CORSATUR para el diseño de tres circuitos turísticos en el Valle del Jiboa, de 53 que se proyectan a nivel nacional. Los "Circuitos turísticos" obedecen a la edición Multidestinos del Programa Pueblos Vivos 2015, para impulsar conglomerados de municipios y poner en valor la complementariedad e integración territorial en función del ofrecer experiencias turísticas únicas.



CUADRO N°.12:

AÑO DE FUNDACIÓN Y EXTENSIÓN TERRITORIAL DE LOS MUNICIPIOS DEL VALLE DEL JIBOA

Fuente: Elaborado con base al Almanaque 262 - FUNDAUNGO-PNUD 2009.

Municipio	Año de Fundación (Pueblo o Villa)	Extensión (KM2)
1 San Vicente	1658	267.25
2 Tepetitán	1694	12.81
3 Santa Clara	1842	124.46
4 San Esteban Catarina	1871	78.14
5 Santo Domingo	1871	16.41
6 Verapaz	1872	21.31
7 Tecoluca	1874	284.64
8 San Sebastián	1874	61.83
9 Apastepeque	1874	120.56
10 Mercedes La Ceiba	1882	6.50
11 Guadalupe	1888	21.51
12 San Lorenzo	1888	18.71
13 Jerusalén	1892	10.61
14 San Cayetano Istepeque	1958	17.01
15 San Ildefonso	1971	136.37



A continuación, se detalla la oferta turística existente en cada uno de estos circuitos:



Circuito Caminos de Arte y Tradiciones, conformado por 3 Pueblos Vivos: San Cayetano Istepeque, San Vicente y Apastepeque. Presenta detalladamente la idiosincrasia que hace único a cada municipio y que a través de la fusión se conjugan en belleza, historia, cultura, arte, costumbres, tradiciones y gente emprendedora, que es precisamente lo que se pretende dar a conocer y a la vez ofrecer, paquetes turísticos que cumplan las expectativas y estándares que demanda el mercado turístico nacional e Internacional. Ya que en la actualidad el turismo es un pilar fundamental en el desarrollo económico y social de los pueblos que con sus atractivos, como fiestas patronales, templos, parques, leyenda, hostales, artesanos y su gastronomía se convierte en un potencial turístico que, sin duda, cambia y mejora la calidad de vida de sus habitantes.

Oferta turística por municipio:

San Cayetano Istepeque: ofrece visitas guiadas a su templo parroquial, sus parques, su vieja presa hidroeléctrica, sus cuevas, infiernillos ciegos y una vista panorámica de todo el Valle del Jiboa que se contempla desde el Km 53 sobre la Carretera Panamericana.

San Vicente: conocido por ser la “Capital de la Cumbia”, cuenta con el Turicentro Amapulapa, su centro histórico con su emblemática Torre, la Catedral, el Árbol de Tempisque, la iglesia colonial Nuestra Señora del Pilar, el Árbol de los Lamentos, sus panaderías, sus sorbetes y la variedad de dulces artesanales que ofrece la centenaria dulcería Villalta. De su gastronomía sobresale el arroz negrito. Además es reconocida por celebrar el último fin de semana de cada mes, su Festival Gastronómico. Cuenta con una Declaratoria del día Nacional del Camote, en honor a la producción de este fruto, del cual elaboran diferentes derivados: vinos, dulces típicos y su singular bebida “Chentillo”.

Apastepeque: reconocido por su Danza de los Historiantes, cuenta con un templo colonial, la Iglesia del Calvario, la Laguna Apastepeque, la poza del Sisímico, trapiches artesanales, parque central, museos y talleres de artesanías, la mayordomía de Santiago Apóstol, una vista panorámica que ofrece 360° la vista a los 4 puntos cardinales desde la altura que posee el Cerro Teconal.

Círculo Los 180 Grados del Chichontepec, integrado por 6 Pueblos Vivos: Tecolula, Tepetitán, Verapaz, Guadalupe, Jerusalén y Mercedes La Ceiba, en los que se puede disfrutar de belleza natural entre fauna y flora, nacimientos de agua, ausoles que emanan de la falda del Volcán Chichontepec, historia para recordar los orígenes de cada pueblo, gente linda y el conocer cómo muchos habitantes de este territorio que resurgen a pesar de los desastres naturales que han vivido y ahora luchan para llevar el sustento a sus familias, gracias a las tierras fértiles del Valle del Jiboa y la laboriosidad de sus pueblos.

Oferta turística por municipio:



Tecolula: El Mariposario municipal en Tehuacán, donde se alojan muchas mariposas de diferentes especies. Es conocido como la Capital del Marañoón por su Festival del Marañoón. Posee además, un área natural protegida, sitios con arqueología y una exquisita gastronomía.

Tepetitán: El Turicentro, el cañón de Anastasio Aquino y su historia. Está rodeado de muchos cerros, en los que se aprecia el cultivo de la caña de azúcar.

Verapaz: Las Moliendas y su proceso artesanal para la elaboración de la caña de azúcar y los derivados de la caña. Sus dulces tradiciones se aprecian entre verdes cañaverales y hermosos paisajes.

Mercedes La Ceiba: Los Nacimientos de aguas frescas, el parque central con coloridos murales y talleres de pintura.

Jerusalén: Historia del Pueblo y su Iglesia, sus moliendas. Desarrolla lunadas con singulares vistas panorámicas. Sus raíces tienen estrecha relación con Jerusalén del Medio Oriente. Actualmente están desarrollando diferentes talleres de pintura en diversos materiales como plumas, madera, textiles, entre otros.

Guadalupe: su café de altura y sus singulares ausoles en dónde emanan aguas termales y azufradas, llamados también los infiernillos, sitios altos en donde se observan bellos paisajes. Es un pueblo religioso devoto de la Virgen de Guadalupe.

Círculo Tierra de Colores y Sabores Artesanales, lo conforman 6 Pueblos Vivos: Santo Domingo, San Sebastián, San Lorenzo, San Esteban Catarina, Santa Clara y San Ildefonso, que cuentan

con gran potencial turístico y productos identitarios que permiten que el turista reconozca la laboriosidad de estos seis Pueblos Vivos que han sabido complementar entre sí y ofrecer en su recorrido que va desde el proceso de elaboración de dulces típicos, talleres artesanales, naturaleza y paisajismo, hasta la elaboración artesanal de productos lácteos, así mismo el turista puede interactuar con los artesanos y conocer la elaboración de textiles con telares propios de San Sebastián. En este recorrido, también se puede apreciar vistas panorámicas de la Laguna Apastepeque, conocer sobre la elaboración de globos artesanales y melcochas, degustar pan artesanal, quesadillas, granizadas, visitar iglesias y plazas.

Oferta turística por municipio:



Santo Domingo: se caracteriza por la elaboración del dulce artesanal de feria y es por ello que se le conoce como "la ciudad más dulce de El Salvador", reconocida por su peregrinación en honor a su Patrono Santo Domingo. Cuentan con 10 puestos de dulces y 69 familias produciendo dulces artesanales, ofrece una cascada natural en el Cantón Los Rodríguez, se está trabajando por preservar la tradición de elaboración de canastos y figuras en raíz de bambú.

San Sebastián: su patrimonio cultural es la producción textil en telares artesanales en donde se fabrican colchas, hamacas, manteles, bolsos, entre otros. Además es caracterizado por su gente laboriosa y emprendedora; cuenta con riquezas naturales como su río Machacal, posee 3 iglesias que embellecen el municipio, y se le reconoce por su colorido Festival de la Hamaca.

San Lorenzo: reconocido por la producción del dulce de panela, cuenta con más de 20 moliendas, ofrece excelentes vistas panorámicas desde el cerro Grande y cerro Brujo. Entre sus recursos naturales se encuentra Río Machacal, Poza el Tanque y El Salto, entre otros. Sus artesanos trabajan la madera, el barro y la elaboración de colchas en telares. También es reconocido por la preparación de granizadas, una bebida elaborada a base de hielo.

San Esteban Catarina: se caracteriza por su patrimonio cultural que son las melcochas y los globos artesanales de papel que son globos artesanales de papel de china; así como la elaboración de piñatas. Cuenta con un espacio desde el que se imparten talleres de





música y arte a través de FUNDEARTES. Dentro de la música resaltan grandes músicos como: Esteban Servellón, Domingo Santos, Cecilio Orellana, entre otros. Actualmente se promueve la música a través de la Escuela de Música Cecilio Orellana y la Casa de la Cultura. Reconocidos por sus Festivales identitarios: Festival del Globo y Festival de la Melcocha. Dentro de los atractivos turísticos se encuentran: Cerro Las Delicias, La Piedra Pintada, el Calabozo, la Laguna Bruja, Hoyo de Calderas, entre otros.

Santa Clara: en este municipio se encuentra la Laguna Ciega llamada así porque se da solo en invierno se encuentran en diferentes puntos de ubicación. También cuenta con la Laguna Apastepeque que constituye una de sus fuentes más importantes de turismo, en donde sus pobladores cuentan con estanques de tilapia, restaurantes; en ésta organizan el denominado Aqua Fest, el cual reúne a jóvenes deportistas. Entre otros eventos identitarios, son reconocidos por la elaboración de quesadillas en horno artesanal, las cuales se dan a conocer en su tradicional Festival de la Quesadilla.

San Ildefonso: conocido como la cuna de la ganadería, tiene como potencial la elaboración de todos los productos derivados de la leche; el queso de toda especialidad, asimismo los artesanos de la localidad elaboran la deliciosa quesadilla con productos 100% de calidad con queso y crema, que comercializan en la Feria Ganadera (agosto). Entre sus atractivos se encuentra el paisajismo en los cauces del Río Lempa y Titihuapa, flora y fauna característica del Embalse 15 de Septiembre, cuya presa hidroeléctrica es todo un escenario que atesora historia.

4.6 Formación Turística

La educación turística se ha encaminado en el Valle del Jiboa, ya que sin educación no puede construirse cultura turística. Las bases en la gestión del conocimiento y el fortalecimiento de capacidades y vocación turística están dadas y se reconoce avances sustanciales, que se han destillado en la organización de jóvenes involucrados como "guías de turismo" en los municipios y participando activamente de la estrategia nacional Pueblos Vivos.

La formación informal en turismo en el territorio data desde hace más de cinco años y ha sido impartida por diferentes universidades y acompañados por la FUNDE, el Ministerio de Turismo y CORSATUR. Por su parte, se han certificado, a diecisiete guías turísticos locales, beneficiando a municipios como: San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, San Vicente, Tecoluca, San Lorenzo, Apastepeque y Tepetitán, dato que responde a las capacitaciones desarrolladas por CORSATUR en el 2015.



