

**UNIVERSIDAD DEL EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



TESIS:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
MUNICIPIO DE JUCUARÁN, USULUTÁN, AÑO 2020”**

PRESENTA:

ALVAREZ RODRIGUEZ, GEOVANNY ALEXANDER

MARTÍNEZ BAIRES, TANIA ISABEL

SARAVIA GUEVARA, BRYAN OSWALDO

PARA OTORGAR EL TITULO DE:

LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE 2020

SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS

VICE-RECTOR ACADÉMICO:

DR. RAÚL ERNESTO AZCUNAGA LÓPEZ

RECTOR ADMINISTRATIVO:

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

ING. FRANCISCO ALARCON

FISCAL GENERAL:

LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARIN

**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

DECANO:

LIC. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS

VICE-DECANO:

LIC. OSCAR VILLALOBOS

JEFE DE DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS:

LIC. RAÚL ANTONIO QUINTANILLA PALACIOS

DOCENTE ASESOR:

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ

DOCENTE METODOLÓGICO:

LIC. BALMORE RODRÍGUEZ.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida porque cada día me demuestra lo hermosa que es la vida y lo justa que puede llegar a ser; gracias a mi familia por permitirme cumplir el desarrollo de esta tesis. Gracias por creer en mí y gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a sus aportes, a su amor a su inmensa bondad y apoyo, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos. Les agradezco, y hago presente mi gran afecto hacia ustedes, mi hermosa familia y amigos.

GEOVANNY ALEXANDER ALVAREZ RODRIGUEZ

Agradezco a mi papá Reyes Tomas Martínez Ramos por estar a mi lado a lo largo de todo este trayecto académico, gracias por inculcarme la importancia de estudiar que requiere de adquirir nuevos conocimientos y desarrollar capacidades, lo cual se vuelve necesario para contribuir con las transformaciones de la sociedad.

A mi mamá Ana Lucia Baires de Martínez agradezco por su ejemplo de superación, por su motivación y paciencia, por su incondicional apoyo.

A mis hermanas Ana Cristela Martínez Baires y Margarita Concepción Martínez Baires, por su todo el apoyo brindado y por sus consejos.

TANIA ISBAEL MARTÍNEZ BAIREZ

Primeramente, agradezco a Dios, por todas las bendiciones que me brindo durante los años que estuve estudiando en la universidad, y gracias a la fe que le tengo se sale adelante. Segundo agradezco mucho a mis Padres (Marta Idalia Guevara de Saravia Y Fredis Antonio Saravia Romero), ellos me brindaron un apoyo incondicional sin importar lo que ocurriría, me daban ánimos para seguir trabajando y estudiando, tenían esa confianza que podía lograrlo y me alegro haber terminado y a ver retribuido esa confianza a ellos. Tercero a mis hermanos (Irving Alexander Saravia Guevara y Fredis Isaac Saravia Guevara) por los ánimos y “consejos” más que nada se les agradece mucho, enserio gracias; además de agradecer a todas las personas que me ayudaron y apoyaron en el camino, familiares, amigos, compañeros y docentes.

Para terminar, agradezco a mi persona por la convicción de seguir adelante y poder terminar algo que parece lejos de terminar, esa fuerza de voluntad, esa inspiración que ocurría, no sé si existía, pero era lo que me permitía seguir avanzando.

BRYAN OSWALDO SARAVIA GUEVARA

ÍNDICE

RESUMEN	21
ABSTRACT	22
INTRODUCCIÓN	23
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	25
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	27
1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	30
1.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	31
1.4.1 Delimitación Temporal	31
1.4.2 Delimitación Espacial.....	31
1.4.3 Delimitación Teórica	31
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	32
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
1.6.1 Objetivo General.....	33
1.6.2 Objetivos específicos.....	33
1.7 HIPÓTESIS.....	35
1.7.1 Hipótesis General	35
1.7.2 Hipótesis específicas.....	35
2. MARCO REFERENCIAL	36
2.1 MARCO HISTÓRICO.....	36
2.1.1 Reseña Histórica de la Planeación estratégica.....	36
2.1.2 Reseña histórica del turismo en el mundo.....	38

2.1.3	Evolución histórica de turismo en El Salvador.	42
2.1.3.1	Década de los 60	42
2.1.3.2	Década de los 70.	45
2.1.3.3	El turismo durante el conflicto armado (1980-1992)	48
2.1.4	La paz en El Salvador y el sector turismo	49
2.1.5	Turismo en Jucuarán.	50
2.1.5.1	Historia Colonial	51
2.1.5.2	Sucesos posteriores.....	52
2.2	MARCO CONCEPTUAL	53
2.2.1	Planeación estratégica	53
2.2.1.1	Planeación	53
2.2.1.2	Importancia de la planeación.....	53
2.2.1.3	Planes	54
2.2.1.4	Concepto de planeación estratégica.	55
2.2.1.5	Proceso de planeación estratégica	56
2.2.2	Análisis del entorno	58
2.2.2.1	Premisas. Análisis FODA	59
2.2.2.2	Planeación de contingencia	60
2.2.3	Elementos de la planeación estratégica.....	61
2.2.3.1	Filosofía, misión, visión	62
2.2.3.2	Objetivos:	64
2.2.3.3	Estrategias	65
2.2.3.4	Políticas	69
2.2.3.5	Programas.	71
2.2.3.6	Presupuestos	71

2.2.4	Planeación estratégica de marketing	73
2.2.4.1	Análisis de la situación.	74
2.2.4.2	Establecer objetivos de marketing.....	75
2.2.4.3	posicionamiento y la ventaja diferencial.	76
2.2.4.4	Mercados meta y demanda del mercado.....	76
2.2.4.5	Mezcla de marketing	77
2.2.5	El Sistema Turístico.....	77
2.2.6	Modelos de sistemas turísticos.....	80
2.2.6.1	Modelo de sistema turístico de Leiper	81
2.2.6.2	Modelo existencial de la sociedad industrial, de Krippendorf.....	82
2.2.6.3	Modelo de Sistema Turístico de Molina.....	86
2.2.6.4	. Modelo de Sistema Turístico de Beni	87
2.2.6.5	Modelo Teórico del Espacio Turístico, de Boullón.....	89
2.2.7	Modelos de planes de desarrollo turístico.....	93
2.2.7.1	Modelo de planificación para el desarrollo de Hernández Díaz ..	93
2.2.7.2	Modelo para la planificación integral del turismo de Molina y Rodríguez.....	94
2.2.7.3	Modelo de planeación turística de Kaiser y Helber.....	96
2.2.7.4	Modelo de planeación económica del turismo de bote.	98
2.2.7.5	Modelo de planeación del turismo alternativo de Zamorano.....	99
2.2.7.6	Modelo de planificación turística nacional y regional de la OMT100	
2.2.8	MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DE LA OMT	101
2.3	MARCO NORMATIVO	103
2.3.1	Instituciones Rectoras del Turismo.	103
2.3.2	Constitución de La Republica de El Salvador.	104

2.3.3	Leyes del Sector Turismo a nivel nacional	104
2.3.3.1	Ley de Turismo	104
2.3.3.2	Ley de CORSATUR	107
2.3.3.3	Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo.....	109
2.3.3.4	Ley de Fomento de la Industria Turística	109
2.3.3.5	Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador....	109
2.3.4	Leyes del Sector Ambiental a nivel nacional.....	110
2.3.4.1	Ley de medio ambiente	110
2.3.5	Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.	110
2.3.6	Política Nacional de Turismo de El Salvador	111
2.3.6.1	Visión de la Política Nacional de Turismo.....	112
2.3.6.2	Misión de la Política Nacional de Turismo	112
2.3.6.3	Objetivos de la Política Nacional de Turismo	112
2.3.6.4	Ejes de la Política.....	113
2.3.7	Normas ISO.....	114
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	115
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	115
3.1.1	Investigación Exploratoria.....	115
3.1.2	Investigación Descriptiva	115
3.2	FUENTES DE INFORMACION.....	116
3.2.1	Fuentes Primarias	116
3.2.2	Fuentes Secundarias.....	116
3.3	POBLACIÓN Y DISEÑO DE LA MUESTRA	117
3.3.1	Población.....	117
3.3.2	Diseño de la muestra.....	117

	10
3.3.2.1	Método de muestreo 118
3.3.2.2	Tamaño de la Muestra 119
3.3.2.3	Distribución de la Muestra 123
3.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOPILAR INFORMACIÓN..... 124
3.4.1	Técnicas Cuantitativas..... 125
3.4.1.1	La Entrevista estructurada 125
3.4.1.2	Cuestionario..... 126
3.4.2	Técnicas Cualitativas..... 127
3.4.2.1	Observación simple..... 127
3.5	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN 127
3.6	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN 128
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS 129
4.1	Tabulación y análisis de los resultados dirigidos a los habitantes del municipio de Jucuarán. 129
4.2	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DIRIGIDOS A TURISTAS..... 170
4.3	GUIAS DE OBSERVACIÓN..... 198
4.3.1	Guía de Observación del mercado competidor. 198
4.3.2	Guía de Observación de las empresas del municipio de Jucuarán . 204
4.4	ENTREVISTA 215
4.4.1	Entrevista dirigida al alcalde municipal de Jucuarán. 215
4.5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 220
4.5.1.	Conclusiones. 220
4.5.2.	Recomendaciones. 222

5. CAPITULO V: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE JUCUARÁN, USULUTÁN, AÑO 2020.....	225
5.1. Resumen Ejecutivo	225
5.2. Diagnostico.....	226
5.2.1. Situación Actual.....	226
5.2.2. Análisis de Factores del Entorno	233
5.2.2.1. Análisis PESTEL.....	234
5.2.2.2. Análisis FODA.....	243
5.3. Propuesta	244
5.3.1.1. Misión	244
5.3.1.2. Visión	244
5.3.1.3. Valores.....	244
5.4. Objetivos Estratégicos de la Propuesta.....	245
5.4.1. Objetivo General.....	245
5.4.2. Objetivos Específicos	245
5.5. Metas de la Propuesta.	247
5.5.1. Meta General.....	247
5.5.2. Metas Específicas.	247
5.6. Estrategia Propuesta	248
5.6.1. Estrategia: Promoción turística	250
5.6.1.1. Táctica: Guía Turística del Municipio de Jucuarán	250
5.6.1.2. Tactica: Ruta Turística del Municipio de Jucuarán	260
5.6.1.3. Tactica: Formacion a emprendedores	264
5.6.2. Estrategia: Señalización Informativa Turística.	269
5.6.2.1. Acción	269

5.6.3.	Estrategia: Prevención Sanitaria.....	272
5.6.3.1.	Táctica: Manual General para la mitigación y prevención del COVID-19.....	272
5.6.3.2.	Táctica: Afiches informativos para la prevención del COVID-19	288
5.6.4.	Estrategia: Sensibilización Ambiental	293
5.6.4.1.	Táctica: Taller para la sensibilización ambiental.....	293
5.7.	Plan de Acción.....	301
5.8.	Cronograma de Ejecución del Plan.....	304
5.9.	Presupuesto de la Propuesta.....	306
5.10.	Seguimiento y Control del Plan de Acción.	307
6.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	311
	ANEXOS.....	315
	Anexo 1. Visita de Campo realizada en el mes de octubre	316
	Anexo 2. Entrevista realizada por los integrantes del Grupo de Tesis al Alcalde Municipal de Jucuarán.	318
	Anexo 3. Capturas de pantalla de las encuestas realizadas en línea para la recolección de datos, dirigido a los habitantes del municipio de Jucuarán y a los Turistas.....	319
	Anexo 4. Guía de observación en los Municipios catalogados como mercado Competidor.	321
	Anexo 5. Guía de observación a empresas del municipio de Jucuarán.....	322
	Anexo 6. Cuestionario Dirigido a habitantes del municipio de Jucuarán.	323
	Anexo 7. Cuestionario Dirigido a turistas.	330
	Anexo 8. Entrevista dirigida a alcalde municipal de Jucuarán.	335
	Anexo 9. Guías de Observación del mercado competidor	337

Anexo 10. Guías de Observación para empresas del municipio de Jucuarán....	
338	
Anexo 11. Cronograma de Actividades.....	339
Anexo 12. Presupuesto del Proyecto	340

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Proceso de Planeación Estratégica.....	57
Ilustración 2. Análisis FODA.....	60
Ilustración 3. Preguntas a las que responden el plan estratégico	61
Ilustración 4. Modelo del sistema turístico de Leiper	82
Ilustración 5. Modelo existencial para la sociedad industrial de Krippendorf.	85
Ilustración 6. Modelo de sistema turístico de Molina.	87
Ilustración 7. Modelo de sistema turístico de Beni.....	88
Ilustración 8. Delimitación de zonas turísticas.	90
Ilustración 9. Subdivisión de una zona turística en áreas.	91
Ilustración 10. Radio de influencia de un centro turístico.....	92
Ilustración 11. Estructura física de los complejos turísticos	92
Ilustración 12. Modelo de Planificación para el Desarrollo de Hernández Díaz. ...	93
Ilustración 13. Modelo para la Planificación Integral del Turismo de Molina.	94
Ilustración 14. Modelo de Planeación Turística de Kaiser y Helber.	97
Ilustración 15. Modelo de Planeación Económica del Turismo de Bote.....	98
Ilustración 16. Modelo de Planeación del turismo alternativo de Zamorano.	100
Ilustración 17. Modelo de Planificación turística nacional y regional de la OMT.	101
Ilustración 18. Modelo de Planificación estratégica de destinos turísticos OMT..	102
Ilustración 19. Ejes de la Política Nacional de Turismo.	113
Ilustración 20. Grafica de EDAD.....	130
Ilustración 21. Grafica de SEXO.....	131
Ilustración 22. Grafica de resultados a la pregunta N° 1.....	132
Ilustración 23. Grafica de resultados a la pregunta N°2.....	134
Ilustración 24. Grafica de resultados a la pregunta N°3.....	135
Ilustración 25. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°4	136
Ilustración 26. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°5	138
Ilustración 27. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°6	139
Ilustración 28. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°7	141
Ilustración 29. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°8	143
Ilustración 30. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°9	145

Ilustración 31. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°10	146
Ilustración 32. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°11	147
Ilustración 33. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°12	148
Ilustración 34. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°13	150
Ilustración 35. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°14	151
Ilustración 36. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°15	152
Ilustración 37. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°16	154
Ilustración 38. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°16	155
Ilustración 39. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°18	158
Ilustración 40. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°19	160
Ilustración 41. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°20	161
Ilustración 42. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°21	163
Ilustración 43. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°22	164
Ilustración 44. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°19	166
Ilustración 45. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°24	168
Ilustración 46. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°24	168
Ilustración 47 grafica de edad.	170
Ilustración 48 grafica de sexo.....	171
Ilustración 49: graficas de residencia de encuestados	172
Ilustración 50: Grafica de resultados a la pregunta N.º 1	173
Ilustración 51: Grafica de resultados a la pregunta N.º 2.....	175
Ilustración 52: Grafica de resultados a la pregunta N.º 3.....	176
Ilustración 53: Grafica de resultados a la pregunta N.º 4.....	177
Ilustración 54: Grafica de resultados a la pregunta N.º 5.....	178
Ilustración 55: Grafica de resultados a la pregunta N.º 6.....	179
Ilustración 56: Grafica de resultados a la pregunta N.º 7.....	180
Ilustración 57: Grafica de resultados a la pregunta N.º 8.....	181
Ilustración 58: Grafica de resultados a la pregunta N.º 9.....	182
Ilustración 59: Grafica de resultados a la pregunta N.º 10.....	183
Ilustración 60: Grafica de resultados a la pregunta N.º 11	185
Ilustración 61: Grafica de resultados a la pregunta N.º 12.....	186

Ilustración 62: Grafica de resultados a la pregunta N.º 13.....	187
Ilustración 63: Grafica de resultados a la pregunta N.º 14.....	188
Ilustración 64: Grafica de resultados a la pregunta N.º 15.....	189
Ilustración 65:Grafica de resultados a la pregunta N.º 16.....	191
Ilustración 66: Grafica de resultados a la pregunta N.º 17.....	192
Ilustración 67: Grafica de resultados a la pregunta N.º 18.....	193
Ilustración 68: Grafica de resultados a la pregunta N.º 19.....	195
Ilustración 69: Grafica de resultados a la pregunta N.º 20.....	197
Ilustración 70. Mapa del Municipio de Jucuarán, señalada vía de acceso al municipio.....	232
Ilustración 71 Infografía de señales de información de transito	271
Ilustración 72 Infografía de señales de información de transito	271
Ilustración 73 Afiche de prevención COVID-19 Mixto	289
Ilustración 74 Afiche de prevencion COVID-19 "Como desechar la mascarilla correctamente"	290
Ilustración 75 Afiche de prevención COVID-19 "¿Qué es?"	291
Ilustración 76 Afiche de Prevención COVID-19 "Consejos de prevención"	292
Ilustración 77 Manglares de la Reserva Natural Bahía de Jiquilisco.....	297

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elaboración Propia - Hoteles de El Salvador, 1969.	44
Tabla 2. Modelo para la Planificación Integral del Turismo de Molina y Rodríguez.	96
Tabla 3. Diferentes Instituciones Rectoras del Turismo en El Salvador.	103
Tabla 4. Muestra de Empresas del municipio de Jucuarán	121
Tabla 5. Muestra del mercado competidor departamental.....	123
Tabla 6. Tabla de resultados para EDAD	129
Tabla 7. Tabla de resultados para SEXO	131
Tabla 8. Resultados a la pregunta N°1	132
Tabla 9. Resultados a la pregunta N°2.....	133
Tabla 10. Resultados a la pregunta N°3.....	135
Tabla 11. Resultados a la pregunta N°4.....	136
Tabla 12. Resultados a la pregunta N°5.....	137
Tabla 13. Resultados obtenidos a la pregunta N°6	139
Tabla 14. Resultados obtenidos a la pregunta N°7	140
Tabla 15. Resultados obtenidos a la pregunta N°8	142
Tabla 16. Resultados obtenidos a la pregunta N°9	144
Tabla 17. Resultados obtenidos a la pregunta N°10	146
Tabla 18. Resultados obtenidos a la pregunta N°11	147
Tabla 19. Resultados obtenidos a la pregunta N°12	148
Tabla 20. Resultados obtenidos a la pregunta N°13	149
Tabla 21. Resultados obtenidos a la pregunta N°14	151
Tabla 22. Resultados obtenidos a la pregunta N°15	152
Tabla 23. Resultados obtenidos a la pregunta N°16	153
Tabla 24. Resultados obtenidos a la pregunta N°17	155
Tabla 25. Resultados obtenidos a la pregunta N°18	156
Tabla 26. Resultados obtenidos a la pregunta N°18 (Cuadro Resumen)	158

