

**Factores críticos en el desarrollo turístico
de el Salvador**

**Critical factors in the development
of tourism in El Salvador**

José Francisco Guzmán Rivera

REALIDAD Y REFLEXIÓN

Reality and Reflection

32

Año 10, No. 32
Year 10, Nr. 32

San Salvador, El Salvador, Centroamérica
San Salvador, El Salvador, Central America

Revista Cuatrimestral
Quarterly Journal

Mayo-Agosto 2011
May-August 2011

Factores críticos en el desarrollo turístico de el Salvador

Critical factors in the development of tourism In El Salvador

José Francisco Guzmán Rivera
Docente
Universidad Francisco Gavidia

Los sectores turismo y comercio han tenido una tasa de crecimiento promedio del 20 por ciento en la generación de empleo, se evidencia que la actividad comercial y turística adquieren cada vez mayor relevancia, en el ámbito doméstico al estimular la oferta de una diversidad de bienes y de servicios de consumo. Se pregunta ¿Por qué cualquier turista prefiere Costa Rica, la costa atlántica de Honduras, los sitios arqueológicos del Petén o de Copán? La respuesta la dan los salvadoreños provenientes del exterior que han provocado el crecimiento de este sector, debido a que vienen anualmente a visitar a sus familias y a pasar algunos días recordando los viejos tiempos, los antiguos amigos, las tradiciones y la comida. Analiza los efectos en el turismo del área tecnológica, financiera, de formación técnica y profesional y del entorno empresarial, en el cual se analiza de manera particular el impacto de la violencia en el país. EL SALVADOR - DESARROLLO ECONOMICO – TURISMO.

The sectors of tourism and commerce obtained an average growing rate of 20 percent in the generation of employment, it is evident that the commercial and touristic activities acquire more relevance in the domestic economy, because they stimulate the offer of goods and consumption services. It inquires: Why a tourist prefers Costa Rica, the Atlantic coast of Honduras, the archaeological places of Peten or Copan? The answer comes from the Salvadorans residing abroad, because they have bring about the growing of this economical sector when they come annually to visit their families and pass some days remembering the old times with the older friends, the traditions and the food. It analyze the effects in the tourism, of the technology, the finances, the technical training and the professional education, and the enterprise environment, specially the impact of the violence in the country. EL SALVADOR - ECONOMIC DEVELOPMENT – TOURISM.

Desde hace algún tiempo la población salvadoreña consume publicidad referente al turismo, proveniente tanto del sector privado como del público, la cual promueve a El Salvador como destino turístico. Esto se combina con esfuerzos focalizados, que promueven al país como destino de Convenciones Internacionales para negocios. Se busca convertir el país en destino de convenciones regionales y porque no decirlo internacionales. Se escudriñan importantes encuentros de empresas y hombres de negocios para que se realicen en el país, ya que según comentan, se tiene una competitiva infraestructura hotelera, y muchas facilidades para este tipo de eventos.

Los funcionarios del sector público han informado, que el Turismo es uno de los sectores que ha crecido significativamente durante los últimos años.

Como lo muestra el cuadro 1, los sectores turismo y comercio han tenido una tasa de crecimiento promedio del 20 por ciento en la generación del nivel de empleo. Se evidencia que la actividad comercial y turística adquiere cada vez mayor relevancia, en el ámbito doméstico al estimular la oferta de una diversidad de bienes y de servicios de consumo.

Según datos del Banco Central de Reserva, el aporte al Producto Interno Bruto a precios corrientes del sector comercio y turismo para el 2009 fue de 20.0 por ciento, mientras que el sector industrial de 20.5 por ciento la diferencia es mínima en términos porcentuales, pero no en términos de empleo generado.

Cuadro No. 1
Evolución del nivel de empleo

Años	Turismo incluye comercio
2000	93,550
2001	95,422
2002	97,444
2003	100,663
2004	107,743
2005	115,203
2006	120,467
2007	128,744
2008	141,232
2009	128,862**

Fuente: CORSATUR. Año 2008

* Según ASI- 2010

**Según EHPM 2009 (trabajadores no calificados)

El cuadro 1 y 2, demuestran que la estructura productiva se ha caracterizado por un crecimiento acelerado de los sectores turismo y comercio, acompañado de una reducción y/o estancamiento del sector industrial. La transformación experimentada se manifiesta de forma categórica en la estructura del empleo, donde el tamaño de los sectores en cuestión se ha venido ampliando.