También se cuenta con el Bachillerato en Gestión y Desarrollo Turístico que se imparte en el Instituto Nacional Sarbelio Naverrete de la ciudad de San Vicente y en el Instituto Nacional de Apastepeque. Recientemente el Ministerio de Educación a través de PRO-EDUCA y con financiamiento de la Unión Europea (UE) ha logrado equipar al primero para las prácticas de los alumnos con tres aulas de estudio, zona de cocina, zona de hotel y zona de restaurante. Ha servido como experiencia la participación de los municipios del Valle del Jiboa, en la Estrategia Pueblos Vivos que promueven el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, puesto que desde 2009, que fue creado el programa, hasta 2015 su participación ha evolucionado.

4.7 Programa Pueblos Vivos

El contar con municipios que se han agenciado primeros lugares en el Programa Pueblos Vivos, es un hecho de vital importancia ya que implica previa preparación, coordinación, trabajo en equipo y logística tanto municipal como regional; además este nivel de exposición significa una oportunidad para que el Valle del Jiboa figure como destino turístico a nivel nacional.

La participación en el programa Pueblos Vivos comienza en 2009, poco a poco los colectivos turísticos municipales se han ido motivando a entrar a esta palestra de proyección y posicionamiento, en tres años el Valle del Jiboa ha tenido una participación del 100% de sus municipios (ediciones 2012, 2014 y 2015); cabe destacar que los municipios San Esteban Catarina y Verapaz han participado en todas las ediciones.

Del 2009 al 2015, el programa Pueblos Vivos y sus diferentes ediciones, han otorgado premios a 46 municipios del país, entre éstos a los municipios del Valle del Jiboa. Para el 2012: San Vicente obtuvo el 1º Lugar en el programa, mientras que Tecoluca obtuvo el 5º Lugar. En 2013 y 2014, Apastepeque se agenció premios en la categoría "Histórico Cultural" y "Danzas y Tradiciones" como ganador del 1º Lugar para esas ediciones.

El año 2015, marca la fecha histórica, cuando el territorio en su conformación de circuitos turísticos, se posicionan entre los primeros 5 lugares de la Zona Paracentral. En esta edición denominada con la "Pueblos Vivos Multidestinos", los tres circuitos se agenciaron premios por su destacada participación. Este es un hecho relevante, ya que a nivel nacional ninguna región ha logrado esto anteriormente. El nivel de empoderamiento así como la articulación de la oferta turística de los municipios permitió el posicionamiento de los circuitos: Caminos de Arte y Tradiciones (Apastepeque-San Vicente-San Cayetano Istepeque), ganadores del 1º Lugar. Con un 2º lugar: Tierra de Colores y Sabores Artesanales (Santo Domingo-San Sebastián-San

Lorenzo-San Esteban Catarina-Santa Clara-San Ildefonso); y con un 5° Lugar: 108 grados del Chichontepec (Tecolua-Tepetitán-Verapaz-Guadalupe- Jerusalén-Mercedes La Ceiba).

En el cuadro No. 13, se presenta la evolución de participación que han tenido los municipios del Valle del Jiboa en el Programa Pueblos Vivos desde el 2009.

“Pueblos Vivos” es un programa estratégico en el desarrollo del sector turístico interno de El Salvador que plantea un nuevo enfoque con énfasis en el fortalecimiento de la oferta de productos y servicios turísticos en los municipios del país. Un Pueblo Vivo es una localidad con vocación turística y con atributos simbólicos, leyendas, historia que manifiestan cotidianidad que se convierte en un destino turístico atractivo y sostenible”.

Esta estrategia implicaba la participación de municipios de forma individual. Es en la edición 2015, conocida como Pueblos Vivos Multidestinos en la que se pone énfasis en la asociatividad e integración de los municipios, esta nueva dimensión es muy congruente con el enfoque de territorio que se respira en el Valle del Jiboa.

CUADRO No.13:

PARTICIPACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DEL VALLE DEL JIBOA EN PUEBLOS VIVOS

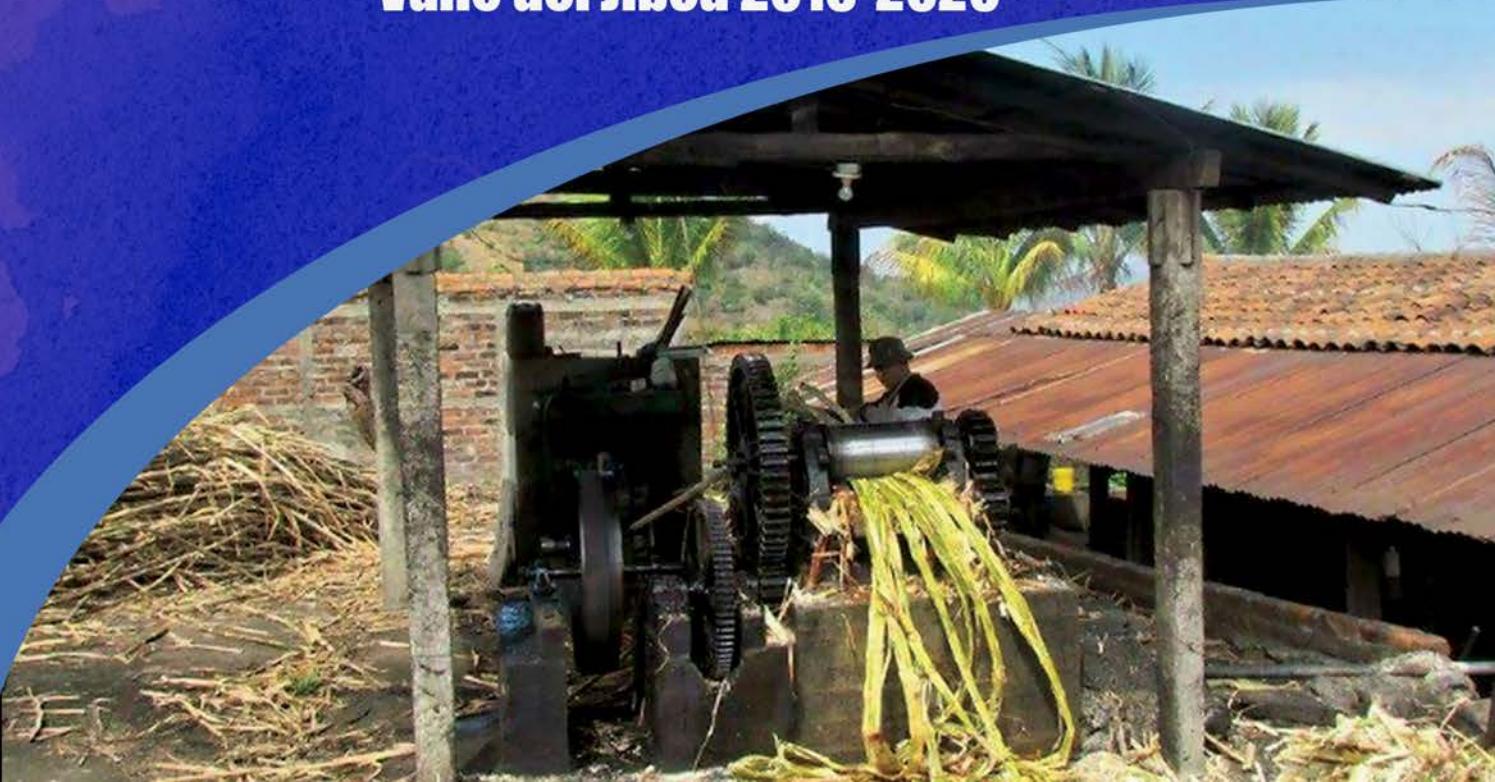
Fuente: Información recolectada por MITUR/CORSATUR

Departamento	No.	Municipios	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
San Vicente	1	San Vicente			1	1	1	1	1
	2	San Ildefonso				1	1	1	1
	3	Apastepeque		1		1	1	1	1
	4	Guadalupe	1		1	1	1	1	1
	5	San Esteban Catarina	1						
	6	San Lorenzo		1	1	1	1	1	1
	7	San Sebastián		1	1	1	1	1	1
	8	San Cayetano Istepeque		1	1	1	1	1	1
	9	Tecolua		1	1	1	1	1	1
	10	Tepetitán			1	1	1	1	1
	11	Santa Clara			1	1	1	1	1
	12	Verapaz	1						
	13	Santo Domingo			1	1	1	1	1
La Paz	1	Jerusalén			1	1		1	1
	2	Mercedes La Ceiba				1		1	1



CAPÍTULO
CINCO

Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa 2016-2020



5.1 Valle del Jiboa: Territorio Turístico enfocado en la cultura y las expresiones artísticas.

La operación del espacio turístico implica una superestructura administrativa, integrada por un crisol de organizaciones de servicio y de atenciones tanto públicas como privadas, con sede en el territorio y fuera del mismo. Estas deben armonizar y estar plegadas a políticas públicas que garanticen un ejercicio turístico sostenible.

En el caso del Valle del Jiboa, su principal potencial es el nivel de organización, engranaje de sus actores y la voluntad política de impulsar un turismo sostenible, inclusivo y participativo con un enfoque profundamente humano, ese elemento en el marco de este rubro es determinante. El territorio a partir de su potencial le apuesta a una oferta turística basada en su cultura y las expresiones artísticas, este es un eje transversal.

En ese sentido, este Plan Maestro de Turismo, tendrá como objetivo general: Mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la Región Intermunicipal del Valle Jiboa a través del fortalecimiento de la vocación turística del territorio y bajo un enfoque de sostenibilidad y desarrollo territorial.

GRÁFICO No. 10 :

DIRECTRICES Y COMPONENTES
TRANSVERSALES DEL PLAN MAESTRO
PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
VALLE DEL JIBOA

Fuente: Elaborado a partir de
información recolectada en
talleres de consulta

5.2 Directrices Estratégicas del Plan Maestro de Turismo

El Plan Maestro está compuesto por seis directrices estratégicas con sus principales acciones a ejecutar en el plazo de cinco años, de 2016-2020; los cuales se establecieron en una serie de talleres realizados con los gobiernos locales y actores vinculados al turismo en el territorio, sin embargo estas directrices están sujetas a revisión, monitoreo constante y son objeto de compromiso por parte de los mismos actores.



5.3 Ruta del Plan Maestro de Turismo

5.3.1. Ordenamiento Turístico: Se establece mejorar accesibilidad; carreteras y conexiones internas entre los municipios. Además de establecer nomenclaturas y señalización que promocione y facilite las llegadas a los destinos del Valle del Jiboa.

Otro aspecto a considerar en esta directriz es la protección de la infraestructura con valor histórico, artístico o colonial que pueda significar identidad para el Valle del Jiboa. Pasa por la creación de ordenanzas y aplicación de marco jurídico existente en el tema turístico.

5.3.2. Fortalecimiento de organizaciones, capacidades y vocación turística en el territorio: En el Valle del Jiboa existen estructuras organizadas como el Comité Departamental de Turismo, la Red de Mujeres del Valle del Jiboa, la Red de Jóvenes del Valle del Jiboa y la Asociación Intermunicipal del Valle del Jiboa (MIJIBOA); quienes reiteran que el capital humano más valioso de este territorio es su cohesión. Establecer mecanismos para proteger la organización es importante, de igual manera potenciar capacidades, conocimientos y saberes turísticos en función de las personas y del posicionamiento del territorio como un modelo multidestino sostenible.