Tabla 27. Resultados obtenidos a la pregunta N°19	160
Tabla 28. Resultados obtenidos a la pregunta N°20	161
Tabla 29. Resultados obtenidos a la pregunta N°21	162
Tabla 30. Resultados obtenidos a la pregunta N°22	164
Tabla 31. Resultados obtenidos a la pregunta N°23	165
Tabla 32. Resultados obtenidos a la pregunta N°24	167
Tabla 33 Tabla de resultados para Edad.....	170
Tabla 34 Tabla de resultados para Sexo.....	171
Tabla 35: lugares donde residen los encuestados	172
Tabla 36: resultado a la pregunta N.º 1	173
Tabla 37 resultado a la pregunta N.º 2.	175
Tabla 38: resultado a la pregunta N.º 3	176
Tabla 39: resultado a la pregunta N.º 4	177
Tabla 40: resultado a la pregunta N.º 5	178
Tabla 41: resultado a la pregunta N.º 6.....	179
Tabla 42: resultado a la pregunta N.º 7	180
Tabla 43: resultado a la pregunta N.º 8	181
Tabla 44: resultado a la pregunta N.º 9.....	182
Tabla 45: resultado a la pregunta N.º 10	183
Tabla 46: resultado a la pregunta N.º 11	185
Tabla 47: resultado a la pregunta N.º 12	186
Tabla 48: resultado a la pregunta N.º 13	187
Tabla 49: resultado a la pregunta N.º 14	188
Tabla 50: resultado a la pregunta N.º 15	189
Tabla 51: resultado a la pregunta N.º 16	191
Tabla 52: resultado a la pregunta N.º 17	192
Tabla 53: resultado a la pregunta N.º 18	193
Tabla 54: resultado a la pregunta N.º 19	195
Tabla 55: resultado a la pregunta N.º 20	197
Tabla 56. Guia de Observación del Municipio "Puerto El Triunfo"	198
Tabla 57. Guía de Observación del Municipio "Alegría"	200

Tabla 58. Guía de Observación del Municipio "Berlín"	202
Tabla 59. Guía de observación de la empresa Café Torogoz.....	204
Tabla 60. Guía de observación de la empresa Eco Hostal Doña Consuelo.....	205
Tabla 61. Guía de observación de la empresa Manglares Bahía Resort.....	206
Tabla 62. Guía de observación de la empresa Pollo Campestre	207
Tabla 63. Guía de observación de la empresa Blue Light Discotec.....	208
Tabla 64. Guía de observación de la empresa La Campiña	209
Tabla 65. Guía de observación de la empresa La Piscina.....	210
Tabla 66. Guía de observación de la empresa Hotel Delfín Dorado	211
Tabla 67. Guía de observación de la empresa Hotel Los Mangos.....	212
Tabla 68. Guía de observación de la empresa Millenium Supermarket.....	213
Tabla 69. Guía de observación de la empresa Tienda Rodríguez	214
Tabla 70 Análisis FODA	243
Tabla 71. Estrategias propuestas.....	248
Tabla 72 Presupuesto sobre la implementación y distribución de una guía turística del municipio de Jucuarán.....	259
Tabla 73 Ruta turística propuesta para el Municipio de Jucuarán	261
Tabla 74 Presupuesto sobre la promoción de rutas turísticas del municipio de Jucuarán - mensual.....	264
Tabla 75 Cuadro Resumen de taller: "Formación de Emprendedores" - Mensual	267
Tabla 76 Presupuesto Asociado a la realización del taller "Formación para Emprendedores" - Mensual.....	268
Tabla 77 Presupuesto sobre la implementación y distribución del manual de mitigación y prevención COVID-19 - Mensual	288
Tabla 78 Presupuesto sobre la implementación y distribución de afiches prevención COVID-19 - Mensual.....	293
Tabla 79 Cuadro Resumen de taller: "Sensibilización Ambiental"	299
Tabla 80 Presupuesto Asociado a la realizacion del taller "Sensibilizacion ambiental" - Mensual	300

Tabla 81 Plan de Accion de las estrategias propuestas de la Planeación Estrategica para mejorar el desarrollo turistico del Municipio de Jucuarán 2020	301
Tabla 82 Cronograma de Actividades de la Comisión de Turismo de Alcaldía Municipal de Jucuarán 2021	304
Tabla 83 Presupuesto en base a las tácticas derivadas de las estrategias propuestas 2021 asibahia.....	306
Tabla 84 Seguimiento y Control del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Municipio de Jucuarán.	307
Tabla 85. Cronograma de actividades.....	339
Tabla 86. Presupuesto financiero de recursos y necesidades.....	340

RESUMEN

Los autores presentan estrategias que contribuyen al desarrollo turístico del municipio de Jucuarán, Usulután, estos resultados investigados proporcionan datos sobre el turismo de playa y montaña en las diferentes zonas del municipio, y sobre como estos pueden incrementar la oferta turística a través de nuevas oportunidades para los habitantes, turistas nacionales y extranjeros; a lo que los autores proponen estrategias para explotar el potencial turístico del municipio como guías turísticas acompañadas de rutas, señalización turística, manuales de prevención, capacitaciones sobre sensibilización ambiental y formación de emprendedores; también se aborda un plan de acción a 3 años, junto con un presupuesto generalizado de los costos y gastos que se incurren en la realización del proyecto, además se incluyen parámetros del seguimiento y control de las estrategias propuestas para que exista una retroalimentación conforme se apliquen las estrategias y se evalúen los resultados obtenidos. La ejecución del proyecto está destinada a la alcaldía municipal de Jucuarán para que su desarrollo sea en conjunto a las comunidades que gozan de un potencial turístico identificado.

Palabras Clave: *Turismo, desarrollo turístico, Jucuarán, estrategias, plan de acción, oferta turística, potencial turístico.*

ABSTRACT

The authors present strategies that contribute to the tourist development of the municipality of Jucuarán, Usulután, these investigated results provide data on beach and mountain tourism in the different areas of the municipality, and on how these can increase the tourist offer through new opportunities for the inhabitants, national and foreign tourists; to which the authors propose strategies to exploit the tourist potential of the municipality such as tourist guides accompanied by routes, tourist signs, prevention manuals, training on environmental awareness and training of entrepreneurs; A 3-year action plan is also addressed, along with a generalized budget of the costs and expenses incurred in carrying out the project, as well as parameters for monitoring and controlling the proposed strategies so that there is feedback as they are applied. strategies and the results obtained are evaluated. The execution of the project is destined to the municipal mayor of Jucuarán so that its development is jointly with the communities that enjoy an identified tourism potential.

Keys Words: Tourism, tourism development, Jucuarán, strategies, action plan, touristic offer, tourism potential.

INTRODUCCIÓN

El Salvador posee de una riqueza histórica, cultural y cuenta con una variedad de sitios turísticos, de tal forma que el turismo en el país cuenta mayor desenvolvimiento, hace una década atrás los gobiernos le apostaron más al sector turismo, buscando alternativas de desarrollo local y nacional, mediante el Plan de Turismo e identificando los municipios con dicho potencial, planteando alternativas sostenibles.

Jucuarán es un municipio que reúne características enriquecedoras en materia de turismo, tiene el potencial suficiente como playas, montañas, clima cálido y fresco, una reserva natural extraordinaria, además cuenta con una gran extensión territorial que da lugar a la producción, cultura, religión y gastronomía, es por ello, que el presente trabajo de investigación titulado “Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Municipio de Jucuarán, Usulután, Año 2020” tiene como propósito proporcionar a la Unidad de Turismo de la Municipalidad de Jucuarán alternativas que permitan contribuir a fomentar e impulsar el desarrollo turístico sostenible en el municipio.

Mediante los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera brindamos con disponibilidad y responsabilidad contribuir con el desarrollo social y económico a través de esta investigación, abordando todo lo necesario y requerido para que sea una herramienta eficaz a utilizar e implementar.

Seguidamente se plantea el capítulo uno, el cual consiste en el Planteamiento del Problema, que está conformado por los antecedentes de la investigación, situación problemática del municipio, enunciado del problema, delimitación de la investigación que se proyecta en tiempo, en espacio y en la teoría a utilizar, este capítulo también contiene justificación del estudio, objetivos de la investigación e hipótesis.

En el capítulo dos, que está conformado por el Marco Referencial, en el cual se aborda el marco histórico haciendo una globalización desde la perspectiva del turismo a nivel mundial hasta el municipal, después continua el marco teórico, haciendo uso de todas las fuentes teóricas relacionadas a turismos y por último el marco normativo, donde se dan a conocer las entidades reguladoras y las leyes que están relacionadas en materia de turismo.

El tercer capítulo es la metodología de la investigación, donde se plantea el método utilizado en la investigación, las fuentes de información, la población y diseño de la muestra, de igual forma se da a conocer las técnicas e instrumentos implementados para recopilar información.

Seguidamente, en el capítulo cuatro que se titula análisis e interpretación de los resultados, se procesó toda la información obtenida a través de los diferentes instrumentos, posterior se plantean las conclusiones y recomendaciones.

Por último, en el capítulo cinco se determina la propuesta, plan estratégico para mejorar el desarrollo turístico de Jucuarán, contiene un diagnostico basado en la situación actual y otros elementos del entorno externo e interno del municipio. Propuesta conformada por su respectiva misión, visión, objetivos del plan y las diferentes estrategias que permitirán lograr los antes planteado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Las investigaciones en materia de turismo han sido de contribución para el desarrollo local, municipal, departamental y nacional; creando una imagen enriquecedora y generando atracción turística para connacionales y extranjeros.

Tomando de referencia algunos comentarios. (Alfaro Cazares, Díaz Martínez, & Sánchez, 2010) En la zona oriental, los sitios turísticos de montaña que más demanda presentan son, en primer lugar, Perquín municipio ubicado en la zona norte de Morazán que por sus características similares a la de Berlín se convierten en un lugar atractivo para ser visitado, además de que ya se posee con una ruta turística definida; en segundo lugar, se encuentra el municipio de Alegría ubicado en el departamento de Usulután, que posee atractivos como la laguna, considerada la esmeralda de América, aparte de eso, conserva grandes extensiones de cafetales y un clima muy bueno; y por último, está Conchagua situado en la Unión, el cual cuenta con atractivos tales como el volcán, sus costumbres y tradiciones y el clima.

Lo que plantean los autores en el párrafo anterior se asemeja a cierta parte del potencial que tiene el municipio de Jucuarán, ya que cuenta con bastante área boscosa que es parte de la reserva natural que posee, por lo tanto, se considera que la implementación del Plan Estratégico permitirá posicionar a Jucuarán como un lugar de la zona oriental con mayor atracción turística de montaña.

(Alfaro Cazares, Díaz Martínez, & Sánchez, 2010) El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador; en ese sentido, se deben monitorear los movimientos o proyectos que se piensan ejecutar

en el futuro para atraer a más turistas; de hecho, el Ministerio de Turismo (MITUR) tiene dentro de sus planes la implementación de una ruta turística que comprende todos los municipios de la Cordillera Tecapán hasta llegar a la Bahía de Jiquilisco, lo cual le permitiría a Berlín aumentar su participación en el mercado turístico de la zona oriental.

Respecto al texto citado, es claro que el turismo es parte de la economía en nuestro país, desde local a nivel nacional, por ello, es necesario que el Ministerio de Turismo y de más entidades descentralicen los proyectos e inversiones en los Municipios como Jucuarán.

(Alemán Bonilla & Martínez Medrano, 2008) Un caso particular es el municipio de La Palma, perteneciente al departamento de Chalatenango, el cual está dotado de recursos y que, por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tiene gran potencial de desarrollo turístico, cuyo aprovechamiento contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Tomando de referencia el argumento anterior, nos refleja la necesidad que existe en dar a conocer el potencial turístico, cultural, gastronómico e histórico que tiene Jucuarán, un municipio que reúne las características principales que buscan los turistas, pero desconocen del contenido de dicho municipio, a la vez se vuelve vital mejorar las condiciones y el aspecto de los lugares turísticos, retomar e impulsar lo antes mencionado será fructífero para el desarrollo turístico y económico de Jucuarán.

1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

El turismo en Centroamérica se ha convertido en un sector de importancia para la economía sostenible de los países que forman parte del istmo, debido a la gran demanda de turistas que, adquirido en esta última década, lo cual conlleva a un gran avance en la industria y ha contado con inversiones (infraestructuras, alojamiento, transporte, restaurantes, gastronomía, etc.) bastantes notables que impulsan el desarrollo.

En El Salvador, el turismo forma parte de la economía salvadoreña en gran parte por los atractivos turísticos que atraen a visitantes nacionales y extranjeros, el número de visitas han crecido en los últimos años a nivel nacional; dentro de los atractivos turísticos tenemos playa, lagos, lagunas, ríos, montañas, volcanes, valles, monumentos históricos, ciudades, pueblos vivos, reservas naturales, sitios arqueológicos, climas y gastronomía.

Usulután, es un departamento ubicado en la zona oriental de El Salvador, reconocido históricamente por ser el granero nacional, además de contar con atractivos turísticos como la Bahía de Jiquilisco que es la más extensa y que tiene la mayor reserva natural de bosque salados y que tiene La Playa El Espino que es considerada la más amplia; también podemos mencionar otros sitios de interés mas al norte del departamento, como Alegría, Berlín, Santiago de María, municipios productores de café y que poseen de un buen clima debido a los cerros y montañas en los cuales están asentados.

Históricamente Jucuarán es un municipio del departamento de Usulután, caracterizado por tener una riqueza natural e histórica. Donde la naturaleza es llamativa por sus grandes montañas, cerros y sus diferentes tipos de playas, las

cuales son de arenas grises y grandes olas, rodeadas por grandes formaciones rocosas y bosques de manglares.

Además, Jucuarán cuenta con varios convenios de cooperación extranjera que ha tenido importantes proyectos; como la planta de tratamiento de aguas residuales, transporte escolar gratuito, programas de fomento a la agricultura, vivienda digna, entre otros que ha generado un gran beneficio a la población del municipio.

Actualmente, el municipio de Jucuarán está clasificada por el Ministerio de Turismo (MITUR) para participar en su proyecto de pueblos vivos. Esto le generaría una de las oportunidades para hacer crecer el turismo en la zona ya que su apuesta a dicho sector no ha tenido un buen rendimiento.

En cierto modo, Jucuarán ha tenido un avance en el sector agrícola se han realizado programas en las comunidades, como entrega de capital semilla, mejoramiento en el acceso vial de los caminos agrícolas , creación de huertos caseros, y el sector educación se han impulsado programas de becas y transporte escolar, de igual manera han surgido avances en salud, comercio y seguridad, puesto que ha repercutido en los beneficios para la población, sin embargo, la municipalidad, está atravesando dificultades con el sector turismo, debido al descuido de los lugares de atractivo turístico y a la falta de inversión por parte de la municipalidad de dicho sector. Ya que los proyectos que se han realizados son en función a la población.

Otro problema que aqueja la población es sobre la señalización de los lugares turísticos, esto genera que no haya una información de primera vista sobre los lugares que otorga este municipio, lo cual hace que determinados turistas no

conozcan el potencial que hay en Jucuarán o tenga una idea que pueda generarle a la persona para decidir hacer turismo en la zona.

En cuanto a los turistas que visitan el municipio, llegan a los lugares y como no encuentran depósitos de basura, la tiran y esto ocasiona que la basura se junte haciendo un mal aspecto para las personas que habitan como para el turista, de igual forma ocasionan a que el suelo se deterioró de los paisajes.

Por otra parte, no existe una variedad de alojamiento, restaurantes, miradores, lugares de campo, estos son contadas las que existen tanto en los sectores de las playas, como las de la cabecera de Jucuarán, a pesar de que el municipio sea una de las mejores opciones para que el turista tenga variedad de sitios turísticos.

Otro de los problemas que sean presentado recientemente en el municipio en la pandemia por COVID-19, que ha venido afectar a todos los sectores de la población como salud, educación, comercio, agricultura y especialmente al turismo, ya que ha sido uno de los más golpeados por la paralización de las actividades recreativas.

En resumen, se decidió hacer una investigación con el fin de reactivar el turismo del municipio de Jucuarán, ya que posee una abundante naturaleza que no ha sido aún explotada y hacerla atractivo al turista, zonas seguras, lugares accesibles y asimismo el municipio generaría proyecto que lo posicionaran como uno de las más atrayentes del país.

1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿En qué medida un plan estratégico mejorara el desarrollo turístico en el municipio de Jucuarán, Usulután?

¿En qué medidas las estrategias han contribuido al desarrollo turístico en el municipio de Jucuarán, Usulután?

1.4 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Delimitación Temporal

La investigación se está desarrollando en un periodo comprendido del 01 marzo de 2020 al 30 de noviembre del 2020

1.4.2 Delimitación Espacial

El área geográfica en que se desarrollara la investigación se ubica en la zona oriental de El Salvador, departamento de Usulután, municipio de Jucuarán, con énfasis especial en lugares de mayor afluencia de turistas, así como potenciales lugares turísticos indicados por la municipalidad o guías del lugar.

1.4.3 Delimitación Teórica

La información será obtenida de revistas, guías turísticas, cuestionarios, entrevistas a personas de interés, tesis relacionadas al tema en estudio, libros referentes a administración turística, planeación turística y mercadotecnia en el turismo; de la misma manera se obtendrá información de otras fuentes que serán necesarias para la obtención relevante de la información en cuestión.

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.