Cuadro No. 2
Evolución del ingreso de divisas
en concepto de turismo
Millones de dólares años 2000-2009

AÑOS	TURISMO ^{1/}	INGRESO DE TURISTAS
2000	215.71	667,315
2001	199.41	616,888
2002	289.92	798,243
2003	316.83	719,963
2004	417.92	950,745
2005	628.80	1,127,141
2006	843.23	1,278,927
2007	940.60	1,338,543
2008	733.9 ^{2/}	1.800,000
2009	527.0 ^{3/}	1.400,000

1/FUENTE: Boletín Estadístico de Turismo 2007, Primer cuatrimestre 2008.

2/ Cifra proyectada a diciembre de 2009

3/ La Prensa Gráfica, jueves 17 de junio 2010

Pareciera tener sentido invertir en esta área de la economía. A pesar de lo favorable de estos esfuerzos, es importante tomar en cuenta los factores que conspiran contra el desarrollo turístico. También es importante evaluar a que se debe el crecimiento experimentado los años anteriores.

Un país con altos índices de violencia delincinencial, es difícil convertirlo en destino turístico. Lo que menos desea un turista es terminar sus vacaciones con un asalto a mano armada, donde tiene un alto riesgo de salir lesionado o perder su vida.

Ciudades desordenadas, inseguras y sucias como la de muchos municipios pertenecientes al Área Metropolitana de San Salvador y también fuera de ésta, no son un atractivo turístico para nadie. Comenzando por el centro de San Salvador, que es un gran mercado, mientras que en otros países, los gobiernos municipales y centrales se preocupan por preservar y reconstruir o mantener los edificios históricos, convirtiéndose en lugares donde se aprecia la historia y la cultura.

Esos factores como el desorden, inseguridad y suciedad afectan el turismo ya que los visitantes entre sus cualidades aman la ecología, gustan de visitar ríos, lagos, montañas, realizar caminatas por estos, acampar, etc. Con lo que hay que recordar que la misma población por necesidad o no, ha destruido bosques, contaminado ríos y lagos, deforestado montañas.

Lo anterior impacta negativamente sobre aquellos que tienen la capacidad adquisitiva para turistear, por lo que cabe preguntarse:

¿Por qué cualquier turista prefiere Costa Rica, la costa atlántica de Honduras, los sitios arqueológicos del Petén o de Copán, y esto porque hasta los nacionales, cada vez que pueden se van a pasar unas vacaciones a estos lugares?

¿Qué ha hecho entonces que el sector turístico experimente crecimiento? ¿Qué tipo de turismo tenemos?

Los salvadoreños provenientes del exterior han provocado el crecimiento de este sector, debido a que vienen anualmente a visitar a sus familias y a pasar algunos días recordando los viejos tiempos, los antiguos amigos, las tradiciones, comida, entre otros.

También este sector de la economía depende de los migrantes, que recibe su "remesa" anual con los dólares que vienen a gastar al país. Por ello el turismo que se posee es en su mayoría infraestructura

turística adecuada y son los visitantes salvadoreños provenientes del exterior los únicos que se atreven a venir al país en medio de la ola delincencial, son los únicos que le encuentran algún sentido al centro de San Salvador.

Es conocido que si la economía de los Estados Unidos reduce su crecimiento, afecta a los inmigrantes y a sus posibilidades de venir a gastar.