Esta directriz debe destellar en la calidad de los productos que se realizan, pero también en la incidencia política que no es ajena al turismo. Para ello es importante destacar los niveles de liderazgos y posiciones claves de muchos de los actores comprometidos con el desarrollo local del Valle del Jiboa. La gestión del conocimiento a través de becas de estudio para jóvenes o mujeres; además de intercambios desde el nivel local hasta el internacional es preponderante.

Establecer un plan de formación por año para los actores y donde intervienen organismos de acompañamiento y MITUR/CORSATUR es parte de esta estrategia.

5.3.3. Innovación turística: En el turismo se vende diferencia e innovación, en ese sentido se propone establecer la complementariedad y la integración de los actores-anfitriones y establecer mecanismo de creación permanente, mejora, monitoreo de los productos turísticos y de las mismas experiencias turísticas. En este proceso es de vital importancia potenciar y cualificar al sector de artesanos.

El souvenir en el Valle del Jiboa es amplio y diverso, aquí hay emprendimientos formados, capacidad colectiva e individual con debidos procesos industrializados, para crear: alimentos, bisutería, floristería, panadería, pinturas, corte y confección. Se ofrecen otros servicios como animación turística, elaboración de sitios web, toma de fotografías turísticas, servicios de guías turísticos y animación de eventos entre otros. La innovación en turismo descansa en gestionar saberes, calidad, materias primas, ocupación del territorio y "empaquetar" de forma creativa y armoniosa para el éxito de la comercialización.

Elevar y agenciar categorías de "Patrimonios Culturales" para productos turísticos identitarios como: La Feria de la Panela, y los festivales del Globo, del Marañón, del Camote, de las Hamacas y la Melcocha debe ser una gestión política permanente.



5.3.4. Infraestructura colectiva turística en el territorio: Gestionar, mejorar y crear infraestructura que funcione como punto de encuentro entre turistas, anfitriones y se comercialice la experiencia turística del Valle del Jiboa. Infraestructura con carácter comunitario como: museos, escuelas de arte, mercados o plazas entre otros. Es importante considerar la mejora de infraestructura de servicios básicos y utilizarla de forma directa al turista, que además beneficiará a los habitantes del territorio.

Se propone como proyecto detonante construir y mejorar por etapas a lo largo de los cinco años de este Plan, una Plaza de Artesanías integral del Valle del Jiboa en Santo Domingo, cercano a la Carretera Panamericana. Este espacio se establece como Museo de exhibiciones permanentes y cambiantes relacionado a la cultura, artes y tradiciones. Además restaurantes con gastronomía propia del Valle del Jiboa; en etapas posteriores: salones para eventos y hostales comunitarios y un centro de información turística del territorio.

5.3.5. Identidad Turística del Valle del Jiboa: Creación de un logotipo turístico del territorio con su respectiva promesa de venta, traducido en un solo eslogan. Este debe ser construido de manera colectiva y lograr que los actores y demás habitantes del territorio se “apropien” de la marca para luego esperar un posicionamiento que trascienda.

A la fecha el territorio cuenta con marcas por circuitos, pero es necesario crear una que además destelle al Valle del Jiboa como un Multidestinos, con enfoque de integración y desarrollo territorial. Los turistas en su mayoría llegan por información obtenida en internet, es un primer instrumento de consulta. El Valle del Jiboa turístico debe estar en un sitio web, si es posible bilingüe, además en redes sociales. Diseño e impresión de catálogos de productos y experiencias también es parte de esta estrategia. En la identidad se destaca la cultura y las expresiones artísticas.

5.3.6. Promoción y Difusión del Turismo: Se establece una estrategia de promoción y mercadeo a partir del potencial que ya tiene el territorio y su oferta turística. Cualificar la participación en la Estrategia Pueblos Vivos Multidestinos, fortalecer la inteligencia turística como el Sistema de Información Territorial (SIT), además impulsar investigaciones que reflejen el impacto del turismo en el desarrollo humano del territorio.

Es importante el diseño y levantamiento de un mapa turístico y su actualización por cada dos años, elaboración y monitoreo de calendario de actividades turísticas y guía por año para ser distribuidos en las oficinas de turismo de cada municipio y otras plataformas.

En el Cuadro No.14 y 15, se presentan las principales directrices estratégicas, las acciones principales y los ejes transversales del Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa.

Desafíos que enfrenta el sector turismo en el Valle del Jiboa

Los principales desafíos que se han identificado para impulsar el turismo en el Valle del Jiboa son: (1) La necesidad de mejorar accesos intermunicipales y señalización turística, además señalización de interpretación de monumentos con valor cultural; (2) Construcción de infraestructura que ofrezca servicios básicos a los visitantes y turistas; (3) Sensibilización turística en la población; (4) Inseguridad en algunos lugares turísticos; (5) Falta de interés en inversión del turismo; (6) Promoción turística; (7) Contaminación de ríos y lagunas; (8) Formación en manipulación de alimentos; (9) Capacitación en historia e identidad del territorio; (10) Formación de guías de turismo; (11) Manejo apropiado de los desechos sólidos; (12) Ordenamiento territorial en función del turismo y patrimonio; (13) Vinculación del turismo con otros sectores en el territorio.

Lo anterior es un acercamiento a la situación del Turismo en el Valle del Jiboa. Entre las bondades que favorecen el rubro es que ya hay formación de comités de turismo. Se cuenta con voluntad política compartida para hacer del turismo un modelo de desarrollo. La conectividad por carreteras principales es buena, hay empresas de servicios como gasolineras, restaurantes en carretera, farmacias y otros que también dinamizan el rubro.

Fuente: *Talleres de consulta y entrevistas realizadas con actores del Valle del Jiboa (2015)*.

CUADRO No.14:

DIRECTRICES ESTRATÉGICAS Y ACCIONES PRINCIPALES DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO

No.	Directrices Estratégicas	No.	Acciones Principales
1	Ordenamiento Turístico	1.1	Mejora de accesos y conexiones internas entre los municipios y sitios turísticos.
		1.2	Inversión en señalización y nomenclaturas turísticas.
		1.3	Establecimiento de ordenanzas y aplicación de marco jurídico existente en los municipios.
		1.4	Protección de infraestructura histórica, artística y cultural identitaria y colonial.
2	Fortalecimiento de Organizaciones, Capacidades y Vocación Turística en el Territorio	2.1	Gestionar el conocimiento turístico en jóvenes, mujeres y actores locales.
		2.2	Establecimiento de un Plan de Formación Turística.
		2.3	Intercambios en diferentes niveles. Otras iniciativas locales, a nivel de país e internacional.
		2.4	Propiciar encuentros artísticos-culturales.
3	Innovación Turística	3.1	Potenciar y gestionar que al menos tres festivales sean declarados de interés turístico o patrimonio cultural: Feria de la Panela, Festival del Globo y Festival del Marañoón.
		3.2	Monitorear el ciclo de los productos turísticos y crear otros a partir de los recursos turísticos existentes.
		3.3	El patrimonio artístico- cultural es considerado en la mayoría de productos creados.
4	Infraestructura Colectiva Turística en el Territorio	4.1	Gestionar la "Plaza de las Artesanías" en Santo Domingo, por etapas, incluyendo la construcción de un hostal.
		4.2	Mejorar los servicios básicos de atención al turista en cada municipio.
		4.3	Implementar la planta de tratamiento de desechos.
		4.4	Se crea una Oficina Regional de Turismo, que cuenta con un referente en cada municipio.
		4.5	Creación del Museo Itinerante.
5	Identidad Turística del Valle del Jiboa	5.1	Creación de marca turística territorial.
		5.2	Creación de sitio web y mantenimiento/bilingüe.
		5.3	Levantamiento, diseño y distribución de catálogo, guía turística. Revisada y actualizada cada año.
		5.4	Se crea souvenir propio del Valle de Jiboa.
6	Promoción y Difusión del Turismo	6.1	Se establece una estrategia de mercadeo que se revisa cada año y se involucra al sector empresarial y otros.
		6.2	Se participa en la estrategia Pueblos Vivos y en otras plataformas de negocios.
		6.3	Se levanta, diseña y se distribuye un calendario de actividades turísticas del Valle del Jiboa.
		6.4	Se fortalece la inteligencia turística: implica fortalecer el Sistema de Información Territorial (SIT); se sistematiza experiencia; se impulsan y publican investigaciones sobre el impacto del turismo en el Desarrollo Humano del territorio
		6.5	Se actualizan y se promueven exposiciones culturales y artísticas en la "Plaza de las Artesanías".

CUADRO No. 15 :
EJES TRANSVERSALES DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO

Ejes	Descripción
La cultura y la expresión artística como dinamizadores del turismo	<p>La cultura deberá concebirse como creadora de identidad, generadora de inclusión social, como aglutinadora y catalizadora de diversidad artística y como generadora de rasgos locales; a través de ella se promoverá la participación y será el eje central del Plan Maestro de Turismo para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de un conglomerado artístico. • Propiciar actividades y veladas artísticas culturales en cada uno de los municipios. • Promover festivales artísticos-culturales a nivel nacional ("Semana cultural en el Valle del Jiboa").
La formación continua	Gestión del conocimiento está presente en todo el Plan Maestro de Turismo y sus componentes.
La gestión de recursos y cooperación	Los actores se comprometen con los lineamientos del Plan pero también a utilizarlo como instrumento de gestión.
Monitoreo y seguimiento	Se forma comité para el seguimiento y monitoreo del Plan Maestro de Turismo.