El Turismo es una de las mayores actividades económicas que realiza el ser humano a nivel nacional o internacional, que la mayoría de la población la practica con motivos de ocio, recreación y comercio; Centro América se ha convertido en destino turístico para muchos turistas extranjeros y locales, creando una riqueza o ingreso en los países de esta región, entre ellos tenemos a El Salvador, que cerca del 7% del PIB es gracias al turismo que se produce en el territorio a nivel nacional, dato reflejado por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), a nivel país encontramos que la zona oriental se está convirtiendo lentamente en un polo de desarrollo turístico y económico, por su extenso territorio en las zonas montañosas y en la franja costera marina del Océano pacífico, el que más resalta en este anunciado sería el departamento Usulután.

Jucuarán cuenta con una reseña histórica y una reserva natural entre olas y montañas (fauna y flora), siendo el segundo Municipio con mayor extensión demográfica del departamento de Usulután, pero no cuenta con suficiente explotación turística, ni con un plan de inversión a este sector, debido a esto surge la necesidad de realizar esta investigación, con el propósito de brindar alternativas que contribuyan al desarrollo comunal y municipal.

Se ha seleccionado este municipio por las riquezas naturales que tiene y por la falta de cuidado y promoción a estas, la investigación será de beneficio para el municipio ya que es una oportunidad a implementar mediante proyectos futuros que puedan ser sustentables e impulsados por el gobierno municipal e instituciones nacionales como el Ministerio de Turismo (MITUR), entre otras, junto a las comunidades que son focos turísticos, lo cual permitirá fomentar el turismo de una forma colectiva y a la vez contribuir al desarrollo económico.

Para los comercios locales la investigación se vuelve fundamental ya que conlleva una visión progresista, ofertando mejor comercialización de los productos y servicios y así captar puntos de inversión potenciales que ayuden al crecimiento económico de sus familias y a la generación de empleo (local).

La investigación es considerada novedosa por que incluye problemas recientes que se han manifestado en el municipio de Jucuarán, como son la pandemia COVID-19, la falta de promoción turística ordenada y planificada, la falta de motivación y formación a emprendedores, así como a la concientización ambiental del territorio.

Mediante este tipo de investigaciones se refleja el compromiso que tiene la Universidad de El Salvador, Facultad Multidisciplinaria Oriental, en beneficiar a diferentes sectores y población, con el objetivo de dar alternativas de solución a las diferentes problemáticas.

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.6.1 Objetivo General

Diseñar un plan estratégico que permita desarrollar el turismo en el Municipio de Jucuarán, Departamento de Usulután.

1.6.2 Objetivos específicos.

- Realizar un análisis de la situación actual del Municipio de Jucuarán que permita impulsar los atractivos turísticos.
- Proponer medidas sanitarias y de bioseguridad en las unidades turísticas que regulen la contaminación ambiental y la prevención de enfermedades
- Formular mecanismos a base de estrategias mercadológicas para organizar y fortalecer las capacidades técnicas de las iniciativas turísticas locales.

1.7 HIPÓTESIS

1.7.1 Hipótesis General

- El plan estratégico genera desarrollo turístico para en el Municipio de Jucuarán.

1.7.2 Hipótesis específicas.

- Los resultados obtenidos de la situación actual del Municipio de Jucuarán son elementos que contribuyen para impulsar los atractivos turísticos.
- Las medidas sanitarias y sanitización de las unidades turísticas disminuirán la contaminación ambiental y la prevención de enfermedades.
- Las iniciativas turísticas locales no cuentan con estrategias mercadológicas que fortalezcan sus capacidades técnicas.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO HISTÓRICO.

2.1.1 Reseña Histórica de la Planeación estratégica.

Según (Morato, 2012) La planeación estratégica en la época antigua surge gracias a Sun Tzu, uno de los estrategas más antiguos que ha influido en los conceptos de militares, este pensador no conocía el concepto de la estrategia, pero sí de la ofensiva militar definida como la capacidad que tiene el general para sacar provecho de las circunstancias del entorno a través de sus habilidades sin la aplicación de procedimientos determinados.

Algunos personajes esenciales como Aníbal quien tenía como propósito la conquista de Roma, realizó una serie de procesos y actividades como el análisis del medio ambiente y como emplear adecuadamente los medios para la implementación de métodos y proyectos para el logro de los objetivos. Baidaba y Nicolás Maquiavelo quienes planteaban el aprovechamiento de las oportunidades, así como el análisis de los hechos anteriores, las causales de su éxito y fracaso, evitando las amenazas o situaciones perjudiciales y la necesidad de la planeación para un buen gobierno (Morato, 2012).

El concepto de planeación estratégica también se llevó a cabo en Grecia cuando Sócrates comparaba la actividad de un empresario con las de un general afirmando que en toda misión o actividad quienes la ejecutan deben realizar un plan de acción determinado y emplear los recursos adecuadamente para lograr sus objetivos (Morato, 2012).

Von Neuman y Morgenstern fueron los primeros autores que enfocaron la planeación estratégica a los negocios planteando el concepto de la realización de actos por parte de las empresas en base a una situación determinada. Peter Drucker en 1954, define la estrategia como la capacidad de los gerentes para analizar la situación actual de las unidades empresariales y su capacidad e idoneidad para someterlas al cambio, conociendo los recursos que esta posee al igual aquellos que esta requiere para su óptimo desempeño (Morato, 2012).

Después de la segunda guerra mundial (1962) Alfred D. Chandler teniendo en cuenta las enseñanzas empresariales y el comportamiento de importantes compañías tales como General Motors, Sears, Chevron Co. y DuPont quien definió la planeación estratégica como los parámetros a desarrollar y la óptima utilización de los recursos para el logro de los objetivos organizacionales. En 1978, Charles H. Hofer plantearon la administración estratégica definiéndola como un proceso integrado por un análisis en el cual se definen las metas y se establecen las estrategias y una implementación del plan estratégico basada en el control y la ejecución de éste (Morato, 2012).

La estrategia uno de los ítems esenciales para la ejecución de la planeación, es definida por Henry Mintzberg (1992) como una acción deliberada que puede ser desarrollada como un plan de acción, maniobra, patrón, posición y/o perspectiva (Morato, 2012).

En conclusión, con el paso del tiempo el concepto de planeación estratégica ha sido reestructurado debido a los constantes cambios del mundo producidos en parte por la globalización y el flujo constante de la información, por tal razón se ha definido actualmente como el proceso que permite a los directivos o las personas encargadas de la toma de decisiones en la unidad empresarial el procesamiento y

análisis de la información para que las empresas logren altos niveles de competitividad y desarrollo (Morato, 2012).

2.1.2 Reseña histórica del turismo en el mundo.

El impulso que tuvieron los viajes de la humanidad a través de la historia no surgió repentinamente, sino que siguió un largo proceso que se remonta a la más remota antigüedad, en el que se podrían señalar innumerables hechos que, de alguna manera, contribuyeron al desarrollo del turismo (universidad de america latina, 2008).

El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando hablamos de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas. “Entre los datos más remotos de la antigüedad clásica, destaca la figura de Heródoto, quien viajó por el mundo conocido de la época, observando y relatando todo aquello que veía” (universidad de america latina, 2008)

En la edad antigua La Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los famosos juegos olímpicos antiguos en la ciudad de Olimpia.

Durante el Imperio romano; los romanos frecuentaban varios tipos de lugares como las aguas termales (termas de Caracalla), “eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar” (flors, 2018).

Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre. (bídem)

En la edad media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Guerra de la "Cruzadas", de igual manera En esta época surge un tipo de viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas. (anónimo, 2008) afirma:

“El turismo religioso tuvo un gran auge a partir de esa época, al instituirse los Jubileos de Roma, ya que trajeron a múltiples peregrinaciones provenientes de todo el mundo cristiano de aquella época, para visitar el sepulcro de San Pedro; estas peregrinaciones dieron origen a los vocablos [romería] que significa viaje o peregrinación, y “romero”, o peregrino que participa en la romería.”

Para esta época se capitula la figura celebre de un incansable viajero veneciano, Marco Polo (1254-1323), por la importancia que tuvieron sus viajes al oriente para el turismo. (Santos & Díaz, 2017) comenta que:

“El padre de Marco Polo de nombre Nicolás hizo el primer viaje de Venecia a la China (Catay) regresando cargado de pieles, esencias, especias, etc. para retornar veinte años después en su segundo viaje con su hijo quien gozó de la confianza del Emperador Kublalinkan. A su regreso Marco Polo fue hecho prisionero, por inmiscuirse en la Guerra de Venecia con Génova y en la cárcel contó a su compañero de celda sus aventuras. Allí escribió los célebres " Viajes de Marco Polo

" relatos que influyeron en su libertad. Este es el primer libro sobre turismo del cual se tiene noticia en el mundo. (p. 15)"

Pasando la edad moderna, a finales del siglo XVII surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour. "los jóvenes aristócratas partían durante uno o dos años a recorrer toda Europa occidental, teniendo a Roma como destino último. El distinguirse era el móvil esencial del Tour, más que el valor pedagógico atribuido a los viajes". (Boyer, 2002, p. 14)

La llegada del siglo XVIII el pensamiento lógico e ilustrativo conviven con el romanticismo que, expresándose en el arte y las letras, despertó en la sociedad el culto a la naturaleza. "Los románticos redescubrieron la naturaleza como una forma de escapar del mecanicismo que se insinuaba en una sociedad ominada por el absolutismo ilustrado". (universidad de américa latina, 2008, p.17)

Las gentes no encontraron mejor forma de acercarse a la naturaleza que salir de la ciudad y en sus cercanías elegir un paisaje agradable para pasar un día de campo sin necesidad de poseer una casa de campo. La comida podía hacerse en cualquier parte, bajo un árbol, disponiendo sin mayor preocupación los alimentos ligeros sobre una manta tendida sobre el césped: buscando salir de la rutina urbana, en el siglo XVIII se inventó el picnic.

A principios del XIX siempre en el contexto romántico, los baños de mar se ponen de moda entre toda la aristocracia y las gentes del arte y la cultura. Los trenes, reciente y novedoso medio de comunicación, facilitan el acceso de estos proto turistas a las zonas de costa, especialmente del Mediterráneo. En este período podríamos afirmar que aparecen los primeros sea-side resorts de la historia turística.

(Cortada, 2006) asevera que:

“A lo largo del siglo XIX se va acentuando, además, la visión de la naturaleza lejana y del arte foráneo como atractivo motivador de los viajes, todavía reducidos al ámbito de las clases sociales más poderosas. Las tendencias conservacionistas se plasman ya en realidades concretas, como la declaración en 1877 del primer parque nacional (Yellowstone, Estados Unidos). (p. 30)”

El turismo continúa con las mismas inercias decimonónicas en los primeros años del siglo XX. El ferrocarril, el barco son los principales medios de transporte, aunque se fabrican en serie de autobús y carros. Las actividades de playa y balnearismo desarrolladas continúan siendo desarrolladas principalmente por las clases acomodadas.

(Jose, 2014) comenta que:

“El último año del siglo XX fue el de mayor crecimiento del turismo a nivel internacional, se alcanza el record de llegadas de turistas en países receptores, lo que significa la consolidación definitiva de este sector en la economía. Sin embargo, esas fantásticas cifras quedaron dinamitadas por un hecho luctuoso: el atentado del 11 de septiembre de 2001 afecta al turismo mundial que cae en cuanto al número de visitantes.”

2.1.3 Evolución histórica de turismo en El Salvador.

2.1.3.1 Década de los 60

Se considera los años 60 como el punto de partida al análisis, porque es, en su momento, cuando el turismo se organizó de una manera más sistemática, y cuando se crearon las instancias oficiales para su promoción.

En 1961 se creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental gestora del turismo. Las principales atribuciones con las que se creó fueron las siguientes:

- Elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo de la industria turística.
- Las regulaciones de las empresas turísticas.
- El manejo del patrimonio turístico.
- La presentación de informes regulares sobre el comportamiento del sector.

(Moreno, Segura, & Inman, 1998) comentan lo siguiente:

“Sus principales atribuciones eran la elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo del sector, la regulación de empresas turísticas, el manejo del patrimonio y la presentación de informes regulares sobre la evolución del sector. El monitoreo del sector se facilitó desde 1968, cuando el ISTU comenzó a publicar boletines estadísticos detallados sobre el flujo de turistas hacia El Salvador. (p. 15)”

Con esta iniciativa se había dado el primer paso para el desarrollo del turismo como una actividad económica.

Dentro del marco de fomento del desarrollo económico nacional, en octubre de 1966, se crea el Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva, como una modalidad de financiamiento estatal destinado a promover en condiciones especiales, rubros importantes para propiciar el despegue del desarrollo económico y social del país. Se establecieron fondos y condiciones de excepción para la agricultura, la industria, las actividades de exportación. El propósito de las líneas de financiamiento era fomentar el turismo receptivo en lo referente a la construcción de hoteles y moteles de primera clase, así como otros establecimientos destinados a finalidades similares.

(Ibarra, 2011) afirma lo siguiente: se otorgaba financiamiento a la adquisición de activos por parte de empresas dedicadas a la prestación de servicios conexos, siempre y cuando se garantizaran la calidad de los servicios prestados. Los recursos financieros del Fondo de Desarrollo Económico se destinarían al financiamiento de mediano y largo plazo, para los destinos siguientes:

- A) construcción y/o ampliación de hoteles, restaurantes, así como establecimientos que ofrezcan comidas típicas, incluyendo remodelaciones destinadas al mismo fin y
- B) construcciones relacionadas con el desarrollo de sitios recreativos, de parte de empresas organizadas, para ofrecer otros servicios exclusivamente al turismo receptivo. (p. 107)

(Publicación del Diario Oficial del 3 de noviembre de 1966.) afirma que “Los proyectos y los créditos serían canalizados a través de los bancos comerciales, el Banco Hipotecario, el Banco Nacional de Fomento Industrial, el Fondo de Financiamiento de la pequeña empresa (FIGAPE) y el Banco de Desarrollo e Inversión, S.A.”

(Ibarra, 2011) asevera que:

“Para 1967, se emitió la Ley de Fomento de la Industria Turística. El propósito de la Ley de Fomento de la Industria Turística era dotar de incentivos fiscales a los empresarios que se acogieran al sistema; en tal sentido ofrecía franquicia aduanera para la importación de materiales para la construcción; franquicia aduanera para la importación de equipos, maquinarias, herramientas, repuestos y accesorios, mobiliario, etc., requeridos para el servicio de la empresa; exención total de impuestos fiscales y municipales sobre el establecimiento y la explotación de las empresas, durante los primeros cinco años; exención de impuestos fiscales y municipales sobre el capital invertido en la empresa durante los primeros cinco años; exención o reducción del impuesto sobre la renta aplicable a la empresa durante diez años. (p. 107-108)”

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

No obstante, el impacto de estas políticas no parece haber sido muy significativo. Según (Ibarra, 2011) para “1969 existían únicamente 320 habitaciones disponibles distribuidas en tres hoteles, así:

Tabla 1. Elaboración Propia - Hoteles de El Salvador, 1969.

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

Fuente: Elaboración propia, recuperado de Ibarra, inicio del turismo en El Salvador (p.109)

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

2.1.3.2 Década de los 70.

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

Dos factores impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera: primero, la motivación de la iniciativa privada al identificar la rentabilidad de este tipo de inversiones; segundo, los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas al sector.

(Ibarra, 2011) asevera que:

“En los inicios de la década, el turismo no se perfilaba como una opción viable de desarrollo, sin embargo, el sector privado se atreve a construir cuatro nuevos hoteles en San Salvador: el Camino Real, el Ritz, el Alameda y el Terraza. Parece ser que estas iniciativas tenían como apoyo, algunas expectativas sobre los beneficios que podían resultar de estos negocios y, por otra parte, los no menos considerables incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgados a esta clase de proyectos. (p.109)”

Con la llegada al poder del coronel Arturo Armando Molina, en 1973, se implantó un estilo de gobierno planificador con argumentos sistemáticos para la priorización de ciertos sectores de la economía. Es en esta época cuando el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, lo cual conllevó el despegue de la actividad.

(Ibarra, 2011) Ratifica que:

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

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

En primer lugar, comprendió la necesidad de organizar la institución con un menor sentido burocrático y con una mayor capacidad de respuesta para enfrentar las tareas que le eran propias, en el campo internacional. De esta forma, se había acudido a establecer vínculos con la Organización de Estados Americanos (OEA), en el área de turismo, lo que dio paso a un programa de inversiones públicas, administrado conjuntamente con el Ministerio de Planificación.

El punto central de la política de la administración Freund, era convertir a El Salvador en un destino turístico internacional, especialmente por las divisas internacionales que se generarían al incrementarse los flujos de turistas extranjeros. La opción de desarrollar el turismo partiendo de la venta de los recursos de sol y mar seguía teniendo viabilidad. Es así como uno de los proyectos más relevantes fue el Estudio de la Costa de El Salvador, contratándose para ello a una firma norteamericana especializada, Robert R. Nathan, Associates.

El estudio se hizo y con base en el mismo, se determinaron algunos lugares de la costa salvadoreña para planear un “polo de desarrollo turístico”, al estilo de Cancún e Isla Mujeres, en México. Se definieron tres lugares con mayores posibilidades: las playas del Tamarindo, en el departamento de La Unión; las playas de Costa del Sol y la Bahía de Jiquilisco y las playas de Garita Palmera, en la frontera pacífica con Guatemala.

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

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

Este trabajo se hizo en la Gerencia de Planificación del ISTU, con la dirección y participación de recursos humanos nacionales, que estaban siendo preparados por estas dos visionarias administraciones para gerenciar el fenómeno turístico en el país. (p. 110-113)

(Moreno, Segura, & Inman, 1998) afirma que:

“En 1979, fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desembocó en el estallido de la guerra un año después. En ese periodo aumentaron

las desapariciones y asesinatos y algunos hombres de negocios fueron secuestrados por las organizaciones militares de izquierda (tal fue el caso del presidente del ISTU, don Roberto Poma). La prensa internacional difundió la imagen de beligerancia y el país fue declarado como peligroso para los turistas. Es así como la afluencia de viajeros se redujo a los niveles de siete años atrás; en 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años. (p. 17)”

2.1.3.3 El turismo durante el conflicto armado (1980-1992)

La violencia borró del mapa turístico internacional a El Salvador. En el mercado estadounidense, por ejemplo, además de las advertencias para no acudir al país, las solicitudes de visa de ingreso eran sometidas a estrictas investigaciones para impedir el ingreso de simpatizantes de los movimientos de izquierda.