No hay que ver al turismo en función de seguir explotando el consumo interno, hay que buscar nuevas fuentes de dinero, en áreas que puedan ser protegidas de los acuerdos comerciales con el TLC. No hay



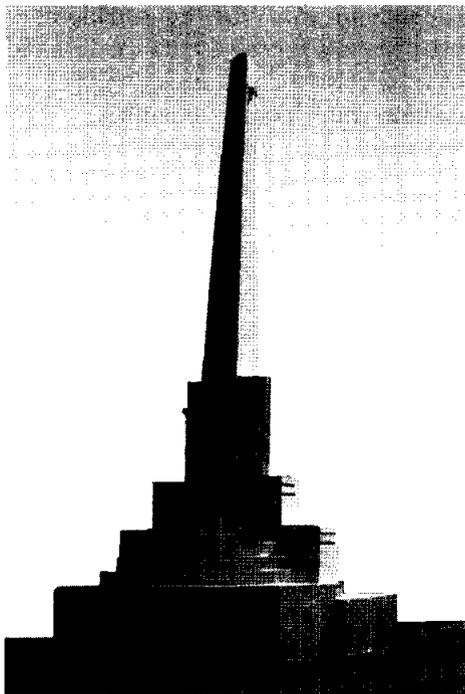
Promocional de la Ruta de Las Flores, Sonsonate

que confundir la visita de los emigrantes en interacción con los comerciantes.

Otro factor crítico que impacta es la poca educación de la población al depositar o tirar basura en la calle, en los ríos, lagos y playas. Con lo anterior la conducta de algunas empresas y alcaldías es de indiferencia.

Además de los factores anteriores, existen otros que revelan la situación actual de los sectores de la mediana y pequeña empresa, que son la mayoría y las que más generan empleo.

Pero principalmente, los que revelan los niveles de competitividad, como se muestra y se analizan las áreas



Obelisco en Santiago de María, Usulután

organizativas, mercadeo y ventas, las importaciones, financiera contable, de personal, el entorno empresarial y la asistencia técnica.

1. Área organizativa

El desarrollo de la industria turística en El Salvador data de hace décadas, siendo el área organizativa de la mayoría de empresas establecida con 87.5% de gerentes, 72.5% de jefes, 65% de supervisores, 60% de operarios y 45% de técnicos.

El 72.5% de las empresas del sector poseen sistemas de planificación formal y un 27.5% sistemas de planificación informal; además de esta característica, el 50% manifiesta tener acceso a mercados externos, mientras que 47.5% lo contrario.

Entre los métodos que utiliza la empresa para conocer y acceder a mercados internacionales se destacan principalmente: La investigación formal con 32.5%, en el mismo porcentaje manifiesta que Ninguno; 17.5% investigaciones informales y 15% personal particular.

Entre los inconvenientes relacionados con la planificación inciden en gran medida el entorno económico, político y social con 45%, la incertidumbre con 17.5%, dificultades en el ajuste o actualización del plan 12.5% y 7.5% la falta de conocimiento técnico y de métodos de planificación.

En cuanto al aspecto tecnológico, la mayoría de empresas consultadas dice poseer sistemas de información automatizados con 72.5%, manifestando lo contrario el 22.5%.

Entre las estrategias aplicadas por las empresas y que les permite ser competitivos sobresalen con 50% los equipos de trabajo para mejorar las condiciones y la calidad del servicio, es decir los círculos de calidad; la distinción con la competencia 25%, la asociatividad con 15% y todas las anteriores con 20%.

Las ventajas o beneficios y desafíos ante la apertura de mercados la mayoría de empresas, (32.5%) manifiestan que una de las ventajas o beneficios en el aumento del nivel de ventas, 30% en la disminución de costos en la compra de materia prima, 27.5% en la incorporación de tecnología de mayor productividad y con el mismo porcentaje, un grupo de empresas que dice todas las anteriores y 17.5% el acceso a mercados de mayor volumen.

2. Área mercadeo y ventas

Según las empresas, el comportamiento de las ventas en los últimos dos años han presentado la situación siguiente: 42.5% manifiestan que de aumento, 30% de estancamiento 22.5% de disminución.

Las áreas que han sido afectadas por los tratados comerciales según manifiestan las empresas: 55% sostienen que en todas las áreas, 20% que Ninguna; y 7.5% en las área financiera y administrativa, no han tenido ningún efecto, 21.43% el área de mercadeo y 14.28% en producción.