GESTIÓN DEL PLAN MAESTRO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL VALLE DEL JIBOA 2016-2020

Directriz Estratégica	Línea de Acción
1. Ordenamiento Turístico	1.1 Mejorar el acceso y conexiones internas entre los municipios y sitios turísticos.
Objetivo	Facilitar la llegada de turistas y visitantes a los destinos turísticos.
Descripción	<p>La conectividad en el territorio permite una mayor estadía de los visitantes en los municipios que conforman los circuitos turísticos pues se acortan las distancias entre sí. Estos accesos están en función de la población local y de las iniciativas turísticas.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diagnóstico del estado de las conexiones entre todos los municipios. • Elaborar un presupuesto para la inversión en conexiones (caminos, calles, carreteras) • Elaborar carpetas de proyectos. • Elaborar un inventario de los personajes históricos en los municipios. • Nombrar accesos con nombres de personajes reconocidos del Circuito y además rotular y poner leyenda respectiva. • Hacer publicidad respectiva una vez se logra restaurar acceso. • Propiciar carreras en bicicleta o de atletismo en cada uno de los circuitos, una vez las conexiones funcione. • Integrar a jóvenes de Centros Escolares. • Gestión con instituciones para la realización de caminos y carreteras.
Responsables en el nivel de Circuitos Turísticos	Alcaldías involucradas, quienes hacen gestión del recurso para la mejora de conexiones. Comité de Desarrollo Turístico.
A nivel de MIJIBOA	Alcaldes que hacen incidencia en el nivel ejecutivo y cooperación.
En el nivel central	Ministerio de Obras Públicas, FOVIAL, Ministerio de Turismo.
Quién coordina y da seguimiento	Un representante de cada alcaldía y se crea una Comisión que elabora un diagnóstico de conexiones y carpeta para su respectivo seguimiento.
Otros agentes colaboradores	ONG's, agencias de cooperación, pequeños empresarios y empresas del territorio.
Resultado o indicador	De manera paulatina las conexiones del territorio se han mejorado.
Plazo	
	Corto
	Mediano
	Largo



Directriz Estratégica	Línea de Acción		
1. Ordenamiento Turístico	1.2 Inversión en señalización y nomenclatura turística.		
Objetivo	Facilitar la orientación del turista y al mismo tiempo promocionar los destinos		
Descripción	<p>La señalización es importante para orientar al turista, y además identifica puntos turísticos importantes y le permite interactuar con el destino.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diagnóstico del estado actual de la señalización existente, así como de los principales destinos/oferta turística que requieran mejorar su señalización. • Elaborar un presupuesto para la inversión en señalización. • Diseñar con temas culturales la nomenclatura y la señalización. • Vincular al diseño a la línea gráfica establecida para turismo en el territorio. • Estandarizar el diseño de rotulación de los negocios turísticos. • Colocar rotulación en lugares estratégicos. • Establecer vallas de programación cultural en sitios permanentes. • Señalar conforme a la guía y mapa turístico. • Buscar patrocinios con Operadora de Turismo y empresas establecidas en el territorio. • Involucrar a los artistas locales para pintar rótulos y murales. • Diseñar y construir arcos que identifiquen el ingreso al Valle del Jiboa (kilómetro 51 y salida por "Parras Lempa"), involucrando a los artistas del territorio. • Crear una normativa para el buen uso y mantenimiento de las señales instaladas. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo y representantes de alcaldías.		
A nivel de MIJIBOA	Sus alcaldes hacen gestión con el nivel central (MITUR/CORSATUR).		
A nivel Central	Ministerio de Turismo y Ministerio de Obras Públicas.		
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.		
Otros agentes colaboradores	ONG's, pequeños empresarios del territorio, Operadoras de Turismo y universidades.		
Resultado o indicador	De manera paulatina se ha señalizado y colocado nomenclatura con sentido turístico.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica		Línea de Acción	
1. Ordenamiento Turístico		1.3 Establecimiento de ordenanzas y marcos jurídicos en función de protección de patrimonio natural, comercio y territorio.	
Objetivo		Establecer un marco jurídico municipal que proteja las áreas naturales y los sitios culturales.	
Descripción		<p>El marco jurídico local es de prioridad en los municipios turísticos para proteger el patrimonio. Así como poner las reglas del juego y regular comportamientos abusivos y comerciales de extraños al territorio.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la nomenclatura existente en cada municipio. • Hacer inventario de áreas naturales y patrimonio cultural a proteger. • Socializar con la población la importancia de las áreas naturales y recursos culturales. • Señalar con interpretación turística e información científica la importancia del recurso natural. • Capacitar a los CDT, guías de turismo, empresarios y otros en temas de medio ambiente y turismo. • Definir tipología y modalidad turística a ejecutar en ambientes naturales y culturales. • Realizar acciones para promover el reciclado. • Mantener espacios turísticos públicos limpios y ordenados. • Crear aquellas ordenanzas que protegerán el patrimonio. • Publicarlas en el Diario Oficial. • Impartir charlas en coordinación con universidades y ADESCOS para la implementación responsable y sostenible de las ordenanzas. 	
Responsables en el nivel de Circuitos Turísticos		Comités de Turismo, representantes de las alcaldías, líderes comunitarios y empresarios del territorio.	
A nivel de MIJIBOA		Sus alcaldes hacen gestión con el nivel central/MITUR/CORSATUR/	
A nivel Central		Ministerio de Medio Ambiente, SECULTURA, Policía Ambiental, POLITUR, MITUR/ CORSATUR.	
Quién coordina y da seguimiento		Representación de alcaldías	
Otros agentes colaboradores		ONG's, microempresarios del territorio, Operadoras de Turismo y universidades.	
Resultado o indicador		Ordenanzas establecidas y lineamientos socializados.	
Plazo	Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica		Línea de Acción	
1. Ordenamiento Turístico		1.4 Mantener la identidad de la infraestructura con valor histórico, artístico y turístico a través de ordenanzas y sensibilización local.	
Objetivo		Proteger infraestructura con valor histórico, artístico y turístico	
Descripción		<p>En los municipios existen edificaciones importantes identitarias para lo local y nacional. El comportamiento "normal" en los municipios turísticos es el cambio de paisaje con la edificación de viviendas y comercio que irrumpen con la identidad del municipio.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar sitios con valor histórico cultural que se deben proteger en el territorio. • Se conocen experiencias de otros municipios. • Redactar ordenanzas. • Hacer documento que contiene las ordenanzas con afectación turística. • Dictar lineamientos de construcción en armonía con el medio local. • Considerar la mano de obra local para todo trabajo turístico y su infraestructura. • Regular la plusvalía en función del habitante local y el oriundo. • Colocar leyendas interpretativas en infraestructura simbólica. • Estimular a propietarios de patrimonio identitario. 	
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, propietarios privados e iglesias.	
A nivel de MIJIBOA		Sus alcaldes hacen gestión con el nivel central de SECULTURA, MITUR/ CORSATUR y POLITUR.	
A nivel Central		SECULTURA, MITUR/CORSATUR, POLITUR.	
Quién coordina y da seguimiento		Representación de alcaldías y CDT.	
Otros agentes colaboradores		ONG's, pequeños empresarios y Operadoras de Turismo en el territorio.	
Resultado o indicador		Ordenanzas establecidas y valor agregado a la infraestructura del territorio.	
Plazo	Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica		Línea de Acción	
2. Fortalecimiento de Organizaciones, Capacidades y Vocación Turística en el Territorio	2.1 Gestionar el conocimiento turístico y la formación de competencias en jóvenes, mujeres y otros actores del Valle del Jiboa.		
Objetivo	Fortalecer las capacidades del recurso humano para el fomento de la vocación turística del Valle del Jiboa.		
Descripción	<p>La educación turística es importante para el territorio, la diversificación de la ocupación y la procura de la empleabilidad o trabajo decente.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los temas en que se requiere formar capacidades. • Formar a los actores locales con competencias turísticas. • Gestionar becas de estudio para jóvenes, mujeres y otros actores en temas turístico. • Hacer alianzas con universidades o institutos superiores. • Establecer condiciones y requisitos para las becas y mecanismos de formación de capacidades. • Hacer investigación en temas turísticos en el territorio y socializarla. • Involucrar a la empresa privada del municipio. • Involucrar a la diáspora como apoyo a la educación. • Capacitar a los guías y demás anfitriones en temas históricos, culturales de todos los municipios: territorializar el conocimiento. • Realizar ferias de logros. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turísticos	Comités de Turismo, redes de jóvenes y mujeres, representantes de las alcaldías, líderes comunitarios y empresarios del territorio.		
A nivel de MIJIBOA	Sus alcaldes hacen gestión con el nivel central, academias y empresarios		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR, Ministerio de Educación, MINEC, SECULTURA, Ministerio de Salud.		
Quién coordina y da seguimiento	Representación de alcaldías		
Otros agentes colaboradores	ONG's, microempresarios del territorio, universidades, institutos técnicos superiores, organismos de cooperación internacional.		
Resultado o indicador	Informe de becas, procesos de capacitación e investigaciones realizadas por año.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica		Línea de Acción		
2. Fortalecimiento de Organizaciones, Capacidades y Vocación Turística en el Territorio		2.2. Establecimiento de un Plan de Formación Turística, que incluye áreas: de atención al cliente, gastronomía, auto-cuido, conocimiento y protección de recursos turísticos, conocimiento de arte y cultura local, organización turística, diseño de productos, investigación turística y otros.		
Objetivo	Cualificación del recurso humano para el fomento de la vocación turística del territorio.			
Descripción	<p>La educación turística es importante para el territorio, la diversificación de la ocupación y la procura de la empleabilidad o trabajo decente. De igual forma la cualificación de los servicios turísticos debe ser constante.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar currícula en colectivo y de acuerdo a las aspiraciones y necesidades en el territorio y demandas del sector turístico con enfoque sostenible. • Gestionar recursos para la implementación del Plan de Formación. • Planificar su ejecución en el territorio. • Los actores y participantes se comprometen. • Publicitar resultados. • Hacer trabajos de investigación y aplicación en el territorio. • Realizar ferias de proyectos. 			
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, redes de jóvenes y mujeres, alcaldías, líderes comunitarios.			
A nivel de MIJIBOA	Sus alcaldes haces gestión con el nivel central, academia y empresarios			
A nivel Central	MITUR/CORSATUR			
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental			
Otros agentes colaboradores	ONG's, microempresarios del territorio, universidades e institutos técnicos superiores.			
Resultado o indicador	Número de personas formadas por año.			
Plazo	Corto	Mediano	Largo	