De esta forma, las posibilidades de desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructura turística quedó estancada. Los únicos visitantes extranjeros estaban ligados con el conflicto armado: asesores militares, personas afines a tendencias izquierdistas, funcionarios de organismos internacionales, periodistas o curiosos acerca de la situación de la guerra.

La industria hotelera, en particular, fue afectada en los primeros años del conflicto armado, pero posteriormente su situación mejoró, mostrando niveles aceptables de ocupación a causa de la escasez de habitaciones que había en la capital para albergar a las personas mencionadas. Un caso especial fue el del Hotel Camino Real, el cual estaba considerado como el hotel más seguro, y que se benefició enormemente al ser escogido por la prensa internacional como su base de operaciones. Los establecimientos que salieron más perjudicados fueron los situados en la costa, por su orientación al turismo recreacional.

2.1.4 La paz en El Salvador y el sector turismo

(Moreno, Segura, & Inman, 1998) comenta que:

“Los acuerdos de paz entre el gobierno y las fuerzas de oposición (aglutinadas en el FMLN), fueron firmados en enero de 1992. Numerosos observadores internacionales ingresaron al país para presenciar este importante acontecimiento. El “boom” de visitantes fue de tal magnitud y las expectativas acerca de las posibilidades futuras de El Salvador tan optimistas que de nuevo se abrieron las puertas de la esperanza para el sector turismo. (p.18)”

Ramírez (2008), citada por (Cazeres, Martinez, & Sánchez, 2010) señala que:

“En el año 2004, se constituye el Ministerio de Turismo, que incorpora al ISTU y CORSATUR, como instancias operativas. El propósito inicial fue de disponer de una Ley de Turismo. El anteproyecto de ley fue analizado y consensuado en el año 2004 con distintos sectores: municipalidades, universidades, Organizaciones no Gubernamentales (ONG´S), corporaciones, asociaciones, sectores políticos e institucionales relacionados con el desarrollo turístico del país. En el 2005 se crea la Ley de Turismo. Responde a una estrategia económica del sector. Incluye definiciones básicas, referencias al Registro Nacional de Turismo, similar al planteado en la Ley de Fomento Turístico (donde se estableció el llamado sistema de registro para los agentes involucrados en el turismo). Además, las obligaciones de las personas inscritas en el registro, como medio para obtener ingresos en la promoción turística; el impuesto del 5% del pago de alojamiento el cual se aplica y la salida por vía aérea del país. (p.3).”

Referente al impuesto del 5% y la salida por vía área del país, la ley de Turismo. (Decreto legislativo N.º 899). (2005, 15 de diciembre). Leyes de Turismo, 237, diciembre 20, 2005 señala que:

“El impuesto del 5% del pago de alojamiento se aplicará sobre la base del precio diario del servicio de alojamiento que utilice el sujeto pasivo. En dicha base de cálculo se excluye el monto pagado en concepto de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, (IVA), así como el precio de cualquier otro servicio que no sea estrictamente el de alojamiento; en cuanto a la salida por vía aérea del país el monto de la contribución especial será de siete Dólares de los Estados Unidos de América (US\$7.00), por salida y por persona.”

Otros beneficios e incentivos que incluye la ley de Turismo según son la exención parcial de los impuestos sobre la renta; las condiciones y regulaciones para el otorgamiento de los incentivos; infracciones y sanciones, y procedimientos sancionadores.

En el 2006 presidente de la republica lanza el Plan Nacional de Turismo 2014, En el cual la actividad turística se ve considerada consolidada como un instrumento indispensable para el bienestar de los salvadoreños, que busca posicionar al país como un destino distinguido y competitivo en Centro América. En 2009 se amplía el Plan Nacional de Turismo 2020, en el cual se ajustaron los lineamientos estratégicos de acuerdo con la nueva visión del Gobierno.

2.1.5 Turismo en Jucuarán.

Jucuarán es un municipio del departamento de Usulután, a 37 km de la cabecera de dicho departamento; el cual es caracterizado por tener una riqueza natural e histórica. Donde la naturaleza es llamativa por sus grandes montañas, cerros y sus diferentes tipos de playas, las cuales son de arenas grises y grandes olas, rodeadas por grandes formaciones rocosas y bosques de manglares. Teniendo una población de 13,424 habitantes.

2.1.5.1 Historia Colonial

(FISDL, 2020) declara lo siguiente:

“En 1550 Jucuarán tenía unos 300 habitantes. El 15 de octubre de 1577 este pueblo fue dado en doctrina a los frailes franciscanos del convento de San Miguel en el año de 1682 los piratas ingleses asaltaron e incendiaron el antiguo Jucuarán, habiendo masacrado a muchos de sus habitantes, mientras otros lograban refugiarse en las montañas vecinas. Pasado el peligro, los Jucuaenses retornaron a su pueblo nativo, pero no edificaron la nueva población en el mismo paraje (hoy Pueblo viejo) sino, en el asiento actual.”

En 1689 San Cristóbal Xocoaran tenía unas 50 personas de confesión. "Su situación -dice una crónica seráfica de ese año- es en una montaña áspera cuyas vertientes van inmediatamente a la mar".

En 1740 tenía tan sólo 9 indios tributarios o jefes de familia, lo que arroja una población de unos 45 habitantes y era parajo donde había permanentemente un vigía de la compañía de milicianos de Usulután, según informa a la superioridad el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral.

Dice monseñor Pedro Cortés y Larraz que en 1770 este pueblo pertenecía al curato de Ereaguayquín, con 21 familias indígenas y 42 familias de ladinos que contenían 61 y 167 personas, respectivamente.

2.1.5.2 Sucesos posteriores

Ingresó en 1786 en el partido de San Alejo y entró a formar parte del departamento de San Miguel cuando éste fue creado el 12 de junio de 1824. Por Ley de 25 de enero de 1859 se extinguió este municipio del distrito de La Unión (antes de San Alejo) y se incorporó como cantón del municipio de la ciudad de San Miguel. Años más tarde se erigió nuevamente en municipio y se incorporó en el distrito y departamento de Usulután.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Planeación estratégica

Es de importancia conocer de antemano las definiciones de planeación, estrategia y entre distintos conceptos equivalente para tener debidamente una percepción de lo que es la planeación estratégica.

2.2.1.1 Planeación

Koontz (1998) citado por (Millán & Rodríguez, 2019) definen que la planeación “es una función administrativa que consiste en seleccionar entre diversas alternativas los objetivos, las políticas, los procedimientos y los programas de una empresa”. (p. 9)

De acuerdo con la definición, es entonces decidir con anticipación; ¿Qué hacer?, ¿Cómo? Y ¿Quién?, para no dejar las diversas situaciones sometidas al azar. Referente a esto Reyes Ponces (1998) citado por (Millán & Rodríguez, 2019) consideran que “la planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo las pautas de orientación, secuencia de operaciones y la determinación del tiempo para su realización”. (p.9)

2.2.1.2 Importancia de la planeación.

La planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier grupo social, ya que a través de ésta se previenen las contingencias y los cambios que puede deparar el futuro, y se establecen las medidas necesarias para afrontarlas.

(Münch Galindo, 2011) indica algunas de las ventajas de la planeación:

- La definición del rumbo de la empresa permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos y los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las “corazonadas” o empirismos. Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- La motivación se eleva sustancialmente cuando todos los miembros de la empresa saben hacia dónde se dirigen sus esfuerzos.
- Optimiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos, en todos los niveles de la organización. (p. 14)

2.2.1.3 Planes

Los planes son el diseño o esquema detallado de lo que habrá de hacerse en el futuro.

(Münch Galindo, 2011) nos afirma que los planes son el resultado del proceso de planeación; éstos en cuanto al periodo establecido para su realización son de distintos tipos:

- Corto plazo; Cuando se determinan para realizarse en un término menor o igual a un año. Pueden ser:
 - ✓ Mediatos, si se fijan para realizarse en un periodo mayor de seis o menor de 12 meses.
- Mediano plazo; Son planes que abarcan un periodo de uno a tres años.

- Largo plazo; Son aquéllos que se proyectan a un tiempo mayor de tres años.
(p. 12)

Bravo, Cortina y Pacheco (2009) citado por (Millán & Rodríguez, 2019) confirma lo siguiente:

“planear y medir son elementos fundamentales para lograr resultados (consolidarse y crecer), que en una economía de mercado se traduce en subsistir de manera competitiva, sostenible y sustentable, es por esto que la planeación va de la mano con la fase del control, pues es allí donde se verifica el alcance de los objetivos a través de los resultados, de tal forma que aparece allí la estrategia, que es el puente que permite hacer realidad los sueños del presente (objetivos) y las realidades del futuro (resultados)”. (p. 10)

2.2.1.4 Concepto de planeación estratégica.

Como grupo consideramos que la planeación estratégica es el proceso por el cual una empresa desarrolla los objetivos y las acciones concretas para llegar a alcanzar el estado deseado.

Referente a la planeación estratégica (Gómez, 2008) declara lo siguiente:

“la planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.” (p. 55)

Serna (2008, p. 55), citado por (Millán & Rodríguez, 2019) confirma que:

La planeación “es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro”. Por tanto, el proceso da respuesta a preguntas tales como:

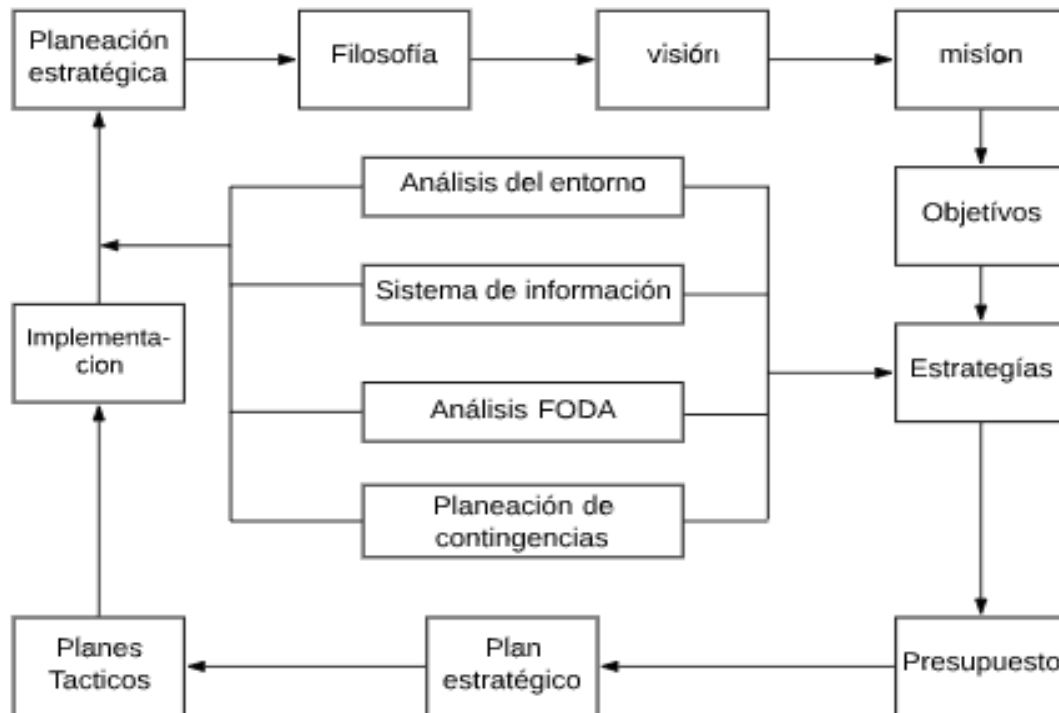
- ¿Cuál es el negocio?
- ¿Cuáles son las características del entorno y la competencia?
- ¿Dónde están las competencias organizacionales?
- ¿A dónde se quiere llegar?
- ¿Cómo llegar?
- ¿Cómo medir que se estén logrando metas y objetivos? (p.7)

A la par, con la anterior percepción, Ballesteros (2007), citado por (Millán & Rodríguez, 2019) plantea que “la planeación estratégica ayuda a los administradores a estar orientados hacia el futuro, por ende, se ven esforzados a mirar más allá de sus problemas cotidianos, proyectándose a lo que podría suceder” (p. 8)

2.2.1.5 Proceso de planeación estratégica

Asumiendo lo anterior, logramos tener un conocimiento de lo que es la planeación estratégica. Ahora corresponde su proceso:

Ilustración 1. Proceso de Planeación Estratégica.



Fuente: Münch Galindo. Planeación Estratégica, El rumbo hacia el éxito (p. 18)

En la ilustración 1 se muestra el proceso de planeación estratégica, se observa que es necesario que el equipo directivo defina cada uno de los elementos en el orden establecido. (Münch Galindo, 2011) afirma que:

“Para el desarrollo de un plan estratégico es indispensable iniciar con la visión de la organización y contar con sistemas de información oportunos y actualizados, ya que a través de éstos es posible efectuar un análisis del entorno, de las premisas externas e internas, así como de las fortalezas y las debilidades de la empresa, de las oportunidades y las amenazas presentes y futuras que pueden afectar el logro de los objetivos. La filosofía, la misión, los objetivos y las políticas estratégicas deben ser definidos por los altos directivos, con un conocimiento pleno de todos los factores que influyen en la situación actual y futura de la organización”. (p. 19)”

2.2.2 Análisis del entorno

El análisis del entorno consiste en un estudio minucioso de los factores o condiciones internas o externas que pueden afectar el plan.

(Münch Galindo, 2011) afirma que:

Al elaborar un plan puede existir certeza acerca de la existencia de determinados eventos, mas no así de otros que afectarán su desarrollo; es necesario, por tanto, tomar en cuenta diversos escenarios que permitan reducir la incertidumbre inherente al futuro.

Se efectúa al inicio del proceso de planeación, aunque también puede realizarse a lo largo de éste. El análisis del entorno debe fundamentarse en un sistema de información actualizado, veraz y eficiente, que presente todos los factores que pueden influir en el logro de los planes.

El sistema de información o de inteligencia organizacional deberá integrarse con reportes e informes, tanto internos de la empresa, como externos elaborados por instituciones reconocidas.

Algunos de los datos indispensables que debe contener el sistema de información son proyecciones, entre las que destacan: económicas, políticas, sociales, fiscales y financieras, estudios de la competencia, de los clientes, del entorno internacional y nacional, premisas externas e internas, fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, entre otros. (p.21)

2.2.2.1 Premisas. Análisis FODA

Una premisa es un supuesto acerca de los factores o condiciones futuras que pueden afectar el desarrollo de un plan; (Münch Galindo, 2011) afirma que las premisas, de acuerdo con su naturaleza, pueden ser:

- Internas. También se les conoce como fortalezas y debilidades, se originan dentro de la empresa y pueden influir en el logro de los planes
- Externas. Son factores o condiciones cuyo origen es ajeno a la empresa, pero que pueden tener efecto decisivo en el desarrollo de sus actividades, y constituyen oportunidades y amenazas.
- Económicas. Deuda pública, fenómenos inflacionarios, nivel de salarios, nivel de precios, poder adquisitivo de la población, ingreso per cápita, inversión extranjera.
- Sociales. Crecimiento y distribución demográficos, movilidad de la población, empleo y desempleo, nuevas construcciones y obras públicas, alfabetización, sistemas de salubridad e higiene.
- Tecnológicas. Avances tecnológicos, cambios en los sistemas.
- Otros factores. Competencia, posición en el mercado, políticas de operación, cambios en la demanda, maquinaria y equipo disponibles, productividad e ingreso nacional, distribución del ingreso, fuentes de financiamiento, transporte, comportamiento de los consumidores.

Las premisas también son conocidas como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Las fortalezas se refieren a todos aquellos factores internos, inherentes a la organización que promueven el logro de los planes;

mientras que las debilidades son factores internos que los obstaculizan. Las oportunidades son premisas o factores externos que facilitan la consecución de los objetivos, y las amenazas son factores externos que los impiden o retrasan. (ver ilustración 1)

Ilustración 2. Análisis FODA.



Fuente: Elaboración propia

Mediante el análisis de las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, también conocido como análisis FODA o DOFA, y en inglés SWOT, es posible lograr una de las finalidades básicas del proceso de planeación: convertir amenazas en oportunidades y debilidades en fortalezas. (p.21-24)

2.2.2.2 Planeación de contingencia

Un plan de contingencia es un plan alternativo que puede ponerse en práctica en caso de que ciertos hechos no ocurran como se espera.

(Münch Galindo, 2011) manifiesta que:

“Los imprevistos pueden ocasionar la inoperancia de las estrategias de una empresa, independientemente de su formulación, ejecución y evaluación. Con el objeto de reducir al mínimo el impacto de los peligros potenciales, las organizaciones deben contar con planes contingentes. Los planes contingentes se deben desarrollar para áreas clave de resultados; deben elaborarse como parte del proceso de planeación, de tal forma que cuando la aplicación de estrategias indique la necesidad de un cambio rápido e importante, se pueda ejecutar un plan de contingencia. Los planes contingentes proporcionan tres ventajas básicas: permiten respuestas rápidas ante los cambios; impiden el pánico en situaciones de crisis y hacen más flexibles a los gerentes, estimulándolos a apreciar el carácter impredecible del futuro. (p.56)”

2.2.3 Elementos de la planeación estratégica.

(Münch Galindo, 2011) asevera que los elementos siguientes responden a las preguntas que seguidamente se presenta:

Ilustración 3. Preguntas a las que responden el plan estratégico

FILOSOFIA (valores, credo y compromiso)	<ul style="list-style-type: none"> • En qué creemos y con qué principios actuamos.
MISION	<ul style="list-style-type: none"> • ¿A qué nos dedicamos? • ¿quiénes somos?
VISION	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Hacia dónde vamos?
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué resultados esperamos obtener?
POLITICAS	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Bajo qué criterios tomamos decisiones?
ESTRATEGIAS	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué hacer para lograr los objetivos?
PROGRAMAS	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Con qué secuencia, cuándo y quién hace las actividades para lograr los objetivos?
PRESUPUESTOS	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuánto dinero requerimos?