Entre los factores que las empresas consideran necesario aumentar la productividad son principalmente la alternativa. Todas las Anteriores con 47.5%, refiriéndose a mejora de

infraestructura, mano de obra calificada, capacitación de personal y por último las innovaciones tecnológicas; sin embargo, 17.5% innovaciones tecnológicas, capacitación de personal 12.5% y 10% mejoras de infraestructura.

Los aspectos que se consideran importantes para ser competitivos están: 52.5% mejora de servicio al cliente, mejorar la calidad del servicio 27.5%; 17.5% distinción de productos de la competencia y división de mercados en grupos. El 55% de las empresas manifiesta que conoce de estrategias competitivas, mientras que el 30% no contestaron y 15% sostiene no conocer estrategias competitivas.

Las estrategias de comunicación que utiliza la mayoría de las empresas para mantener el contacto con los consumidores se encuentran: la prensa escrita 52.5%, la radio 30%, televisión y otros medios de comunicación como boletines, correo electrónico, fax, programación en vivo y otros medios 27.5%.

Los aspectos del servicio considerados importantes por los consumidores son: la calidad 55%, los precios 32.5%, la accesibilidad 15%; la marca y funcionamiento con 10%.

Los canales de distribución que las empresas utilizan para acercarse a los consumidores son en términos porcentuales la venta directa con 37.5%, la promoción 35% y con 27.5% publicidad.

3. Área de importaciones

La mayoría de las empresas consultadas manifestaron que el principal mercado de

importación Centroamérica (30.0%) y con el mismo valor porcentual Estados Unidos, cabe mencionar que el 45% de las empresas no contestaron y el 12.5% manifiesta que ningún mercado.

Entre los principales factores que obstaculizan el impulso de las importaciones están: el alto costo de los fletes con 27.5%, el alto costo de materias primas 12.5% y con 7.5%. Capital de trabajo limitado, desconocimiento de mercados internacionales y trámites burocráticos. Hay que notar que 40% de los encuestados no contestaron y 12.5% manifiesta que ninguno.



5. Área de personal

En cuanto a este recurso productivo de formación técnica y profesional 75% las empresas manifiesta poseer recurso humano con educación media, educación superior 47%, 45% técnico, y 22.5% educación primaria.

Ante este panorama la mayoría de las empresas 67% cuenta con programas formales de desarrollo del recurso humano y las que manifiestan que no poseen planes y programas (27.5%). Entre los programas se mencionan capacitaciones, seminarios para áreas específicas, con instituciones de apoyo y asistencia como Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), seminarios de relaciones humanas, entre otros.

Sin embargo, existen aspectos negativos por parte de algunas empresas en manifestar sus flujos de ingresos para el área de capacitación ya que 57.15% no contestó el porcentaje de ingresos que invierte en capacitaciones, 14.28% manifiesta que ninguno. Relacionado a estos aspectos, 57.5% de las empresas manifiesta que contrata fácilmente mano de obra calificada, mientras que 37.5% manifiesta lo contrario.

4. Área de asistencia técnica

En cuanto a la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo empresarial el 42.5% de las empresas manifiesta que existe capacitación y asistencia técnica con instituciones privadas; mientras que 35% dice tener relaciones con instituciones gubernamentales, con ninguna institución 32.5% y un mínimo porcentaje asistencia técnica con universidades 5%.

Relacionado a esta problemática, en las áreas que las empresas consideran necesarias la asistencia técnica para la reconversión productiva son las siguientes: 45% en control de calidad, desarrollo de nuevos mercados 32.5%, planificación estratégica 30%, sistemas de información computarizados 20% y por último sistemas financieros con 15%.

6. Área financiera contable

72.5% de las empresas manifiesta tener acceso al sistema financiero formal. El otro 27.5% sostiene que no tienen acceso sistema financiero formal debido a que trabajan con capital propio, porque la banca comercial no apoya al sector y no se gozan de garantías reales para ser sujeto de crédito.