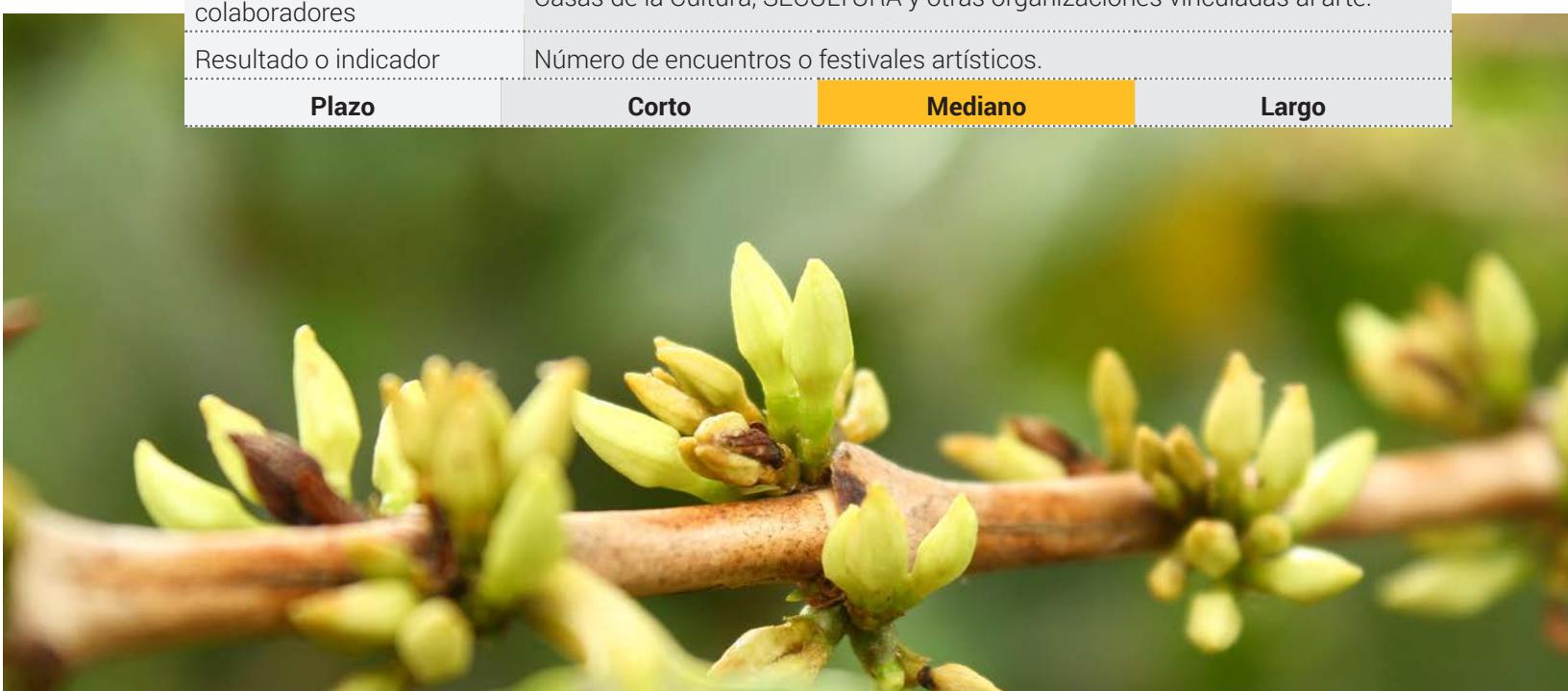


Directriz Estratégica	Línea de Acción		
2. Fortalecimiento de Organizaciones, Capacidades y Vocación Turística en el Territorio	2.3. Intercambios en diferentes niveles. Otras iniciativas locales, a nivel de país e internacional.		
Objetivo	Cualificación del recurso humano para el fomento de la vocación turística del territorio.		
Descripción	<p>Otras formas de aprendizajes son los intercambios y estos pueden ser en diferentes niveles, incluso internacionales. Conocer las experiencias ajenas también cualifica el turismo así como formar alianzas y hermanamientos. La realización de viajes de estudio permite un acercamiento y buenas prácticas a través del conocimiento de otras experiencias y proyectos</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar intercambios: Hermanamientos con iniciativas de turismo similares al Valle del Jiboa. • Seleccionar líderes para los intercambios, pueden ser jóvenes y mujeres. • Buscar experiencia turística en el plano cultural artístico. • Socializar las experiencias de intercambios. • Establecer diálogos y reflexiones sobre el turismo con otros conocedores. • Diseñar un plan de intercambios. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, redes de jóvenes y mujeres, alcaldía, líderes comunitarios.		
A nivel de MIJIBOA	Sus líderes haces gestión con el nivel central, además buscan intercambios fuera del país.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR.		
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.		
Otros agentes colaboradores	ONG's, universidades, organismos de cooperación internacional, iniciativas nacionales e internacionales de turismo.		
Resultado o indicador	Número de personas en intercambios por año. Esta dinámica como es transversal se mantiene en el tiempo.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo





Directriz Estratégica	Línea de Acción		
2. Fortalecimiento de Organizaciones, Capacidades y Vación Turística en el Territorio	2.4. Propiciar encuentros artísticos culturales. Esta acción se propone de manera itinerante para todos los circuitos.		
Objetivo	Fomento de vocación turística en el territorio y con ello cualificación del turismo y diversificación de la oferta.		
Descripción	<p>La identidad del Valle del Jiboa se vincula al arte, propiciar encuentros artísticos culturales con enfoque de conocimiento turístico, permite un posicionamiento del territorio y complementa agenda con otros circuitos.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucrar al sector artístico. • Buscar otras expresiones similares o complementarias para los encuentros. . • Coordinar los encuentros y publicitarlos. • Sistematizar los encuentros artísticos- culturales. • Gestionar un espacio permanente (zócalo) para estos encuentros e institucionalizarlos. • Complementar los encuentros con gastronomía y exposiciones de pintura y venta de suvenir. • Establecer calendario para eventos. • Establecer un museo temático del Valle del Jiboa, que integre las moliendas, la pintura, la música, la historia, los monumentos y otros valores turísticos del territorio. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo y artistas de los municipios.		
A nivel de MIJIBOA	Sus líderes hacen promoción y gestionan espacio compartido para las expresiones artísticas en el municipio.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR.		
Quién coordina y da seguimiento	CDT de cada municipio.		
Otros agentes colaboradores	Casas de la Cultura, SECULTURA y otras organizaciones vinculadas al arte.		
Resultado o indicador	Número de encuentros o festivales artísticos.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo





Directriz Estratégica		Línea de Acción		
3. Innovación Turística		3.1. Potenciar y gestionar que al menos tres festivales sean institucionalizados: Feria de la Panela, Festival del Globo y Festival del Maraño u otros.		
Objetivo		Determinar e institucionalizar festivales identitarios que posicen el Valle del Jiboa como una región turística.		
Descripción		<p>El Valle del Jiboa tiene una vasta cultura de "eventos programados". Se requiere una revisión de los mismos y establecer mecanismos de mejora para llevarlos a otro nivel, pues ya son un éxito.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Elaborar un inventario de festividades turísticas identitarias.• Revisar productos turísticos principales.• Establecer mecanismos de mejora.• Crear incentivos para el mantenimiento y mejora de las moliendas.• Gestionar ruta de las moliendas.• Buscar declaratoria o institucionalizar a los festivales iconos.• Establecer mecanismos de protección para las moliendas.• Sistematizar la historia de las moliendas en El Salvador y publicitar. Aplica para los otros festivales.• Preparar a anfitriones en la importancia de declarar Rutas y cuáles las contribuciones.		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, propietarios de moliendas, alcaldías, casas de la cultura, organizadores vinculados a los festivales.		
A nivel de MIJIBOA		Sus alcaldes hacen incidencia para las declaratorias.		
A nivel Central		MITUR/CORSATUR.		
Quién coordina y da seguimiento		CDT Departamental.		
Otros agentes colaboradores		ONG's, empresarios, universidades e instituciones vinculadas al turismo.		
Resultado o indicador		Declaratorias de Interés Nacional de los festivales o/y declaratoria de Ruta.		
Plazo		Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica		Línea de Acción		
3. Innovación Turística		3.2 Se monitorea el ciclo de los productos y se crean otros a partir de los recursos turísticos existentes.		
Objetivo		Ofrecer de manera permanente y creativa productos turísticos diferentes de acuerdo a la demanda y basados en los recursos y potencialidad turística para el posicionamiento del Valle del Jiboa pero con un enfoque de respeto al entorno.		
Descripción		<p>Los ciclos de los productos son una realidad, es necesario la innovación creativa y sostenible, potenciando o mejorando lo que ya ha funcionado.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar productos turísticos principales. Establecer mecanismos de mejora. • Consultar a turistas sugerencias de mejoras. • Propiciar talleres de "lluvias de ideas" entre los circuitos turísticos del territorio para la mejora de los productos. • Proponer un producto nuevo o mejorar existente con demostración cada tres meses. • Apoyarse de academias y técnicos • Propiciar viajes de validación con prensa y circuitos turísticos del Valle del Jiboa. • Se hace un inventario artístico cultural y se generan productos que ponen en pantea estos valores. • Monitorear los productos y sus ciclos. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, Alcaldías, artistas de los circuitos turísticos.		
A nivel de MIJIBOA		Se validan productos con circuitos turísticos y se gestionan recursos.		
A nivel Central		MITUR/CORSATUR		
Quién coordina y da seguimiento		CDT Departamental.		
Otros agentes colaboradores		ONG's, universidades, prensa, tour operadoras e instituciones de apoyo al turismo.		
Resultado o indicador		Al menos se han mejorado 2 productos en el año o se han propiciado otros dos.		
Plazo		Corto	Mediano	Largo

Directriz Estratégica	Línea de Acción
3. Innovación Turística	3.3 El patrimonio artístico-cultural es considerado en la mayoría de productos creados. Se pone en valor este recurso.
Objetivo	Ofrecer de manera permanente y creativa productos turísticos diferentes de acuerdo a la demanda y basados en los recursos y potencialidad turística respetando el entorno.
Descripción	<p>Los ciclos de los productos son una realidad, es necesario la innovación creativa y sostenible, potenciando o mejorando lo que ya ha funcionado.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer inventario de recurso artístico cultural. • Formar una red de artistas y los artistas generan ideas de productos. • Gestionar la realización del Festival de la Música Vicentina. • Propiciar semana cultural artística a nivel del territorio, que incluya niños y niñas talentos con consentimiento de sus responsables. • Publicitar logros. • Converger con artistas de cada rama en el municipio. • Revisar cada producto turístico por artistas del Circuito que corresponde. • Formar niños y niñas en áreas artísticas. • Gestionar en centros escolares la sensibilización turística. • Propiciar un sistema de búsqueda de nuevos talentos. • Dedicar eventos a artistas u otros intelectuales conocidos en el territorio.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, alcaldías, artistas de los circuitos turísticos.
A nivel de MIJIBOA	Gestionan recursos.
A nivel Central	MITUR/CORSATUR/SECULTURA.
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.
Otros agentes colaboradores	ONG's, universidades, prensa y tour operadoras.
Resultado o indicador	Se ha propiciado la semana del artista en el Valle del Jiboa.