Fuente: Münch Galindo. Planeación Estratégica, El rumbo hacia el éxito. (p. 31)

2.2.3.1 Filosofía, misión, visión

2.2.3.1.1 Filosofía:

La filosofía es el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización ante la sociedad.

(Gómez, 2008) define “La filosofía organizacional es el conjunto de postulados, valores, creencias y compromisos que rigen la vida de todos los integrantes de la organización”. (p. 54)

Aparentemente la filosofía organizacional carece de importancia porque se considera como una serie de postulados meramente teóricos, sin embargo, la filosofía organizacional será válida en tanto sea parte de la práctica en la vida diaria de todos los miembros de la empresa. En las empresas sobresalientes a nivel mundial se ha comprobado que una filosofía organizacional bien definida y compartida por todos los integrantes de la empresa redundará en el éxito de estas.

(Münch Galindo, 2011) declara que la filosofía incluye:

- **Credo.** Conjunto de postulados o creencias que orientan la conducta de la organización.
- **Valores.** Pautas de conducta o principios que definen la actuación de los individuos en la organización. Los valores deben convertirse en actitudes y conductas, además, ser compartidos y practicados por todos los miembros de la empresa.
- **Compromiso.** Responsabilidad de la empresa ante la sociedad. (p. 29)

2.2.3.1.2 Misión:

La misión es la razón de ser de la organización, su formulación es una etapa de las más importantes en el proceso de planeación.

La declaración de misión (David, 2013) afirma que “es la expresión perdurable del propósito que distingue a una organización de otras empresas similares; es la declaración de la “razón de ser” de una organización, y la respuesta a esta pregunta fundamental: “¿cuál es nuestro negocio?”. (p.45)

Los requisitos que debe reunir una misión son:

- **Amplia.** Dentro de una línea con expansión, pero lo suficientemente específica y bien definida para que sea fácil de entender y lograr.
- **Motivadora.** Inspiradora y alcanzable.
- **Permanente.** Orientada al propósito de la empresa durante todo su ciclo de vida.
- **Congruente.** Consistente con lo que se hace y se desea.

2.2.3.1.3 Visión:

La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. Debe tener las siguientes características: breve, fácil de captar y de recordar, e inspiradora. La visión fija el rumbo de la empresa, plantea retos, sirve como punto de consenso, estimula la creatividad y la coordinación de esfuerzos. Referente a la visión (David, 2013) “Una declaración de visión debe responder esta pregunta fundamental: “¿En qué queremos convertirnos?”. Una visión clara sienta las bases para desarrollar una declaración de misión detallada”. (P. 45)

2.2.3.2 Objetivos:

Una vez que se han establecido la filosofía, la visión y la misión, se determinan los objetivos, que indican los resultados o fines que la empresa desea lograr en un tiempo determinado. (Münch Galindo, 2011) asegura que los objetivos representan los resultados que la empresa espera obtener; son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente. Del mismo modo los objetivos deben reunir las diferentes características.

- Establecerse a un tiempo específico.
- Determinarse cuantitativamente.
- Su redacción debe iniciar con un verbo en infinitivo. (p.35)

2.2.3.2.1 Clasificación de los objetivos:

En función del área que abarquen y del tiempo en el que se establezcan los objetivos, pueden ser:

- **Estratégicos o generales.** Se refieren a toda la empresa y se establecen a largo plazo.
- **Tácticos o departamentales.** Se determinan para un área, gerencia o departamento de la empresa, se subordinan a los objetivos generales, y se establecen a corto o mediano plazo.
- **Operacionales o específicos.** Se establecen en niveles o secciones de la empresa, se refieren a actividades más detalladas, e invariablemente son a corto plazo. Se determinan en función de los objetivos departamentales y, obviamente, de los generales. Los objetivos operacionales pueden ser:
 - ✓ Seccionales. Cuando se refieren a una sección o grupo.
 - ✓ Individuales. Como su nombre lo indica son metas personales.

2.2.3.2.2 Lineamientos para establecer objetivos.

Aparte de que los objetivos deben siempre reunir las características ya comentadas, al establecerlos es imprescindible observar ciertos lineamientos:

- Definirlos por escrito.
- No confundirlos con los medios o estrategias para alcanzarlos.
- Al determinarlos, recordar las seis preguntas clave de la administración: ¿qué?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿quién?, ¿cuándo y por qué?
- Los objetivos deben ser perfectamente conocidos y entendidos por todos los miembros de la organización.
- Deben ser estables; los cambios continuos en los objetivos originan conflictos y confusiones.
- Deben ser medibles para su comparación.

2.2.3.3 Estrategias

Las estrategias son alternativas o cursos de acción que muestran los medios, los recursos y los esfuerzos que deben emplearse para lograr los objetivos.

Referente a las estrategias (Münch Galindo, 2011) asevera que” las estrategias se plantean cómo lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos. Por ello es por lo que existen tantas estrategias como objetivos se definan en una organización”. (p.37).

2.2.3.3.1 Estrategias clave de negocio

(Münch Galindo, 2011) confirma que existen otro tipo de estrategias que normalmente utilizan todas las empresas a nivel corporativo y que son establecidas en la alta dirección o por los accionistas, se refieren a cuestiones del destino de la empresa y no a estrategias específicas de las áreas funcionales; son cuatro estrategias básicas que definen el rumbo que puede tomar la empresa, son de carácter general y trascendental, y se toman en cuenta al elaborar el plan estratégico:

2.2.3.3.1.1 Estrategias de crecimiento:

Se plantean en empresas que han tenido un desempeño altamente satisfactorio en cuanto a utilidades, demanda, mercado y clientes, y que, sin haber abarcado completamente la totalidad del mercado, sus recursos le permiten continuar creciendo. Las estrategias de crecimiento deben fundamentarse en un estudio de factibilidad. Estas estrategias a su vez pueden ser:

- **Estrategias de integración.** Su propósito es el incremento de la eficiencia y del control de todas las operaciones mediante la realización de actividades y procesos que normalmente llevan a cabo otras organizaciones ajenas a la empresa, siempre y cuando éstos le sean redituables. La integración se puede dar en tres sentidos:
 - ✓ Hacia delante. Su finalidad es lograr un alto grado de dominio sobre los sistemas de distribución, para lo cual la empresa que produce se dedica también a distribuir, es decir, la empresa productora crece estableciendo sus centros de distribución, eliminando así a los intermediarios.
 - ✓ Hacia atrás. Se realiza para obtener un mayor control sobre los sistemas de suministros, es decir, de los proveedores de la empresa, para evitar problemas en la adquisición de la materia prima, lo que se logra cuando la organización produce sus propios insumos.

- ✓ Horizontal. Se refiere a efectuar un mejor control sobre los elementos de la competencia, mediante alianzas o fusiones estratégicas.
- **Estrategias intensivas.** Se utilizan con el fin de aprovechar las oportunidades que se presenten para intensificar la penetración, el desarrollo de productos, servicios y mercados existentes. Son una alternativa de crecimiento; de acuerdo con el grado y tipo, las estrategias intensivas pueden ser:
 - ✓ Desarrollo de producto. Se pretende incrementar las ventajas competitivas mediante el desarrollo de productos nuevos o la mejora de los actuales, de manera que éstos se vuelvan más competitivos.
 - ✓ Desarrollo de mercado. Su finalidad es lograr una expansión de los productos de la empresa a través de la penetración en nuevos mercados y/o nichos de mercado.
- **Estrategias de consolidación.** Su propósito es lograr un equilibrio entre todas las áreas de la organización, mediante el desarrollo económico y tecnológico integral de la empresa, con lo cual obtienen una mayor estabilidad y desarrollo. Se refieren a continuar la mejora con los productos y mercados actuales, pero en un proceso continuo de expansión, abarcando una mayor participación en el mercado.
- **Estrategias de diversificación.** Éstas tienen sentido cuando la empresa no encuentra muchas oportunidades para el desarrollo futuro de sus actuales productos, o cuando las oportunidades en otras ramas son superiores. Existen tres tipos de diversificación:

- ✓ Concéntrica. La finalidad de ésta es agregar un nuevo producto o servicio que sea compatible con la línea de productos que maneja la empresa, aprovechando la tecnología, el estilo de gestión y los recursos existentes.
- ✓ Horizontal. Su función básica es la de buscar la satisfacción de los clientes actuales de la empresa, mediante una nueva línea de productos, sin que exista relación tecnológica con los productos actuales
- ✓ Conglomerada. Se aplica cuando se busca una diversificación total de la empresa.

2.2.3.3.1.2 Estrategia de estabilidad organizacional.

Se utiliza cuando no se desea continuar creciendo, pero se mantiene la posición en el mercado; para ello se realizan un análisis que comprende la revisión de la misión y una evaluación de las oportunidades que se le presentan a la empresa, además de que se evalúan los riesgos, los escenarios y el rendimiento de la inversión. Se determinan la amplitud, la rentabilidad y la estabilidad del mercado en relación con el grado de certeza referente a la competencia y al entorno, y se evalúa la conveniencia de continuar con los mismos productos y mercados conservando la posición actual.

2.2.3.3.1.3 Estrategia de contracción

se refiere a una revisión y evaluación de los mercados existentes, con el objeto de determinar aquellos que son más rentables y los no redituables. Como resultado de esta evaluación, las líneas de productos o mercados se agrupan de tal manera que se reduce el número de ellos. En otras palabras, se eliminan las líneas

de producto o productos no redituables y se enfocan todos los recursos a los que tienen una mayor aceptación en el mercado y generan más utilidades.

2.2.3.3.1.4 Estrategias combinadas.

Cuando los objetivos de rendimiento que busca la empresa no se alcanzan con la aplicación de una sola estrategia se recurre a la mezcla de dos o más estrategias, para lo que es necesario efectuar una evaluación cuidadosa, de tal forma que la empresa aplique dos o más estrategias con el fin de optimizar recursos. (p.39-42)

2.2.3.4 Políticas

Las políticas son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales que hay que observar en la toma de decisiones sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

2.2.3.4.1 Clasificación de las políticas

Las políticas, de acuerdo con el nivel jerárquico en que se formulen y con el área que abarquen, pueden ser:

- Estratélicas o generales. Se formulan a nivel de alta gerencia y su función es establecer y emitir lineamientos que guíen a la empresa como una unidad integrada.
- Tácticas o departamentales. Son lineamientos específicos que se refieren a cada departamento.

- **Operativas.** Se aplican principalmente en las decisiones que tienen que ejecutarse en cada una de las unidades de las que consta un departamento. Por lo regular, se asignan a los niveles inferiores.

Las políticas, no interesando su nivel, deben estar interrelacionadas y deben contribuir a lograr los objetivos de la empresa. Asimismo, su redacción debe ser clara, accesible y de contenido realista, de tal forma que su interpretación sea uniforme. En cuanto a su origen, las políticas pueden ser:

- **Externas.** Cuando se originan debido a factores externos a la empresa, por ejemplo, la competencia, el gobierno, sindicatos, asociaciones comerciales e industriales, asociaciones profesionales, proveedores, clientes.
- **Consultadas.** Normalmente, dentro de una empresa existen actos esporádicos que dan lugar a que el personal tenga que recurrir a su jefe inmediato para poder solucionar un problema, originándose, así, estas políticas
- **Explícitas.** Son emitidas y formuladas por escrito por diversos niveles superiores, con el propósito de guiar la correcta acción y decisión.
- **Implícitas.** En las actividades diarias de una organización el personal se enfrenta a situaciones en donde no existe una política formalmente establecida, lo que origina ciertos lineamientos que sin estar escritos se aceptan por costumbre en la organización.

2.2.3.4.2 Lineamientos para su formulación

Para que una política sea operante y cumpla con su finalidad, debe:

- Establecerse por escrito y ser autorizada por los directivos.
- Redactarse claramente y con precisión.
- Darse a conocer a todos los niveles donde se va a interpretar y aplicar.
- Interrelacionarse con las demás políticas y servir de apoyo a la filosofía, a la misión y a la visión organizacional.

- Revisarse periódicamente.
- Ser razonable y aplicable a la práctica.
- Estar acorde con los objetivos de la empresa.
- Ser flexible.

2.2.3.5 Programas.

(Münch Galindo, 2011) asevera que un programa “es la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos y las estrategias, el tiempo requerido para efectuarlas, así como la asignación de los responsables de su ejecución.”. (p.49)

La elaboración de un programa debe apegarse al siguiente procedimiento:

- Ordenar cronológicamente la realización de las actividades.
- Interrelacionar las actividades. Es decir, determinar qué actividad debe realizarse antes de otra, qué actividades se pueden realizar simultáneamente y, por último, qué actividades deben efectuarse posteriormente.
- Asignar a cada actividad la unidad de tiempo de su duración, así como los recursos necesarios y el responsable.

2.2.3.6 Presupuestos

Los presupuestos, en esencia, son los recursos que se requieren para llevar a cabo el plan. Se refieren básicamente al flujo de dinero dentro de la organización; implican una estimación del capital, de los costos, de los ingresos y de las unidades o productos requeridos para lograr los objetivos.

(Münch Galindo, 2011) comenta que:

Los presupuestos son un elemento indispensable para planear, ya que a través de éstos se proyectan, en forma cuantificada, los recursos que necesita la

empresa para cumplir con sus objetivos; se determina la mejor forma de utilización y asignación de los recursos, a la vez que se controlan las actividades de la organización en términos financieros.

El presupuesto es un esquema general y/o específico, que determina por anticipado, en términos cuantitativos monetarios y/o no monetarios, el origen y la asignación de los recursos de la empresa, para un periodo específico. (p.51)

2.2.3.6.1 Clasificación de los presupuestos

De acuerdo con la forma en que se calculen, los presupuestos pueden ser:

- **Fijos o rígidos.** Cuando se estiman las diferentes operaciones con base en metas definidas de operación.
- **Flexibles.** En éstos se hacen cálculos a distintos niveles de operación, lo que permite conocer los resultados de diversas situaciones sin necesidad de hacer cálculos sobre la marcha.
- **Por programas.** Se calcula con base en programas de cada una de las áreas de la empresa, para que la distribución de los recursos se dirija a las actividades que reditúen mayores beneficios.

La elaboración de los presupuestos se hace a partir de los objetivos generales establecidos por la dirección; se calculan de acuerdo con los pronósticos y datos numéricos de ejercicios anteriores. En su cálculo participan los responsables de los departamentos y/o secciones involucradas. Un sistema presupuestal integral debe incluir:

- **Presupuestos de operación.** Comprende los presupuestos de: ventas, producción, compras, mano de obra, gastos diversos.

- **Presupuestos de capital.** Que incluyen los presupuestos de inversiones capitalizables que realiza la empresa y de activos fijos, como: maquinaria y equipo, edificios, construcciones, mobiliario, mantenimiento.
- **Presupuesto financiero.** En éste se contemplan: balance, estados de resultados, de origen y de aplicación de recursos y de flujo de caja.

2.2.3.6.2 Importancia de los presupuestos.

- Convierten los aspectos de la ejecución de los planes en unidades de medida comparables.
- Miden el desempeño de las unidades organizativas y proveen metas comparables en cada uno de los departamentos de la empresa.
- Sirven como estándar o patrón de ejecución en términos monetarios.
- Propician la coordinación de las actividades de los departamentos y secciones, en forma conjunta.
- Son un medio de control de las operaciones.
- Establecen una base para la acción correcta, ya que las desviaciones son fácilmente identificadas.
- Estipulan, por centros de responsabilidad, quiénes son responsables de su uso y aplicación.
- Presentan por anticipado los gastos y los recursos requeridos para el logro de los objetivos. (p. 32-53)

2.2.4 Planeación estratégica de marketing

(J.Stanton, Etzel, & J.Walker, 2007) indica que La planeación estratégica de marketing es un proceso de cinco pasos:

1. Realizar un análisis de la situación.
2. Establecer objetivos de marketing.
3. Determinar el posicionamiento y la ventaja diferencial.
4. Elegir los mercados meta y medir la demanda del mercado.
5. Diseñar una mezcla estratégica de marketing. (p. 601).

2.2.4.1 Análisis de la situación.

El primer paso de la planeación estratégica de marketing es el análisis de la situación, que consiste en examinar dónde ha estado el programa de marketing de la compañía, cómo ha funcionado y qué es probable que enfrente en los años por venir. Esto permite a la administración determinar si es necesario revisar los planes viejos y diseñar nuevos para conseguir los objetivos de la compañía.

El análisis de la situación normalmente abarca las fuerzas del ambiente externo y los recursos internos. Este análisis también considera los grupos de consumidores que atiende la compañía, las estrategias para satisfacerlos y las medidas fundamentales del desempeño del marketing. Hay que prestar la atención debida a identificar y evaluar los competidores que atienden a los mismos mercados.

El análisis de la situación actual es crucial, pero puede ser costoso, prolongado y frustrante. Por ejemplo, es difícil extraer información fiel y oportuna de las “montañas” de datos compilados. Además, no siempre se consigue información valiosa, como las cifras de ventas o de participación en el mercado de los competidores

Vian ello L., citado por (J.Stanton, Etzel, & J.Walker, 2007) establece que:

“Como parte del análisis de la situación, muchas empresas realizan una evaluación FODA (identificar y evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), mediante la cual identifican y evalúan las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas. Para cumplir su misión, una organización necesita capitalizar sus fuerzas principales, superar o aliviar sus mayores debilidades, evitar las amenazas importantes y aprovechar oportunidades promisorias. (p.602).”

2.2.4.2 Establecer objetivos de marketing.

El siguiente paso de la planeación estratégica de marketing es determinar los objetivos de marketing. Según Malcolm H.B., citado por (J.Stanton, Etzel, & J.Walker, 2007):

“Las metas del marketing deben guardar una relación estrecha con las metas y las estrategias de toda la compañía. De hecho, una estrategia de la compañía suele convertirse en una meta de marketing. Por ejemplo, para alcanzar un objetivo organizacional de una recuperación de la inversión de veinte por ciento el año siguiente, una estrategia organizacional sería incrementar la eficacia del marketing diez por ciento. Esta estrategia de la compañía se convertiría en una meta de marketing. A su vez, la estrategia de cambiar a todos los vendedores del pago por salario a base de comisión podría adoptarse para alcanzar esta meta de marketing. Ya sabemos que la planeación estratégica requiere concordar los recursos de la organización con sus oportunidades de mercado. Con esto presente, cada objetivo de marketing debe recibir un grado de prioridad de acuerdo con su urgencia y su efecto potencial en esta área y en la organización. (p.602).”