Según 75% de las empresas, no se han tenido dificultades de financiamiento en el último quinquenio; mientras que 17.5% opina lo contrario. El tipo de dificultad con más significado, son las condiciones desfavorables (20%) como las altas tasas de interés, los plazos limitados y las garantías mayores al monto del préstamo; 17.5% a actitud conservadora de empresas que prefieren trabajar con capital propio y 10% trámites engorrosos. Cabe mencionar que el 45% de las empresas encuestadas no contestó.

Los cambios económicos que más han afectado los resultados financieros de las empresas son entre otros lo siguientes: La competencia con 62.5%, incapacidad ante apertura de nuevos mercados con 20%, otros aspectos que han afectado son la crisis económica, el estancamiento económico, escaso turismo obtenido, la insegu-

ridad y por último los impuestos y regulaciones con 17.5%. Sin embargo, el 47.5% de las empresas manifiesta elaborar estados financieros y un 45% manifiesta que no.

En cuanto a la presentación de los estados financieros 52% de las empresas manifiesta que no presentan políticas y notas explicativas de acuerdo a Las NIIF, mientras que 35% manifiestan lo contrario y 12.5% no contestaron. Respecto al control por parte de la empresa de sus inventarios de materias primas por medio de Kardex el 50% manifiesta que no hay un control, mientras que 47.5% dice llevar control por medio de esta técnica.

El 52.5% de las empresas manifiesta no aplicar análisis de sus estados financieros; por medio de ratios; 22.5% y 8% no contestó. En otro aspecto relacionado 52% manifiestan aplicar políticas de cuentas por cobrar y 40% no aplica, 7.5% no contestó.

7. Entorno empresarial

Entre los factores del entorno que afectan el desarrollo empresarial, por el lado de la oferta 47.5% de las empresas consideran que la inestabilidad política y social del país incide en el desarrollo de las actividades empresariales; con el mismo porcentaje (17.5%) la falta de tecnología y el financiamiento bancario. Cabe mencionar que influyen otros factores (12.5%) como lo económico, la delincuencia, la variabilidad en los precios y la inseguridad.

En cuanto al acceso de parte de las empresas a materia prima 52.5% manifiesta que es por medio de proveedores, 50% precios y disponibilidad y cumplimiento

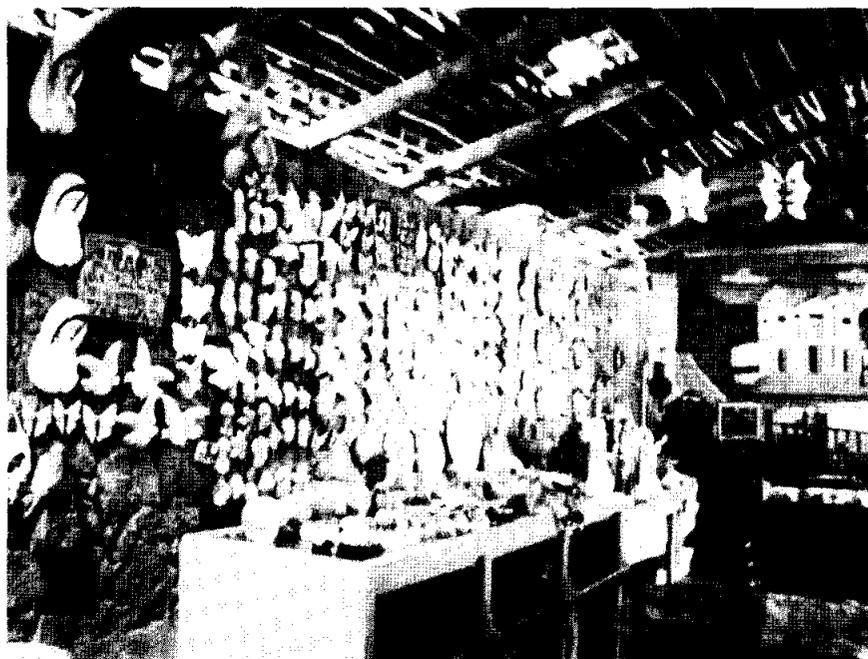
17.5% y por último 12.5 cobros. Sin embargo, por el lado de la demanda los factores que afectan el desarrollo empresarial 47.5% manifiesta que el impacto de las políticas económicas, la liberalización de precios 32.5%, costo de servicios públicos 30%, la política fiscal 20% y por último en la misma proporción las tasas de interés bancario y las restricciones al crédito con 12.5%.