Plazo

Corto

Mediano

Largo





Directriz Estratégica		Línea de Acción		
4. Infraestructura Colectiva Turística en el Territorio		4.1. Gestionar la Plaza de las Artesanías..		
Objetivo		Crear un punto de encuentro entre el turista y la cultura local conocida como "Plaza de las Artesanías" en el municipio de Santo Domingo.		
Descripción		<p>Se crea un espacio activo, dinámico, vivo que represente la cultura del territorio, narra la historia, en un escenario artístico y de comercialización justa. Un punto de encuentro entre el turista y los anfitriones, donde la cultura interactúa, y el turista puede apreciar la laboriosidad y creatividad de los artesanos del Valle del Jiboa.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar espacio colectivo (terreno municipal en Santo Domingo). • Promover la industrialización de procesos para la elaboración de artesanías. • Hacer acuerdos entre las diferentes municipalidades para la gestión común antes, durante y después de construido el espacio. • Formular carpeta de proyecto y gestionar recursos. • Involucrar a la cooperación y otros aliados. • Incluir exposiciones temáticas en este centro. Galerías de artes. Espacio de suvenir, salón de Usos Múltiples, restaurantes y hostal comunitario. • Establecer dinámica de administración. • Diseñar las etapas de la gestión. • Formar comité pro "Plaza de las Artesanías". • Establecer una política de seguridad para el proyecto. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, alcaldías, empresa privada, iglesias, comités de jóvenes, grupos de mujeres y comités de migrantes del territorio.		
A nivel de MIJIBOA		Alcaldes hacen incidencia y gestionan recursos.		
A nivel Central		MITUR/CORSATUR/SECULTURA/Ministerio de Relaciones Exteriores.		
Quién coordina y da seguimiento		CDTs junto a Gerencia de MIJIBOA.		
Otros agentes colaboradores		Organismos internacionales de cooperación, universidades y empresa privada.		
Resultado o indicador		Se cuenta con un terreno y se gestiona por etapas comenzando desde el corto hasta el largo plazo.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo	



Directriz Estratégica		Línea de Acción		
4. Infraestructura	4.2. Mejorar servicios básicos de atención al turista en cada municipio.			
Colectiva Turística en el Territorio	Objetivo			Garantizar que el turista se sienta acogido y suplir sus necesidades básicas.
	Descripción			<p>Es importante contemplar en el corto plazo la mejora de servicios básicos en cada uno de los municipios e incluso la implementación de los mismos.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un inventario sobre situación de los servicios básicos del territorio. • Diseñar carpetas para la mejora de servicios básicos. • Gestionar recursos para habilitar servicios por ejemplo baños, áreas de descanso o contemplación (miradores). • Involucrar mano de obra local para la construcción o mejora. • Dar mantenimiento periódico a los servicios básicos de atención al turista. • Realizar sondeos de opinión de los turistas sobre los servicios básicos existentes en el territorio.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Responsables en el nivel de Circuitos Turístico			Comités de Turismo, alcaldías, empresa privada, ONG's, organizaciones de migrantes.
A nivel de MIJIBOA	A nivel de MIJIBOA			Alcaldes hacen incidencia y gestionan recursos.
A nivel Central	A nivel Central			MITUR/CORSATUR.
Quién coordina y da seguimiento	Quién coordina y da seguimiento			CDT municipales.
Otros agentes colaboradores	Otros agentes colaboradores			Organizaciones internacionales.
Resultado o indicador	Resultado o indicador			Se cuenta con baños en cada municipio apropiados para el turista.
Plazo	Corto	Mediano	Largo	



Directriz Estratégica	Línea de Acción		
4. Infraestructura Colectiva Turística en el Territorio	4.3. Implementar la planta de tratamiento de desechos sólidos.		
Objetivo	Educación ambiental y fomento de buenos hábitos para el tratamiento adecuado de los desechos sólidos en el territorio.		
Descripción	<p>Este es un proyecto detonante común para el Valle del Jiboa, que permite la difusión de una cultura sostenible del reciclaje.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar carpeta de proyecto. • Gestionar espacio para la planta. • Gestionar recursos. • Involucrar mano de obra local para la construcción o mejora. • Implementar plan de capacitación para los habitantes y administradores directos de la planta. • Establecer un plan de administración y de generación de recursos económicos a partir de la Planta de Tratamiento. • Conocer otras experiencias. • Hacer procedimientos de mantenimiento y gobernanza. • Socializar con la población. Con Centros Escolares. • Vincular a la cultura del reciclaje. • Establecer contenedores de basura debidamente clasificados en su utilidad para cada municipio. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, alcaldías y empresa privada.		
A nivel de MIJIBOA	Alcaldes hacen incidencia y gestionan recursos.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR/Ministerio de Medio Ambiente.		
Quién coordina y da seguimiento	Representantes de alcaldías.		
Otros agentes colaboradores	Organizaciones internacionales.		
Resultado o indicador	Se cuenta con una planta de tratamiento de desechos colectiva y administrada desde el territorio.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo



Directriz Estratégica	Línea de Acción		
4. Infraestructura Colectiva Turística en el Territorio	4.4 Se crea una oficina regional de turismo y un referente en cada municipio.		
Objetivo	Acoger al turista en espacios apropiados y de administración comunitaria en cada uno de los municipios que integran la Micro Región del Valle Jiboa		
Descripción	<p>Se mantiene activa una caseta de información turística en un lugar estratégico de cada municipio o en un punto estratégico del territorio, como por ejemplo la caseta turística ubicada en el Parque Central de San Vicente.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar recursos para mejorar oficinas de información turística o crearla si no existe. • Oficinas se colocan en lugares estratégicos. • Gestionar la oficina a través de voluntariado de horas sociales del Institutito "Sarbelio Navarrete" o la Universidades. Estos tienen estudiantes en formación turística. • Contratar oficialmente personal para la información turística en oficina regional. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de turismo en cada municipio.		
A nivel de MIJIBOA	Sus líderes hacen gestión con el nivel central/MITUR/CORSATUR.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR, CONAMYPE.		
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental y MIJIBOA.		
Otros agentes colaboradores	ONG's, microempresarios del territorio, institutos y universidades.		
Resultado o indicador	Casetas u oficinas de turismo en cada uno de los municipios.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo





Directriz Estratégica	Línea de Acción
4. Infraestructura Colectiva Turística en el Territorio	4.5 Creación del Museo Itinerante del Valle del Jiboa.
Objetivo	Contar con una herramienta educativa que permita divulgar y compartir la riqueza histórica, cultural-artística y potencial turístico con que cuenta el Valle del Jiboa en cada uno de los municipios que lo integran y otros municipios a nivel nacional.
Descripción	<p>Se cuenta con un grupo de personas capacitadas y con un sistema de transporte equipado y adecuado para mostrar exposiciones fotográficas, material audio visual, artesanías, presentaciones y otros elementos que reflejen la historia, cultura y turismo del Valle del Jiboa..</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar y capacitar a un grupo de jóvenes de los diferentes municipios del Valle del Jiboa, para integrar el Museo Itinerante. Gestionar ante entidades de cooperación, un sistema de transporte para adecuarlo como parte del Museo Itinerante. Gestionar con los gobiernos locales recursos para adecuar el Museo Itinerante. Gestionar recursos con los gobiernos locales, para adecuar el Museo Itinerante y adquirir vestimentas, artesanías y otros elementos históricos, culturales y artísticos para equiparlo. Elaborar una obra de teatro y demostraciones con artistas locales, que acompañe las presentaciones del Museo Itinerante. Elaborar un calendario de presentaciones del Museo Itinerante vinculado con los festivales y celebraciones más importantes de los municipios que integran el Valle del Jiboa.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de turismo en cada municipio.
A nivel de MIJIBOA	Junta Directiva y Gerencia de la MIJIBOA
A nivel Central	MITUR, SECULTURA, Cancillería
Quién coordina y da seguimiento	Junta Directiva de la MIJIBOA y Comité Regional del Turismo
Otros agentes colaboradores	Asamblea Legislativa y Gobernación de San Vicente, Casas de la cultura de los municipios del Valle del Jiboa, fotógrafos del territorio, grupos de teatro y danza en el territorio y a nivel nacional.
Resultado o indicador	El Museo Itinerante del Valle del Jiboa se presenta en diferentes actividades culturales y festivales del territorio y en otros eventos a nivel nacional.
Plazo	
Plazo	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> Corto Mediano Largo </div>

Directriz Estratégica		Línea de Acción	
5. Identidad Turística del Valle del Jiboa		5.1 Creación de marca turística territorial.	
Objetivo		Crear una marca que identifique el turismo que se realiza en el Valle del Jiboa. Además de acuerdo colectivo entre los actores del turismo.	
Descripción		<p>Ya existen diferentes logotipos por Circuito, pero es necesario y oportuno crear una marca territorial, que promocione a todo el Valle del Jiboa.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar concurso para Identidad Corporativa de Turismo • Hacer Taller de Identidad Corporativa turística. • Socializar línea gráfica a través de capacitaciones. • Lanzamiento de marca turística del territorio. • Diseñar línea de suvenir con identidad del turismo territorial. • Innovar cada año el suvenir y vender en Plaza de las Artesanías. 	
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, empresarios, organizaciones, alcaldías.	
A nivel de MIJIBOA		Alcaldes de cada municipio y CDT municipales.	
A nivel Central		MITUR/CORSATUR.	
Quién coordina y da seguimiento		CDT Departamental y MIJIBOA.	
Otros agentes colaboradores		Universidades, CONAMYPE.	
Resultado o indicador		Una marca turística consensuada en forma colectiva. Línea gráfica y manual de uso de marca.	
Plazo	Corto	Mediano	Largo





Directriz Estratégica		Línea de Acción		
5. Identidad Turística del Valle del Jiboa		5.2 Creación de Sitio WEB o Portal Turístico.		
Objetivo		Crear un espacio en la WEB que permita promocionar en dos idiomas al Valle del Jiboa como un multidestino con enfoque sostenible.		
Descripción		<p>Para la llegada de turista es determinante la información que se sube en un sitio WEB. La mayoría de turistas lo ocupan como mecanismo de compra y de información.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear comisión de técnicos de turismo e informáticos para administrar el portal. • Establecer acuerdo con Universidad/Servicio social para el diseño del sitio. • Formar a jóvenes representantes de cada circuito para generar información del sitio o portal. • Actualizar semanalmente con información promocional-ofertas pero también con sistematizaciones de experiencias y de impacto humano a través del turismo. • Viralizar en redes sociales. • Gestionar Aplicaciones tecnológicas estratégicas. • Mantener un archivo amplio de fotografías. • Incluir redacción en el sitio apropiada en términos turísticos. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, redes de jóvenes, encargados de turismo de cada municipio.		
A nivel de MIJIBOA		Alcaldes hacen gestión con academia, se hacen acuerdos de acompañamiento.		
A nivel Central		MITUR/CORSATUR		
Quién coordina y da seguimiento		CDT		
Otros agentes colaboradores		Universidades, institutos técnicos superiores.		
Resultado o indicador		Un sitio Web del Valle del Jiboa y su expresión turística		
Plazo	Corto	Mediano	Largo	



Directriz Estratégica		Línea de Acción
5. Identidad Turística del Valle del Jiboa		5.3 Levantamiento, diseño y distribución estratégica de catálogo, guía turística. Revisada y actualizada cada año.
Objetivo		Se institucionalizan documentos identitarios del turismo del Valle del Jiboa, que se actualizan por año. Se socializa la Identidad Corporativa de forma estratégica.
Descripción		<p>Las guías de turismo, mapas, catálogos, calendarios turísticos son instrumento de promoción colectiva en la Región del Valle del Jiboa. Deben imprimirse y a su vez aparecer en la WEB. El valor cultural artístico se destaca.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener un archivo amplio de fotografías en alta resolución. • Levantar presupuesto para invertir en producción de documentos turísticos. • Diseñar y diagramar mapa turístico para su reproducción. • Diseñar y diagramar catálogos de turismo. • Diseñar e imprimir calendario turístico. • Buscar apoyo para diseño y edición con las universidades. • Socializar la información y se distribuye de forma estratégica. • Producir un documental promocional del turismo en la Micro región del Valle del Jiboa. • Producir una sistematización de experiencias del turismo en el Valle Jiboa por año. • Identificación de espacios para la instalación del mapa turístico del territorio a gran escala.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico		Comités de Turismo, redes de jóvenes y mujeres.
A nivel de MIJIBOA		Validan instrumentos. Gestionan recursos.
A nivel Central		MITUR/CORSATUR
Quién coordina y da seguimiento		CDT
Otros agentes colaboradores		Microempresarios del territorio, universidades, institutos técnicos superiores, prensa.
Resultado o indicador		Documentos identitarios producidos.