2.2.4.3 posicionamiento y la ventaja diferencial.

El tercer paso de la planeación estratégica de marketing abarca dos decisiones complementarias: cómo posicionar un producto en el mercado y cómo distinguirlo de sus competidores.

(J.Stanton, Etzel, & J.Walker, 2007) señala que “el posicionamiento se refiere a la imagen del producto en relación con los productos competidores, así como otros productos que comercializa la misma compañía”. (p.603)

2.2.4.4 Mercados meta y demanda del mercado.

Elegir los mercados meta es la **cuarta etapa** de la planeación de marketing. un mercado es un conjunto de personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y la disposición para comprar.

Por ejemplo, muchas personas prefieren los viajes por aire y tienen la capacidad y la disposición para pagarlos. Sin embargo, este amplio grupo está compuesto de varios segmentos (es decir, partes del mercado) con diversas preferencias. Como por lo regular una organización no puede satisfacer a todos los segmentos con distintas necesidades, es prudente concentrarse en uno o algunos segmentos.

(J.Stanton, Etzel, & J.Walker, 2007) explica que un mercado meta “es el grupo de personas u organizaciones al que la empresa dirige su programa de marketing. A fin de seleccionar estos mercados, la empresa debe pronosticar la demanda, es decir, las ventas, en los segmentos de mercado que parezcan promisorios”. (p.603)

2.2.4.5 Mezcla de marketing

Para analizar sus oportunidades, la gerencia debe diseñar una mezcla de marketing (combinación de los cuatro elementos producto, precio, plaza y promoción) que es la combinación de numerosos aspectos de los siguientes elementos: un producto, cómo se distribuye, cómo se promueve y cuál es su precio. Estos cuatro elementos tienen por objeto complacer al mercado meta e, igualmente importante, cumplir los objetivos de marketing de la organización.

Cada elemento de la mezcla de marketing contiene numerosas opciones. Más aún, las decisiones sobre uno de los elementos influyen en las otras. Quienes toman las decisiones de marketing deben considerar estas opciones y relaciones cuando diseñan una mezcla de marketing para cierto mercado meta.

2.2.5 El Sistema Turístico.

Un sistema es un todo integrado, compuesto por distintas variables interrelacionadas que evolucionan conjuntamente; según la OMT, la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente (OMT Organización Mundial del Turismo, 2011).

Como afirma la OMT el sistema turístico concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores – o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos.

2. La oferta: compuesta por el conjunto de consumidores de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la expresión turística.
3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se le haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

De acuerdo a la visión de Molina (Panosso Netto & Lohmann, 2012), en su análisis de un sistema turístico, concretiza que las partes o subsistemas que forman el sistema turístico son:

1. La superestructura: organización del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas.
2. La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero
3. La Infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etcétera.
4. Los atractivos: naturales y culturales
5. El equipamiento y las instalaciones: hoteles, moteles, camping, tráiler parks, restaurantes, cafés, agencias de viaje, piscinas y canchas de tenis, entre otros.
6. La comunidad receptora: residentes locales relacionadas directa o indirectamente con el turismo.

Según (Boullón, 2006), el sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento que se explicaran al detallar a continuación las características de las partes que lo componen:

1. La demanda turística: La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.
2. La oferta turística: Según un análisis económico se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado. Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. A si mismo al tratarse de bienes lo que se produce y no se vende se puede acumular, esta posibilidad no tiene vigencia en el caso de los servicios, porque cada vez que expira el tiempo de duración de un servicio su oferta se renueva, y si no se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular. Como medida de ejemplo el ofrecer un servicio VIP (asientos en primera fila, comida preparada, visita tras bastidores, etc.) en un evento transitorio o de corto plazo como sería un partido de futbol o baloncesto.
3. El proceso de venta: El proceso de venta implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo, porque de lo contrario la demanda elegirá otro destino más económico y si no lo encuentra dejará de viajar. Dicho proceso tiene la particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta y no al revés, como sucede generalmente con el resto de los productos o servicios dentro del mercado.
4. El producto turístico: Si bien es cierto que desde el punto de vista económico la oferta turística no puede ser otra cosa que un bien o un servicio, traducir

textualmente este concepto, conduce a deducir que el producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta.

5. La planta turística y los atractivos turísticos: Son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor.
6. La infraestructura: En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Siendo los elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local, pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible. Estos son las carreteras, los ferrocarriles, los puertos, los aeropuertos, las comunicaciones, las redes de energía, las de agua potable y residual, los sistemas de recogida de residuos, etc.
7. La superestructura: La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

2.2.6 Modelos de sistemas turísticos.

Los modelos tienen una importante relación con las previsiones sostiene que toda acción racional se basa en la previsión. En todo momento se hacen suposiciones buscando conocer anticipadamente el resultado de las acciones. Los modelos son las estructuras racionales que permiten realizar tales previsiones (Santos & Glauber, 2007).

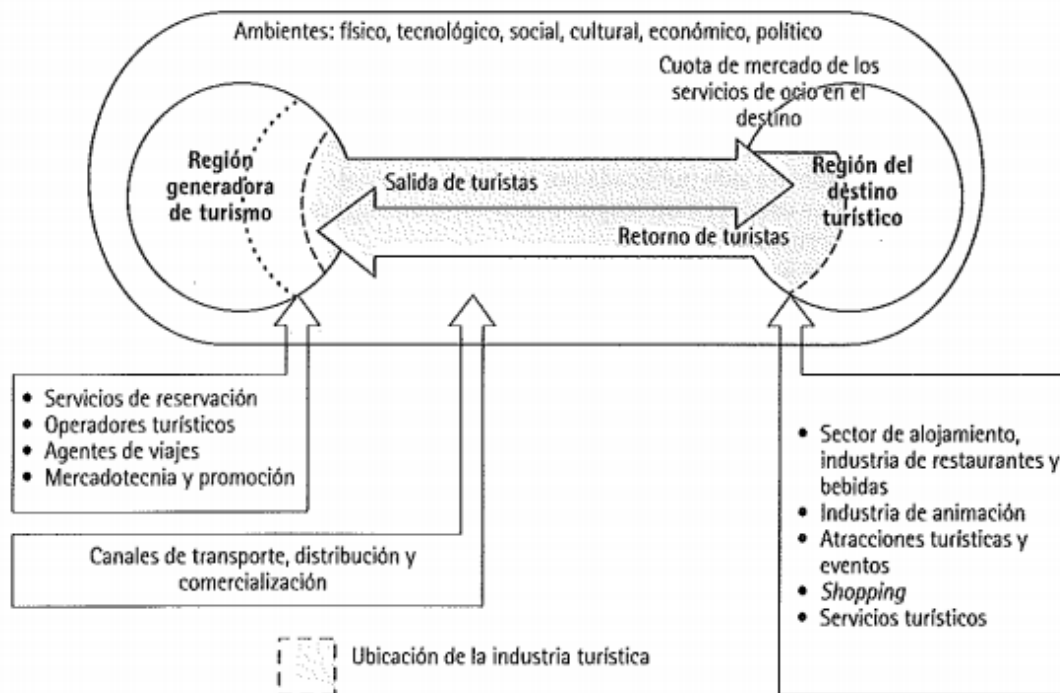
Por lo siguiente se mencionan algunos modelos teóricos y por diagramas, estos últimos presentan una mayor sistematización en sus proposiciones.

2.2.6.1 Modelo de sistema turístico de Leiper

Leiper propuso un modelo de sistema turístico compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante, una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino, y la región de destino turístico; los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

En el Sistema Leiper, cada uno de los elementos no solo interactúan con el sistema contribuyendo con la existencia del producto turístico, si no también es impactado por el mismo. De acuerdo con Lohmann, las principales ventajas que presenta el modelo de Leiper son su simplicidad y aplicabilidad general que proporciona una forma útil de visualizar el sistema turístico (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

Ilustración 4. Modelo del sistema turístico de Leiper



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 16

2.2.6.2 Modelo existencial de la sociedad industrial, de Krippendorf.

Una crítica al modelo existencial de la sociedad industrial, basada en el trabajo-hábitat-ocio-viaje, es de los principales tratados del modelo existencial que planteo en su libro *sociología del turismo* en 1984 (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

Analizando de manera sistemática a la sociedad y, en consecuencia, el ocio, los viajes y el turismo. Krippendorf se concentró en el problema de salir de casa, estar de viaje, permanecer en lugar de destino y regresar; en un análisis superficial puede decidirse que las personas viajan para descansar, visitar amigos, conocer nuevos lugares, recuperar las fuerzas e, incluso, para no hacer nada (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

Los análisis de este modelo muestran una figura de la sociedad del que hacer humano al tomar estos momentos de salir, recrearse, viajar, o no hacer nada; no toma en cuenta implicaciones como la explotación económica, la generación de desechos, contaminación del aire y el agua, accidentes de tránsito, etc. Y según Krippendorf (*idem*), la gente viaja o deja de viajar por la influencia social, por necesidad de estatus ante sus pares. Desde este punto viajar significa prestigio social, ya que se vuelve casi obligatorio viajar en las vacaciones.

En un intento por ayudar a reducir los problemas en los viajes, Krippendorf, a partir de su experiencia, sugiere 23 puntos para una mejor experiencia del hombre durante las vacaciones:

De la filosofía de las estrategias:

1. Hacer un turismo “suave” y humano: reconsiderar la escala de prioridades.
2. Avanzar en la dirección correcta, no esperar un gran cambio.
3. Interpretar correctamente la noción de libertad en la política del ocio y del turismo.
4. Aceptar el viaje como fenómeno de masas. Aceptar el propio papel de turista.
5. Desahogar y distribuir mejor el flujo de turistas.
6. Crear condiciones para que existan un intercambio equitativo y relaciones igualitarias.

Del concepto de desarrollo armonioso del turismo:

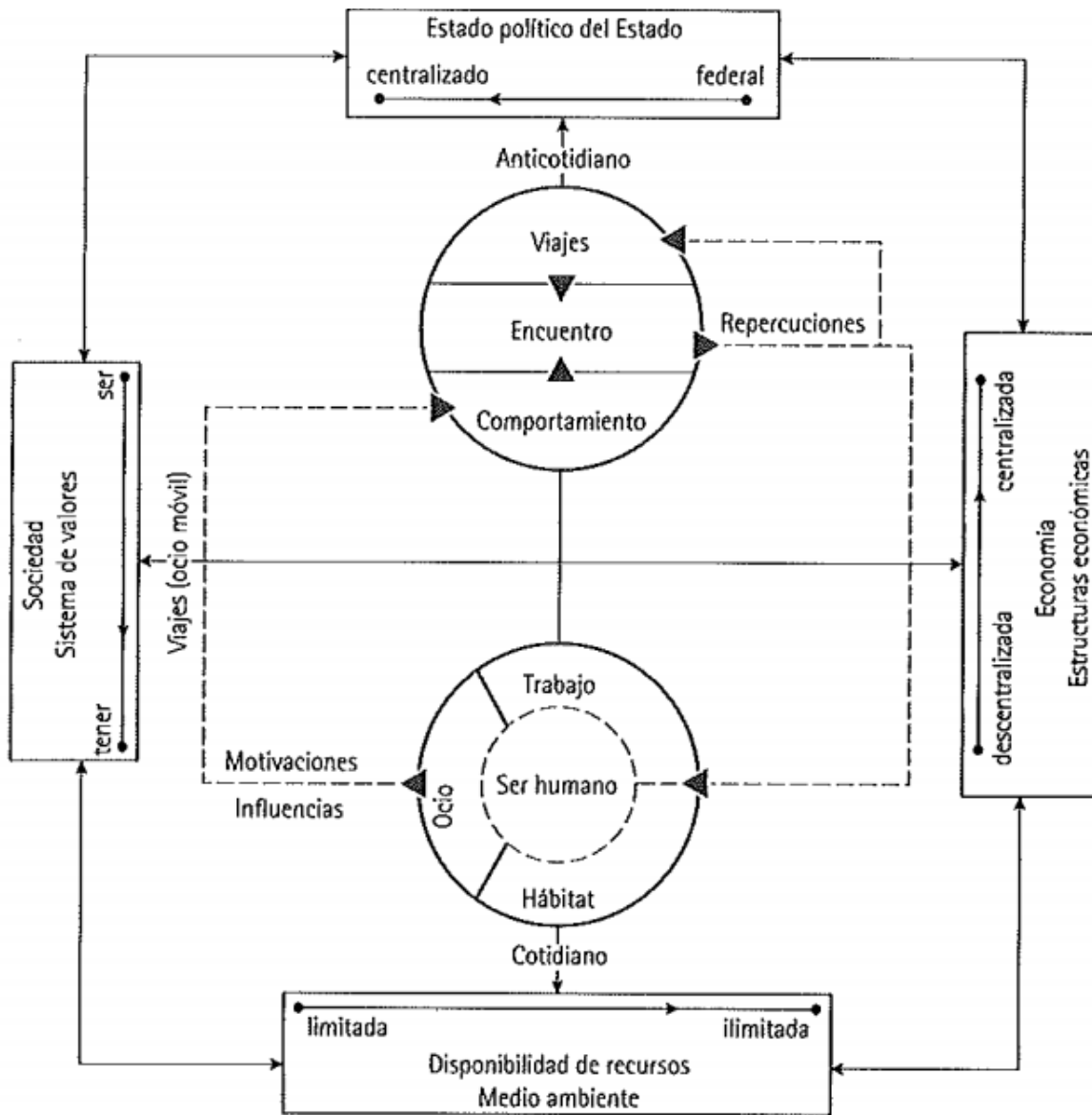
7. No considerar el desarrollo del turismo como un fin en sí o como una panacea universal. Promover una estructura económica diversificada y evitar mono cultura.

8. Priorizar y conciliar las necesidades de los turistas y de la población local.
9. Mantener en manos de los autóctonos el control del suelo.
10. Orientar las inversiones de capital destinadas al turismo.
11. Centrar el desarrollo en la utilización de mano de obra local y mejorar la calidad de los empleos.
12. Resaltar y cultivar el carácter local y nacional.

Gueto o no gueto, esta es la pregunta:

13. Reconocer y utilizar las ventajas de los nuevos centros vacacionales creados artificialmente.
14. Desarrollar las fórmulas tradicionales de viaje y de vacaciones y probar otras.

Ilustración 5. Modelo existencial para la sociedad industrial de Krippendorff.



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 20

Viajar conscientemente. Consejos y ejercicios para un comportamiento diferente:

15. Encontrarse a sí mismo durante las vacaciones y hacer un compromiso sensible.
16. Ser un consumidor crítico.
17. Seguir algunas reglas para viajar respetando al prójimo.

18. Viajar con moderación a lugares menos distantes, con menos frecuencia ir menos de un lugar a otro y quedarse en casa de vez en cuando¹.

La escuela del turismo humano:

19. Practicar una mercadotecnia turística honesta y responsable.
20. Capacitar mejor a los responsables del turismo.
21. Incitar a las personas que están de vacaciones a vivir y actuar de manera diferente.
22. Dar información a los países receptores sobre los problemas del turismo e ilustrarlos sobre los turistas.
23. Aprender a viajar, preparar y educar a los seres humanos para viajar.

2.2.6.3 Modelo de Sistema Turístico de Molina

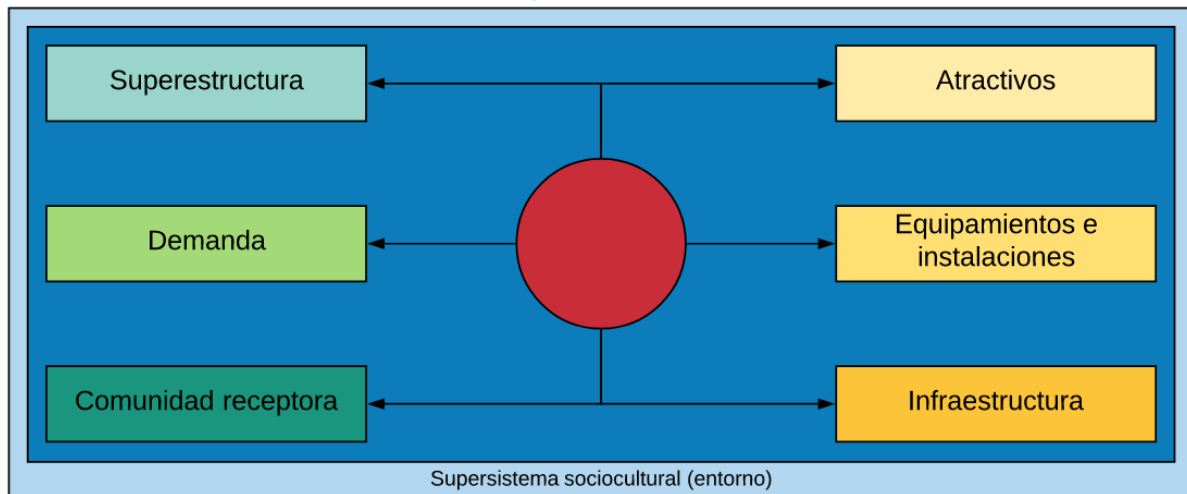
Sergio Molina (Panosso Netto & Lohmann, 2012) considera que el estudio sistemático está poco desarrollado, en especial en América Latina. Según este autor, el turismo, visto como un sistema, está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común, y de acuerdo con esta visión, las partes que forman el sistema turístico son:

- La superestructura: organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas.
- La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero.
- La infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etcétera.
- Los atractivos: naturales y culturales.
- El equipamiento y las instalaciones: hoteles, moteles, camping, tráiler Parks, restaurantes, cafés, agencias de viaje, piscinas y canchas de tenis, entre otros.

¹ Gracias COVID-19, si ven esto borrenlo.

- La comunidad receptora: residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo.

Ilustración 6. Modelo de sistema turístico de Molina.