En términos de empleo, los rubros de transporte, alojamiento y alimentación son los más afectados. Las ventas en restaurantes disminuyeron entre 10% y 15%. El empleo en el sector turismo sintió el embate de la crisis económica, datos del Ministerio de Turismo señalan que 1,300 empleos se perdieron en diferentes rubros relacionados con la atención a los visitantes entre 2008 y 2009.

En el 2008, los rubros inmediatos a Turismo habían 42,444 personas empleadas y para el 2009 la cifra bajo a 41,064.

La situación financiera, la colocación de créditos por sector, el consumo tuvo en el 2009 la cantidad de \$2,384 millones de dólares y para el 2010 la cantidad de \$2,351 millones de dólares; tuvo un ligero repunte la parte comercial ya que para los mismos años, la variación fue de \$1,270 y \$1,217 millones de dólares.

En el conjunto sector servicios la colocación de créditos para el año 2009, llegó a la cantidad de \$636 millones de dólares y para el 2011 de \$ 632 millones; indicando que el crédito prácticamente se encuentra estancado. Entre los factores que han afectado el comportamiento de la



Venta de artesanías en un restaurante de Alegría, Usulután

colocación de créditos está principalmente: el clima de negocios (Entorno Empresarial), es decir; los niveles de incertidumbre e inseguridad que desmejoran la competitividad del país; el incremento del nivel de riesgo de las empresas y la capacidad de pago.

El impacto del descenso en la llegada de turistas se atribuye a otros factores como: la crisis económica internacional, la mala imagen que tiene el país por la delincuencia y la falta de seguridad, así como la poca promoción a escala internacional.

Un informe del Centro de Criminología y Ciencias Policiacas, (CECRIPOL) detalla sobre los niveles de violencia, en los que El Salvador es uno de los más violentos de Centroamérica, con una población aproximada de 5.8 millones de personas, la tasa de asesinatos alcanzó los 67 por cada 100 mil habitantes. El año 2010 cerró con un promedio de 4,005 asesinatos y en lo que va del año 2011 (Marzo 25) se aproximan a las 1,000 personas asesinadas.

Lo anterior es una muestra que el impacto en la competitividad turística, es el atractivo para la realización de negocios, ya que según el Foro Económico Mundial (WEF) El Salvador ocupa el lugar 96, de 139 economías en el mundo, y el puesto 20, de 25 países de América y el Caribe.

De acuerdo a esa institución otras de las desventajas competitivas del país se ubican el rubro de recursos humanos, naturales y culturales, sin embargo destaca la calidad de la infraestructura (transporte terrestre y aéreo). Asimismo subraya otra desventaja

en los precios de los bienes y servicios y la inseguridad (Diario el Mundo 09-03-2011).

En suma con los datos anteriormente analizados, se demuestra que la economía tiene problemas que solucionar y que tienden a socavar el desarrollo del sector turismo. Por lo que se vuelve necesario buscar y fortalecer la sostenibilidad turística, la generación de empleo, la sostenibilidad medio ambiental, la posibilidad de inversión y sin duda, el crecimiento en las visitas internacionales; considerados por estos enfoques que la industria turística en El Salvador, es un rubro que está despegando en todas sus áreas, pero en el cual se está invirtiendo muy poco en términos de infraestructura turística.

BIBLIOGRAFÍA

Factores críticos de competitividad de la pequeña y mediana empresa del sector Turismo. Año 2007. José Francisco Guzmán Rivera. Docente investigador

Corporación Salvadoreña de Turismo. CORSATUR, Año 2008

Boletín Estadístico de Turismo, Primer cuatrimestre 2008.

Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples EHPM. Año 2009

La Prensa Gráfica, jueves 17 de junio 2010

Asociación Salvadoreña de Industriales ASI. Año 2010

El Diario de Hoy. 19-03-2011. Pag. 37

Diario el Mundo 09-03-2011.