Plazo

Corto

Mediano

Largo



Directriz Estratégica	Línea de Acción		
5. Identidad Turística del Valle del Jiboa	5.4 Se crea souvenir propio del Valle del Jiboa.		
Objetivo	Se pone en valor el talento de los artistas del Valle del Jiboa a través de crear línea de souvenir original.		
Descripción	<p>El turismo es un bien intangible, una forma de evidenciar la experiencia es a través de la compra de souvenir o las artesanías. No es concebible un multidescenso sin artesanías propias.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenio con universidad que tiene carrera de diseño artesanal para el diseño de propuesta que serán aprobadas por el CDT Departamental. • Artesanos y artistas son formados para una línea anual de souvenir. • Elaborar souvenir con enfoque territorial. • Realizar ferias de productos innovadores. • Realizar feria itinerante de productos artesanales en las fiestas patronales. • Se utilizan materia prima y recursos del territorio. • Se consensua una plaza o mercado itinerante para la venta de artesanías. • Se vincula colectivos de artesanos al Ministerio de Economía. • Se vincula artesanos a tiendas y centros de distribución en San Salvador. • Crear intercambios de artesanías entre los artesanos de cada municipio para generarse ideas y territorializar los productos. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, artesanos locales, redes de jóvenes y mujeres.		
A nivel de MIJIBOA	Sus líderes haces gestión con el nivel central, Ministerio de Economía. Academia.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR, CONAMYPE, MINEC.		
Quién coordina y da seguimiento	CDT/ Artesanos.		
Otros agentes colaboradores	ONG's, organismos internacionales.		
Resultado o indicador	Línea artesanal de souvenir diseñada, producida y comercializada.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo

Directriz Estratégica	Línea de Acción
6. Promoción y Difusión del Turismo	6.1 Se establece una estrategia de mercadeo que se revisa cada año y se involucra al sector empresarial y otros.
Objetivo	Comercializar el turismo del Valle del Jiboa.
Descripción	<p>La comercialización del Multidestino debe ser permanente y responder a una estrategia de mercadeo destinada para los siguientes segmentos: Diáspora, familias de las ciudades urbanas, turistas del territorio y turistas en general.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Levantar estudio de mercado. • Diseñar una estrategia de mercadeo. • Innovar productos turísticos con base a resultados de estudio. • Presentar ofertas a tours operadoras locales y nacionales. • Gestionar plataformas de negocio. • Involucrar al sector privado. • Gestionar lazos de comercialización en el exterior. • Elaboración de Plan de Medios. • Monitoreo de prensa. • Realizar Fam Trip con tour operadoras. • Realizar Press Trip.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo y empresarios del territorio.
A nivel de MIJIBOA	Los alcaldes hacen promoción y gestionan espacio compartido para las expresiones artísticas en el municipio.
A nivel Central	MITUR/CORSATUR/Ministerio de Economía.
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.
Otros agentes colaboradores	Universidades y ONG's.
Resultado o indicador	Una estrategia de mercadeo diseñada en colectivos.

Plazo

Corto

Mediano

Largo

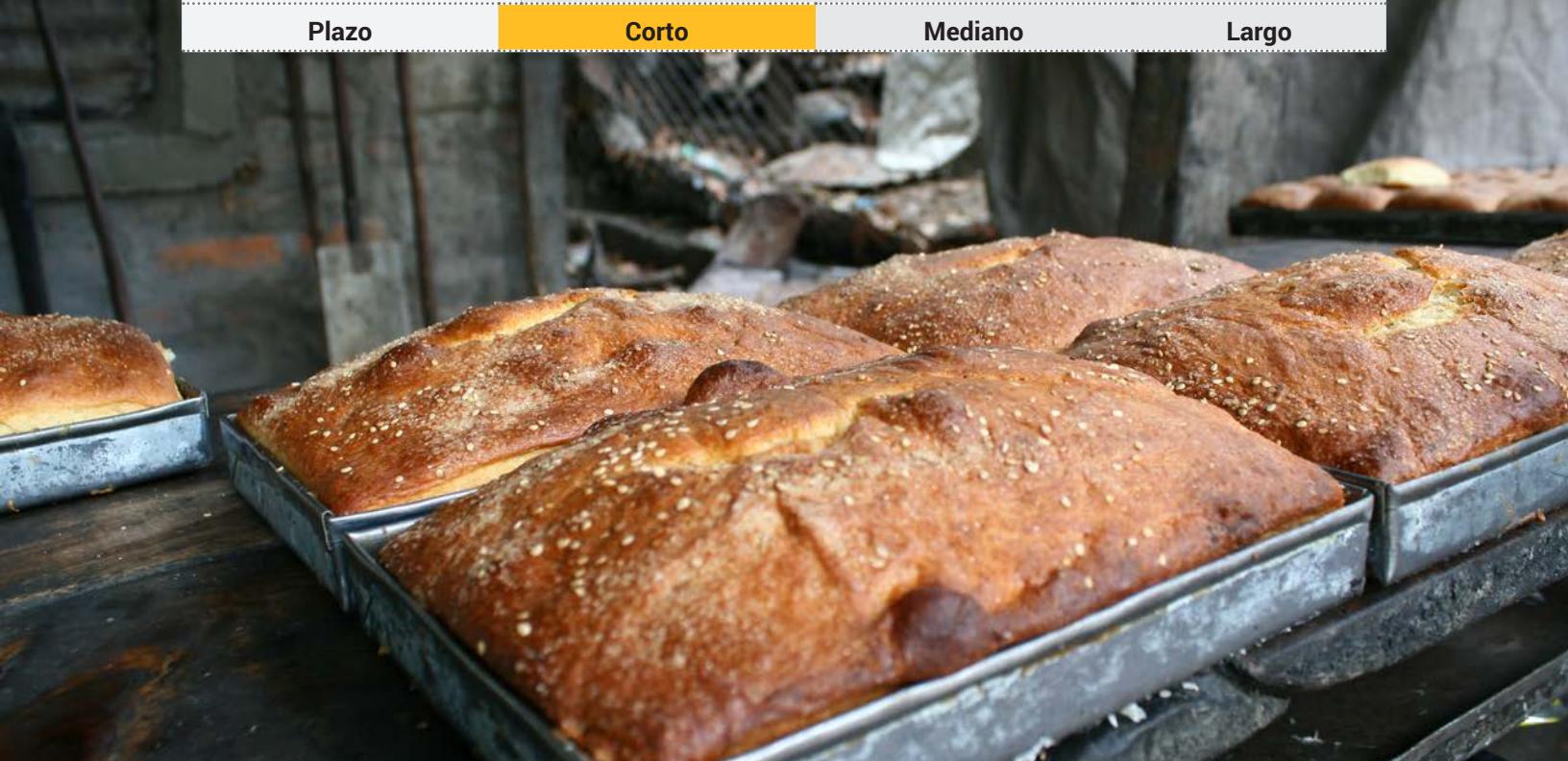
Directriz Estratégica	Línea de Acción
6. Promoción y Difusión del Turismo	6.2 Se participa en la estrategia Pueblos Vivos y en otras plataformas de negocios.
Objetivo	Comercializar el turismo del Valle del Jiboa.
Descripción	<p>Los municipios turísticos del Valle del Jiboa tienen trayectoria de participación en Pueblos Vivos. La intención es mantener esta trayectoria y saltar a otras plataformas para acercarse al público o turistas.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguir participando en Pueblos Vivos Multidestinos. • Buscar otras plataformas en EEUU, u otros países donde hay hermanos lejanos. • Preparar kioscos itinerantes con la oferta turística. • Involucrar a jóvenes y mujeres en procesos de posicionamiento. • Elaboración de hojas volantes con la oferta de los circuitos turísticos. • Diseño de paquetes turísticos por cada circuito. • Crear una partida presupuestaria de turismo en los presupuestos municipales.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, alcaldías y universidades.
A nivel de MIJIBOA	Gestionan recursos y dan seguimiento a través de su equipo técnico.
A nivel Central	MITUR/CORSATUR/SECULTURA.
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.
Otros agentes colaboradores	ONG's, universidades, prensa.
Resultado o indicador	Al menos se publicitan dos documentos por año.

Plazo

Corto

Mediano

Largo



Directriz Estratégica	Línea de Acción
6. Promoción y Difusión del Turismo	6.3. Se levanta, diseña y se distribuye un calendario de actividades turísticas del Valle del Jiboa.
Objetivo	Promocionar el turismo del Valle del Jiboa con enfoque sostenible y de territorio.
Descripción	<p>Se institucionalizan eventos que promocionan el turismo y que le otorgan un carácter permanente en el colectivo del turista.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar fechas importantes de festivales y acontecimientos programadas. • Levantar la información. • Diseñar un calendario de actividades turísticas. • Distribuir la información. • Socializar en todos los municipios. • Socializar en el exterior a través de comités de apoyo. • Producir spot cortos promocionales que retomen fechas importantes que se difunden en oficinas públicas. • Cada municipio envía su lista de eventos, destacando aquellos que son de mayor relevancia y de importancia turística. • Los CDT del Valle del Jiboa validan y consolidan la información del territorio.
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo.
A nivel de MIJIBOA	Se valida calendario y se socializa. Alcaldes hacen campaña en el exterior para promover el turismo.
A nivel Central	MITUR/CORSATUR.
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.
Otros agentes colaboradores	ONG's, Tour Operadoras, prensa.
Resultado o indicador	Calendario con actividades turísticas del Valle del Jiboa.

Plazo

Corto

Mediano

Largo





Directriz Estratégica	Línea de Acción
6. Promoción y Difusión del Turismo	6.4 Se fortalece la inteligencia turística: implica fortalecer el Sistema de Información Territorial (SIT). Se sistematiza experiencia, y se impulsan y publican investigaciones sobre el impacto del turismo en el Desarrollo Humano del territorio.
Objetivo	Propiciar información sobre el impacto del turismo en el desarrollo local en la Región del Valle del Jiboa.
Descripción	<p>Una de las deudas de país es la información sobre el impacto en Desarrollo Local del Turismo. En el Valle del Jiboa la intención es mostrar que este rubro se ve como un medio de alivio a las condiciones sociales vulnerables y de revalorización de paisaje. Asimismo se cuenta con información estadística actualizada.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer investigación turística sobre impacto del turismo en el Desarrollo Local. • Sistematizar experiencias y se publicitan en los medios creados. • Establecer convenios con la academia para generar la investigación. • Gestionar recursos para esta área. • Mantener estadísticas de visitación. • Mantener estadísticas de ocupación de hombres y mujeres. • Mantener estadísticas de formación de vocación. • Capacitar a actores locales para la sistematización de información turística, promoción y ventas de productos turísticos. • Realizar encuestas de satisfacción
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo, alcaldías y universidades.
A nivel de MIJIBOA	Gestionan recursos y dan seguimiento a través de su equipo técnico.
A nivel Central	MITUR/CORSATUR/SECULTURA.
Quién coordina y da seguimiento	CDT Departamental.
Otros agentes colaboradores	ONG's, universidades, prensa.
Resultado o indicador	Al menos se publicitan dos documentos por año.