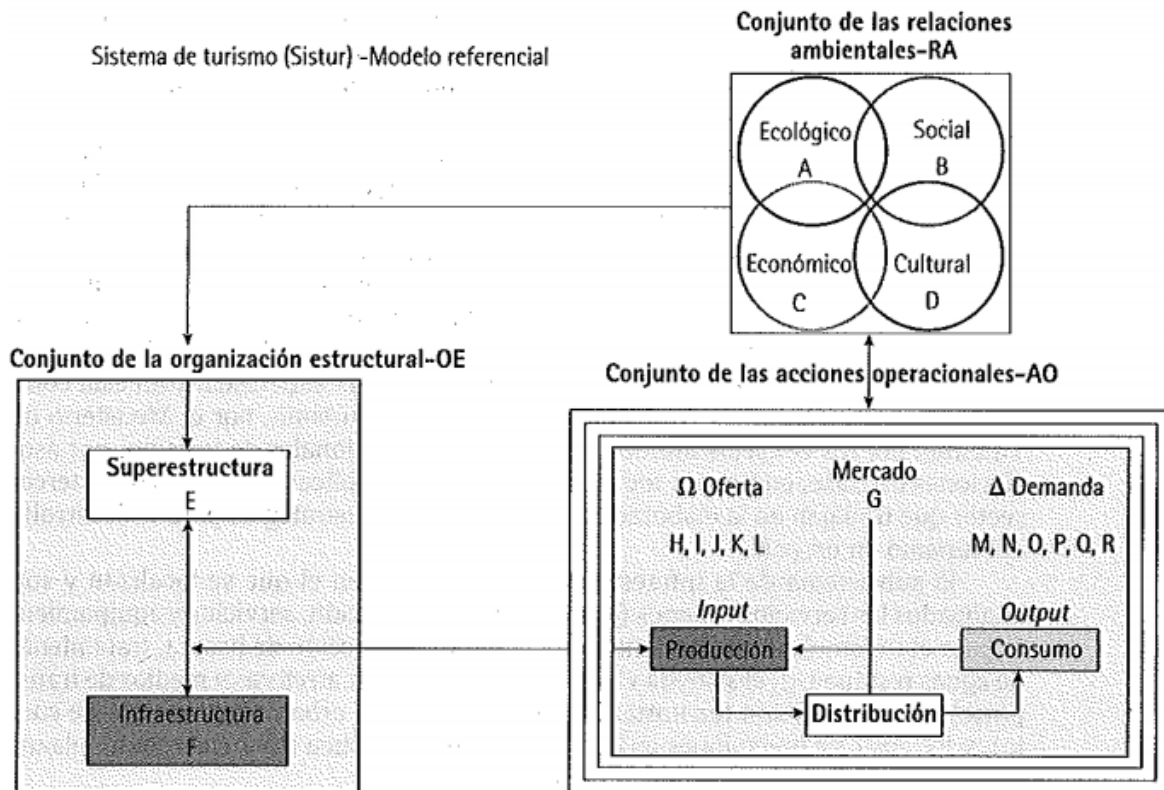
Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 26

El sistema propuesto por este autor se clasifica como abierto, debido a que establece relaciones de input y output (entrada y salida) con el medio ambiente en el que se encuentra (Panosso Netto & Lohmann, 2012). La Ilustración 3 representa el sistema turístico de Molina.

2.2.6.4 . Modelo de Sistema Turístico de Beni

Según los estudios de Mario Carlos Beni, este considera que el turismo se puede convertir en una ciencia, y trata de explicar las relaciones existentes entre el turismo y las otras disciplinas y actividades humanas.

Ilustración 7. Modelo de sistema turístico de Beni.



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 27

Según en palabras del mismo Beni “Lo que yo, en verdad, buscaba era un diagrama que pudiera mostrar a los alumnos toda la complejidad y los subsistemas que integran el turismo, con la preocupación de mostrar aquellos sistemas que anteceden y explican el fenómeno del turismo. De manera que necesitaba mostrar que la ecología, la agricultura, la economía y la sociología tenían variables que eran usadas permanentemente en la interpretación del hecho y del fenómeno del turismo (Panosso Netto & Lohmann, 2012)”.

El sistema propuesto por Beni se considera como abierto por influir sobre los demás sistemas con los que se relaciona y se ve influido por ellos. Este compuesto

por los conjuntos que se especifican en los puntos siguientes (Panosso Netto & Lohmann, 2012).

1. Conjunto de las relaciones ambientales. Compuesto por los sistemas cultural, social, ambiental y económico.
2. Conjunto de la organización estructural. Está constituido por los sistemas de la superestructura y de la infraestructura.
3. Conjunto de las acciones. En este conjunto es en el que se encuentra la dinámica del sistema de turismo.

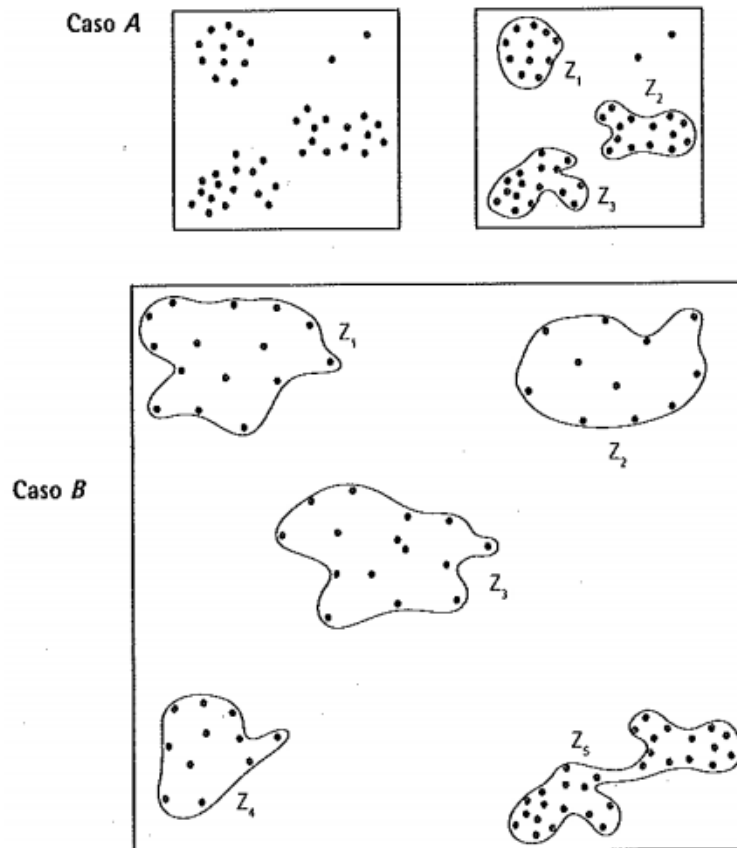
2.2.6.5 Modelo Teórico del Espacio Turístico, de Boullón.

Para Boullón (Panosso Netto & Lohmann, 2012) no existe las regiones turísticas, ya que los atractivos turísticos difícilmente se tocan. Aun en un país con una gran densidad de atractivos turísticos, existen áreas grandes desprovistas de los mismos. De esta manera, no se puede recurrir a la técnica de la regionalización en la planificación turística, ya que de los contrarios se clasificaría como turísticas grandes áreas que no poseen atractivos turísticos, lo que sería un error. En la búsqueda de remplazar la idea de región turística, Boullón propone la teoría del espacio turístico.

El espacio turístico se determina por medio de la observación de la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la infraestructura. Mediante este trabajo fue posible identificar varios componentes que se clasifican de acuerdo con su tamaño. Así se distinguen (Panosso Netto & Lohmann, 2012):

- Zona Turística: Es la mayor unidad de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país. Una zona debe contar con un mínimo de 10 atractivos turísticos relativamente cercanos. En la ilustración 5 se presentan dos tipos de zonas turísticas. La primera de un país pequeño y la segunda en un país con una extensión territorial mayor.

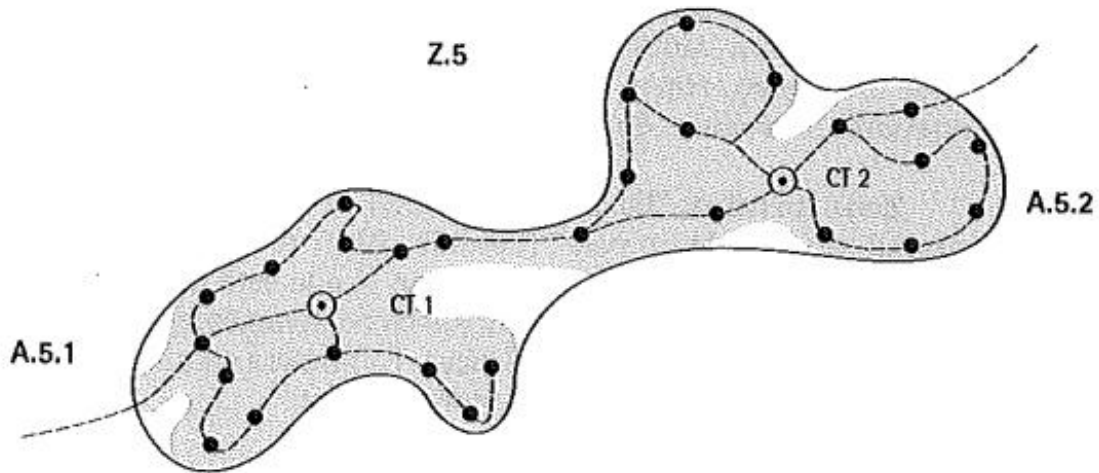
Ilustración 8. Delimitación de zonas turísticas.



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 31

- Áreas turísticas: Son las partes en que puede dividirse una zona y, por lo tanto, sus superficies son menores que la del todo que las contiene. Estas deben poseer una buena infraestructura de transporte y comunicación, además de un centro turístico y un mínimo de 10 atractivos turísticos. En la ilustración 6 se presenta un ejemplo de la zona turística 5 dividida en dos áreas turísticas. (A.5.1 y A.5.2)

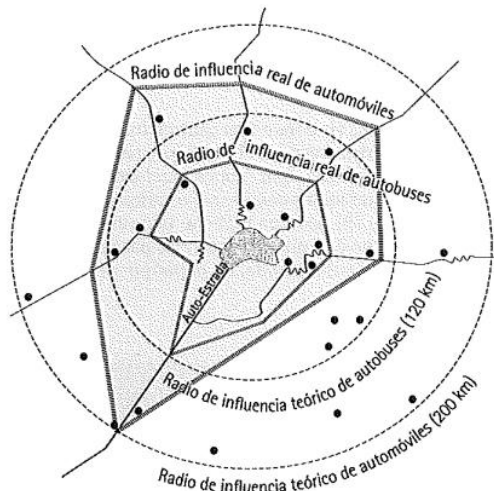
Ilustración 9. Subdivisión de una zona turística en áreas.



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 32

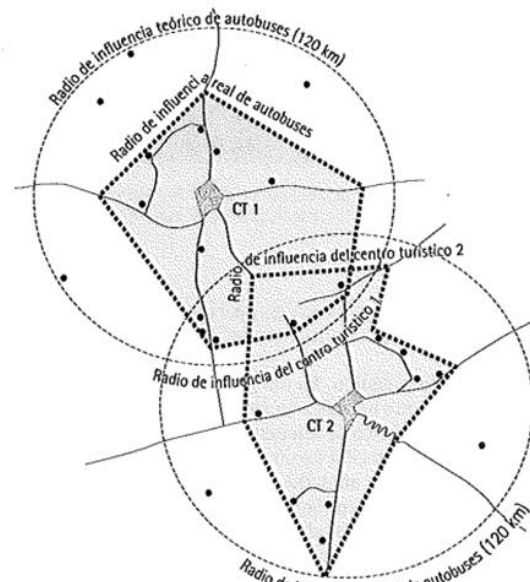
- Centro Turístico (CT): Es todo conglomerado urbano que dentro de su propio territorio o de su propio radio de influencia cuenta con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. Estos pueden ser de distribución, de estadía, de escala y de excursión. Cada centro turístico tiene su radio de influencia, que es de dos horas de distancia-tiempo, dependiendo del vehículo que se utilice y del camino, que puede ser carretera de tierra o autopista. En la ilustración 7. Se muestra el radio de influencia de un centro turístico.
- Complejo turístico: No es muy frecuente y consiste en una agrupación mayor que un centro y menos que una zona. Posee uno o más “atractivos de la más alta jerarquía, cuya visita, asociada a la de otros que los complementan, supone una permanencia igual o superior a tres días. Un complejo turístico, para existir, depende de la presencia de, por lo menos, un centro turístico de distribución, pero también puede estar estructurado con base en dos o mas centros (ilustración 8).

Ilustración 10. Radio de influencia de un centro turístico.



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 33

Ilustración 11. Estructura física de los complejos turísticos



Fuente: Panosso & Lohmann (2012). Teoría del turismo, pag. 33

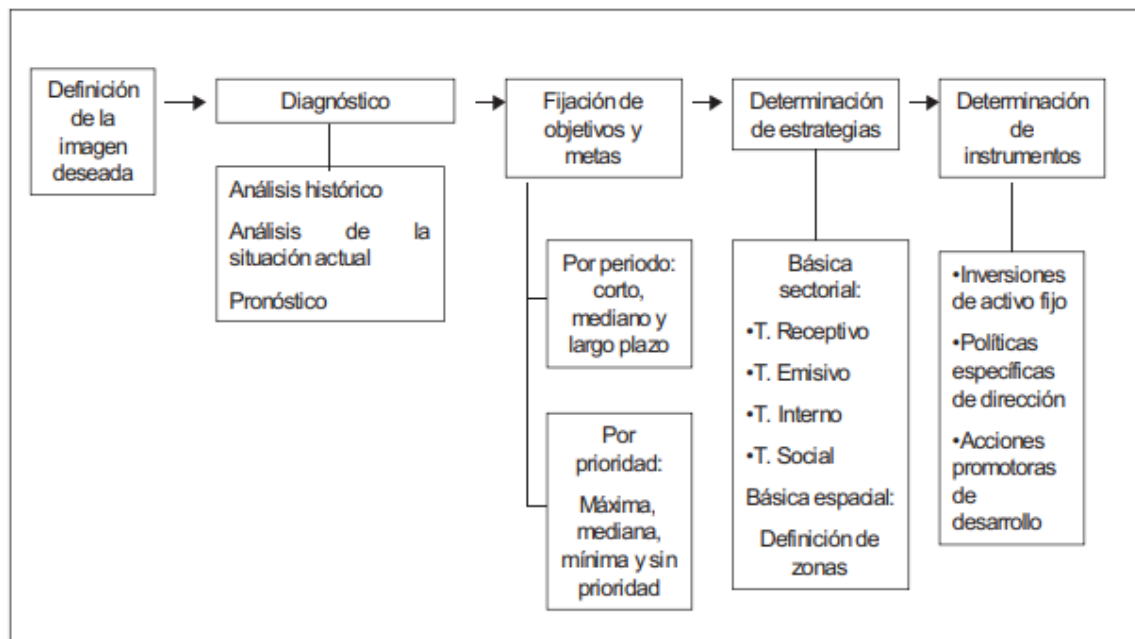
- Unidades turísticas: Son concentraciones menores de equipamiento que se forman para explotar intensamente uno o varios atractivos situados uno junto a otro. Estos pueden ser parques acuáticos, un bosque con mirador y sendas de caminatas por el bosque.
- Núcleo turístico: Es una agrupación turística que posee entre dos y nueve atractivos turísticos y que se encuentra aislada en un territorio, lo que dificulta su funcionamiento.
- Conjunto turístico: Es un núcleo turístico que queda unido a una red de carreteras, factor que modifica su situación espacial. Se trata de una etapa o fase en la que el núcleo turístico se encuentra en la consolidación de su funcionamiento por medio de la construcción de una empresa turística. La evolución del conjunto turístico lo transforma en unidades o centros turísticos.
- Corredor turístico: son las vías que unen los componentes del espacio turístico y pueden ser de traslado o de estadía.

- Corredores turísticos de traslado: son las redes de caminos de un país por las que pasan los flujos turísticos para terminar su camino. Se debe dar prioridad a los corredores que tengan un paisaje más agradable. Algún ejemplo sería La Carretera Panamericana.
- Corredor turístico de estadía: Desempeña una función combinada de centro y corredor turístico. Son áreas amplias que generalmente se encuentran a lo largo de ríos, lagos o mares. Como ejemplo el Puerto de la Libertad.

2.2.7 Modelos de planes de desarrollo turístico.

2.2.7.1 Modelo de planificación para el desarrollo de Hernández Díaz

Ilustración 12. Modelo de Planificación para el Desarrollo de Hernández Díaz.

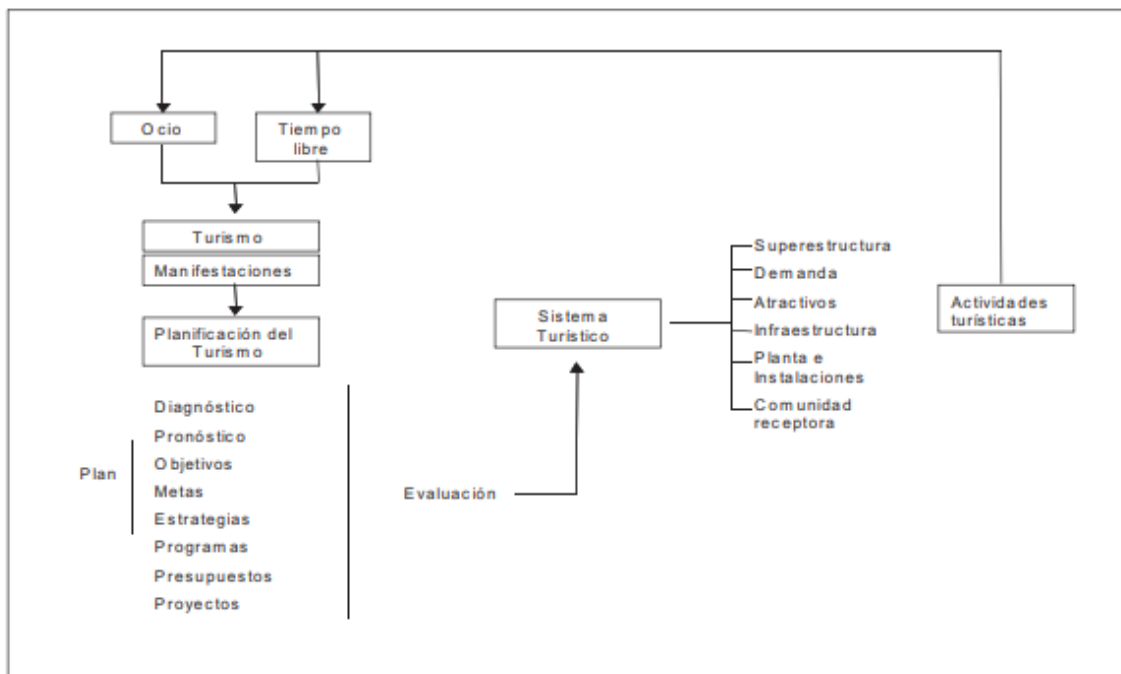


Fuente: Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 297. ISSN: 1405-8626.