Plazo	Corto	Mediano	Largo
-------	-------	---------	-------



Directriz Estratégica	Línea de Acción		
6. Promoción y Difusión del Turismo	6.5. Se actualizan y se promueven exposiciones culturales y artísticas en la "Plaza de las artesanías". Y también se crea Exposiciones Itinerantes.		
Objetivo	Se pone en valor las expresiones artísticas culturales y se difunde.		
Descripción	<p>Una vez creado el espacio "Plaza de Artesanías" se piensa en el contenido a difundir desde esta peña turística-artística. Además de exposiciones sobre tradiciones también se vuelve importante otro tipo de exposiciones con un carácter permanente y también itinerante.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucrar Casas de la Cultura y Embajadas. • Diseñar las exposiciones culturales. • Gestionar para espacios para la exposiciones itinerantes. • Involucrar espacio gubernamentales para exposiciones: Ministerios y otras oficinas de San Salvador. • Hacer planes de comunicación para la difusión. • Gestionar un espacio que pueda ser usado como punto de encuentro de los artistas locales y para la promoción de los tres circuitos turísticos del territorio. 		
Responsables en el nivel de Circuitos Turístico	Comités de Turismo. Alcaldías, red de artistas, empresa privada, comités de jóvenes y mujeres.		
A nivel de MIJIBOA	Líderes hacen incidencia y gestionan recursos.		
A nivel Central	MITUR/CORSATUR, SECULTURA.		
Quién coordina y da seguimiento	Circuitos Turísticos, CDT municipales y Casas de la Cultura.		
Otros agentes colaboradores	Organizaciones internacionales, prensa e instituciones de gobierno.		
Resultado o indicador	Se cuenta con exposiciones itinerantes.		
Plazo	Corto	Mediano	Largo



CAPÍTULO
SEIS

Consideraciones Finales



Consideraciones finales del Plan Maestro para el Desarrollo Turístico del Valle del Jiboa

De los Recursos Turísticos:

Los municipios del Valle del Jiboa ofrecen más de un centenar de recursos turísticos entre naturales y artificiales o tangibles e intangibles; la sostenibilidad de los mismos descansa en su cuidado. El disfrute de su oferta turística debe vertebral con doble visión: Desde la óptica del ocio propio del turista, y desde la óptica del beneficio económico y de realización de sus anfitriones. Este equilibrio debe destellar en la protección de los bienes turísticos, que para el caso de la Región del Valle del Jiboa redundan en un extenso patrimonio natural, artístico y cultural.

Del Marco de Oportunidades:

- Se reitera el nivel de cohesión de sus actores en el Valle del Jiboa, que se traduce en el compromiso político con el bienestar de su gente.
- La conexión del Valle del Jiboa con la carretera más importante del continente "Panamericana", (conecta entre Canadá y Argentina). El Valle del Jiboa está a una hora de la capital salvadoreña. La conexión principal está en buen estado.
- La cercanía entre municipios permite que los turistas conozcan hasta tres municipios y sus modos de vida en un solo día.
- Inversión en infraestructura ya sea privada, con las debidas reglas del juego, o comunitaria abre un abanico de oportunidades. Infraestructuras como: Hostales, restaurantes y otros.
- Turismo y apropiación del espacio público.
- Las capacidades de organización y gestión de los Comités de Desarrollo Turístico.

El Valle del Jiboa ha desarrollado una extensa gama de festivales, que suman más de una veintena en un año, convirtiéndose en plataformas de territorialización de sus productos, en estas plazas ocasionales se concentran productos artesanales de diversos municipios, aunque el tema del festival sea específico. En estos festivales se facilita la relación directa entre el productor y el consumidor. El valor cultural está dado por la convivencia con el entorno y con un producto autóctono del territorio, y en términos antropológicos los Eventos Programados permiten la apropiación del espacio público como un mecanismo de seguridad y de interacción de la multitud y el espacio. El Valle del Jiboa puede fácilmente ofrecer una constante actividad turística a través de los festivales durante un año, y en consecuencia contar con un calendario turístico.

CUADRO No.16: PROYECCIÓN DE LA RUTA SEGÚN ACCIONES DETONANTES A LO LARGO DE 5 AÑOS:





En el cuadro 16 se define la ruta según iniciativas y acciones que se gestionarán a lo largo de cinco años, plazo para la realización del Plan Maestro de Turismo. Importante que desde el año de su lanzamiento se establezcan "Las reglas del juego" para los potenciales inversionistas ya sean éstos de adentro o fuera.

Dentro de la proyección, se debe procurar la implementación de un marco normativo local puesto que el patrimonio cultural y natural es prioridad, por lo que se ha planificado como gestión prioritaria para el primer año de su implementación. Dentro de esta línea de tiempo, se ha considerado Poner en valor e institucionalizar Festivales o Expresiones como parte modular y fundamental para el año 2. La gestión y construcción de una Plaza de las Artesanías, como un espacio compartido donde converge el sector artesano del territorio y los visitantes tiene como fin mejorar la calidad de vida y destacar el valor artesanal, este es un sueño de mediano plazo que se extiende. La infraestructura compartida consolidada para el año 4 y 5 implicará crecimiento como territorio y toda la experiencia generada en la implementación del documento desde una visión de región, permitirá no sólo posicionar el Valle del Jiboa como una región turística a nivel nacional, sino que se convierte en un ejemplo de buenas prácticas en materia de trabajo en equipo, tanto de los sectores públicos como privados.

La Globalización y el Turismo:

El aprovechamiento de la e-promoción son los pasos siguientes; el turismo y la tecnología van de la mano. El mundo interactúa a través de la WEB, el turismo se mueve a través de la WEB. El Valle de Jiboa ofrece variedad de productos turísticos para un amplio mercado que comienza con el local-familiar, nostálgico y extranjero.

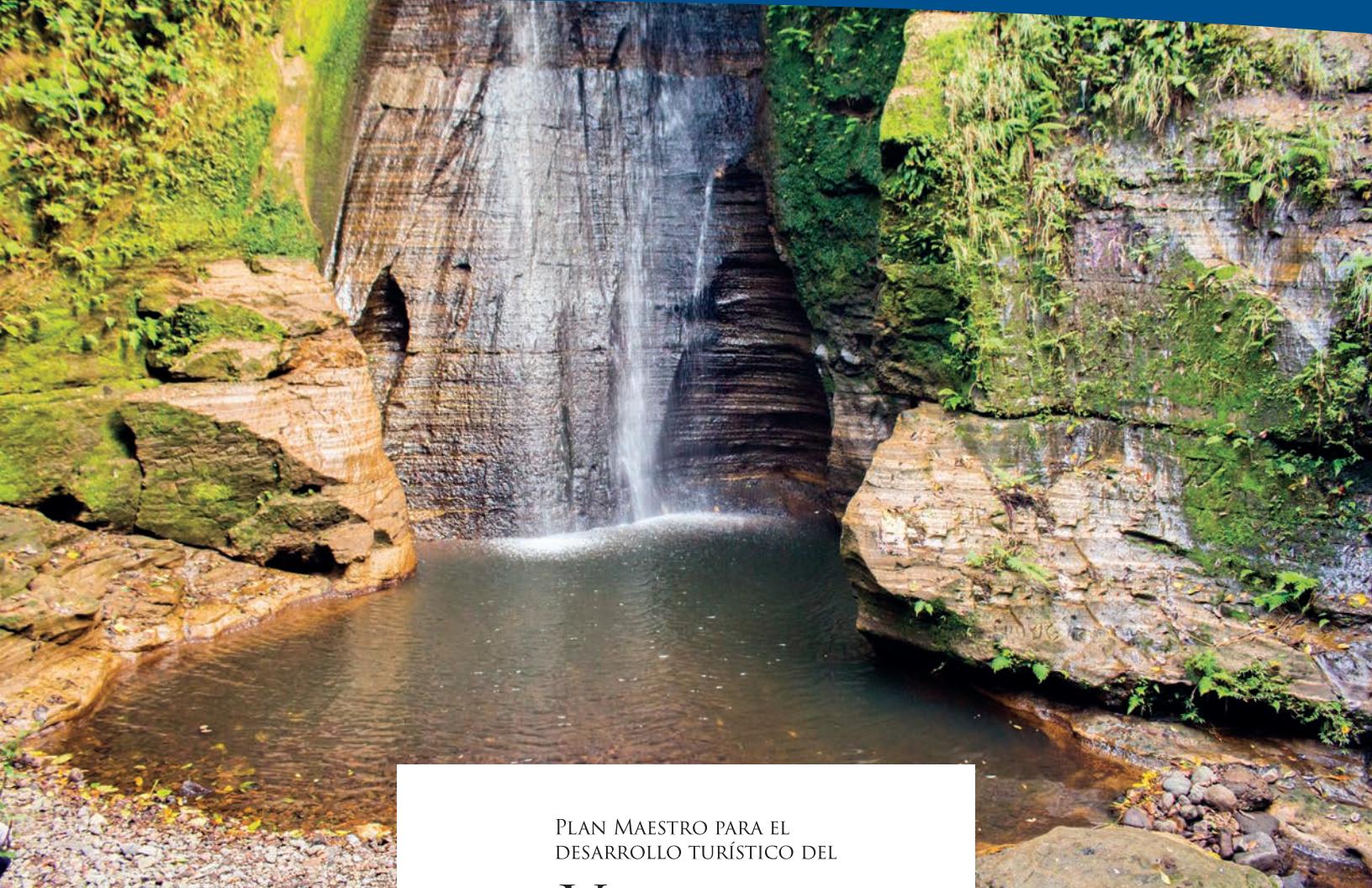
Del Turismo como Instrumento de Diálogo:

Los municipios que integran el Valle del Jiboa con la construcción del Plan Maestro de Turismo están dando muestras que es posible la convivencia y al mismo tiempo construir negocio sociales a través del turismo. El instrumento recién finalizado dicta líneas para el diálogo a través del turismo entre las diferentes fuerzas vivas en el territorio.

Turismo como Prevención de Violencia

En la medida en que las familias encuentras espacio donde distraerse y sus pares donde ocuparse se cierra el espacio a la delincuencia. La ocupación y la diversificación de vocación es sinónimo de prevención de violencia. De hecho los municipios en cuestión reportan menos índices delictivos, según la Fiscalía General de la República, en consecuencia representan una oportunidad de potenciar aún más el turismo y con ello la convivencia familiar.





PLAN MAESTRO PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL

VALLE DEL JIBOA