Hernández (Osorio García, 2006) lo Describe como un modelo para el desarrollo, Hernández propone seguir este esquema metodológico para definir la planificación del sector turístico a un nivel nacional desde una perspectiva de planificación económica. Su modelo plantea dos aspectos a distinguir (véase ilustración 10): el primero es que parte de la definición de la imagen deseada como primer paso, acercándolo a un paradigma prospectivo, el segundo radica en la importancia que concede a la estrategia como un elemento fundamental en el proceso.

2.2.7.2 Modelo para la planificación integral del turismo de Molina y Rodríguez

Ilustración 13. Modelo para la Planificación Integral del Turismo de Molina.



Fuente: Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 296. ISSN: 1405-8626.

Molina (Osorio García, 2006) considera que se trata de un modelo integral, porque establece que el análisis debe considerar una serie de variables que condicionan el modelo y el nivel de vida del grupo humano, tales como: culturales, sociales, psicológicas, políticas, legales, ecológicas y económicas.² Contempla al turismo como manifestación del ocio y el tiempo libre y no meramente como una actividad económica, adicionalmente establece como elementos del sistema a la comunidad receptora y a la superestructura, lo que no se presenta en otras propuestas. Este modelo sirvió de base para el estudio de la planificación turística desde una perspectiva sectorial en ámbitos locales o regionales, y marco a toda una generación en la década de los años ochenta, sin embargo, al momento aparece como limitada ante los nuevos modelos de planificación estratégica y de planificación del turismo sustentable.

Años más tarde (1987) en colaboración con Sergio Rodríguez Abitia, consideran un modelo más integral para poder superar las limitantes del modelo de Sergio Molina, planteado 5 años atrás (1982). El modelo (Osorio García, 2006) recupera los elementos integrales ya establecidos en la propuesta de Sergio Molina, pero apunta a la consideración de dos fases de la planificación, con lo que aparece más coherente en su concepción. Cabe resaltar que el modelo señala como “fines” a lo que regularmente se denomina objetivos y metas, también destaca que separa la elaboración de programas y su presupuestación como parte de la fase de aplicación y fuera del documento del plan, lo que operativamente resulta pertinente.

Aunque estos modelos apuntaron hacia propuestas integrales y con la intención de contribuir a un proceso de desarrollo ligado a las necesidades de ocio y tiempo libre de la población interna, sus alcances resultaron limitados operativamente. Se considera que su mayor contribución consistió en proporcionar

² Nota de los autores: Esta bastante impregnada una idea del modelo industrial de la sociedad de Krippendorf, al mencionar un nivel social que se acondicionan por factores sociales y culturales; para conseguir un prestigio social.

esquemas conceptualmente claros y metodológicamente sencillos para estudiar la planificación turística (*idem*).

Tabla 2. Modelo para la Planificación Integral del Turismo de Molina y Rodríguez.

Fase	Actividades (etapas)	Documento
Definición	Diagnos Prognosis Establecimiento de fines Selección de estrategias Selección de instrumentos	Plan
Aplicación	Programación Presupuestación Instrumentación Evaluación	Programa Proyecto

Fuente: Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 298. ISSN: 1405-8626.

2.2.7.3 Modelo de planeación turística de Kaiser y Helber.

Como parte de un modelo (Osorio García, 2006) con énfasis económico, el modelo de Kaiser y Helbert mayormente se ve con una visión americana (una visión expansionista), el modelo es una propuesta resultado del conocimiento y experiencia de los autores en la dirección de estudios y programas de desarrollo turístico alrededor del mundo. Claramente revela su énfasis en la negociación con autoridades públicas y privadas para el desarrollo de centros turísticos a través de la elaboración de planes maestros. El punto clave del proceso radica en la planeación conceptual, en tanto que es la fase en la que se define el tipo desarrollo turístico a realizar y a que mercado será dirigido.

Ilustración 14. Modelo de Planeación Turística de Kaiser y Helber.

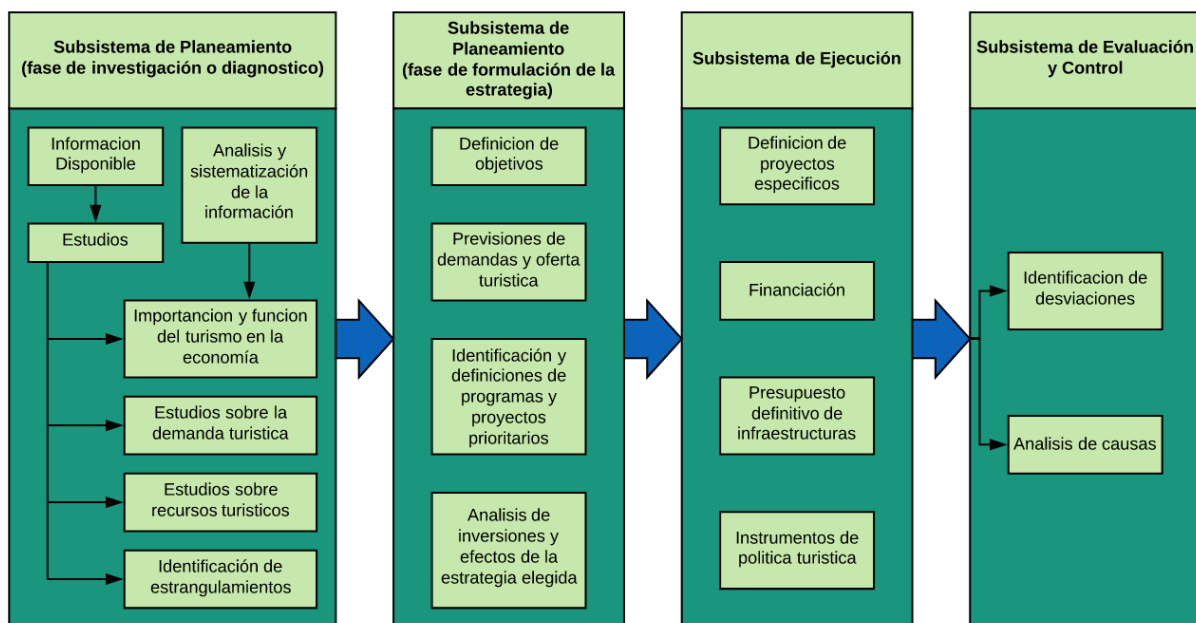


Fuente: Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales,300. ISSN: 1405-8626

2.2.7.4 Modelo de planeación económica del turismo de bote.

Siempre como parte de los modelos económicos, el modelo (Osorio García, 2006) de Bote con una visión española (más conservador y tradicional), se formula sobre una concepción sistemática de la planificación, en la que reconoce a tres subsistemas: el de planeamiento, el de ejecución y el de evaluación y control. El primero de los subsistemas se subdivide en una fase de investigación o diagnóstico y una formulación de la estrategia. Su precisión metodológica sobre la elaboración de los estudios y la identificación de estrangulamientos ha sido una aportación importante para los estudios de diagnóstico.

Ilustración 15. Modelo de Planeación Económica del Turismo de Bote.



Fuente: Osorio García, Maribel (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 300. ISSN: 1405-8626.

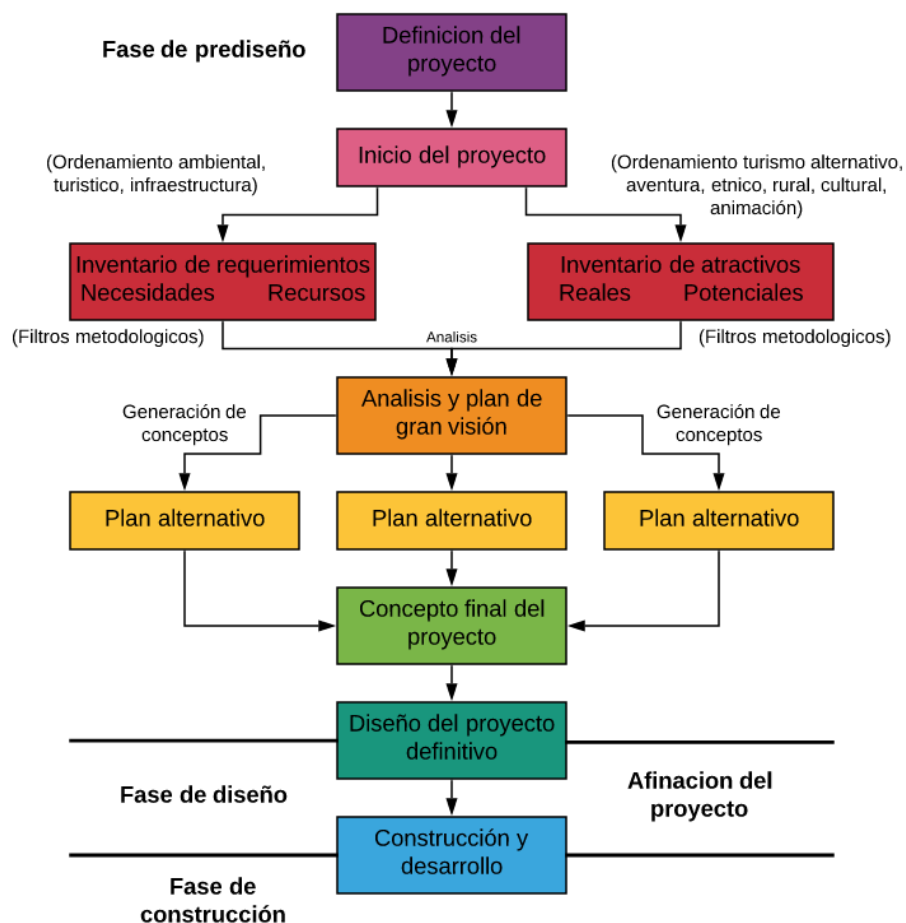
2.2.7.5 Modelo de planeación del turismo alternativo de Zamorano

El Modelo de Planeación de turismo alternativo propuesto por Zamorano en el 2012 (Acosta Uribe, Barrientos Gutiérrez, & Pulido Criollo, 2017), está integrado por tres fases de prediseño, la fase de diseño y la fase de construcción. En la primera, se realizan una serie de tareas destinadas a obtener información indispensable para su posterior ordenamiento y análisis, que permitan su consecución dentro de los marcos de sustentabilidad que requiere la prestación de servicios de turismo alternativo.

Realizado el ordenamiento, los diagnósticos solicitados, las comisiones técnicas y las concertaciones, puede continuarse con la segunda y tercera fase. Para este fin se necesitan tres matrices: la matriz de funcionalidad, la cual hace referencia a la parte funcional de servicio, es la parte mecánica y física que considera aquellos elementos relacionados con los desplazamientos, sus formas, distancias, señalamientos, además de la comodidad y seguridad (Acosta Uribe, Barrientos Gutiérrez, & Pulido Criollo, 2017).

La matriz de interpretación estética considera los factores y elementos que convierten al servicio (producto) en alternativo con sus aspectos escénicos, grados de confinamiento, oportunidades creativas secundarias de cada atractivo. La matriz de integración, consolida todos los elementos aislados del ecoturismo, etnoturismo y turismo de aventura (ilustración 18).

Ilustración 16. Modelo de Planeación del turismo alternativo de Zamorano.



Fuente: Acosta Uribe, Barrientos Gutiérrez, Pulido Criollo. MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA. Aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja, pag. 643

2.2.7.6 Modelo de planificación turística nacional y regional de la OMT

La OMT (OMT, 1993) propone un proceso de siete etapas: estudio preliminar, objetivos de desarrollo, estudios y evaluaciones, análisis y síntesis, formulación del plan, recomendaciones y ejecución y, gestión. A decir de los estudios y evaluaciones, estos recogen informaciones referentes al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura, a través de talleres, encuestas y sondeos que

permiten la identificación de la carga y la actitud de la comunidad receptora. Respecto a esta última, se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas existentes en la comunidad (véase la ilustración 19).

Ilustración 17. Modelo de Planificación turística nacional y regional de la OMT.

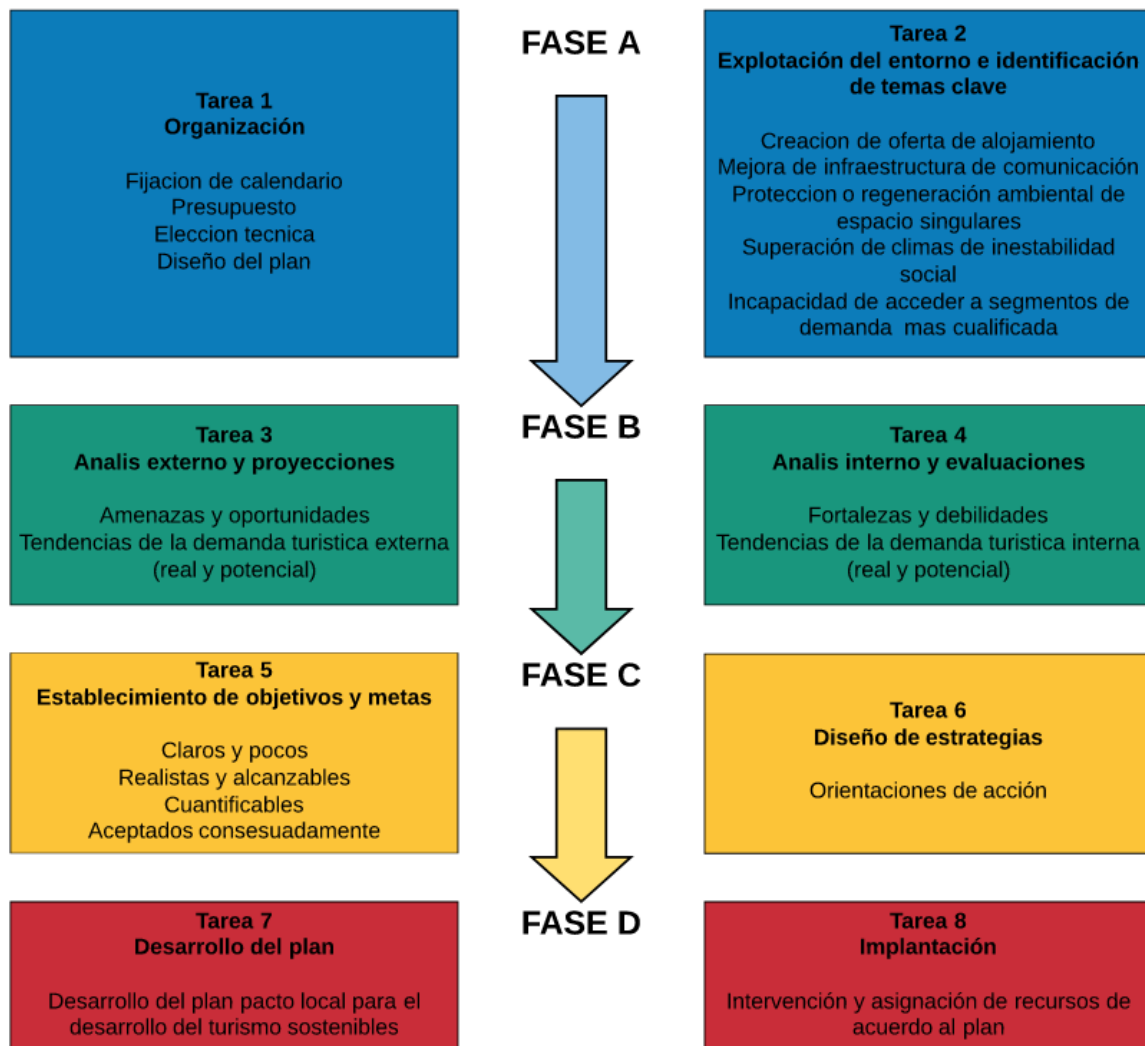


Fuente: Acosta Uribe, Barrientos Gutiérrez, Pulido Criollo. **MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA.** Aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja, pág. 642

2.2.8 MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES DE LA OMT

La OMT (OMT, Guía para administradores locales: desarrollo turístico, 1999) brindó una propuesta de planificación turística a nivel local y municipal, en la cual profundiza el proceso en aspectos como ordenamiento territorial, modalidades turísticas, gestión y creación de productos turísticos. En dicho modelo concede protagonismo al ámbito local-municipal en el liderazgo o dirección del proceso de constitución de un destino turístico sostenible. En este sentido, ofrece un modelo flexible concertado de abajo a arriba (Ilustración 17).

Ilustración 18. Modelo de Planificación estratégica de destinos turísticos OMT.



Fuente: Acosta Uribe, Barrientos Gutiérrez, Pulido Criollo. MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA. Aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja, pág. 645

2.3 MARCO NORMATIVO

2.3.1 Instituciones Rectoras del Turismo.

Tabla 3. Diferentes Instituciones Rectoras del Turismo en El Salvador.

<p>Ministerio de Turismo (MITUR)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un organismo rector en materia turística, encargada de velar por el cumplimiento de la Política y el Plan Nacional de Turismo, a través de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria, ministerio que fue creado mediante Decreto Ejecutivo el 1 de junio del año 2004.
<p>Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una institución autónoma, creada con la finalidad de promover los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, la función de CORSATUR es promocionar permanentemente al Salvador, a nivel nacional e internacional, como un destino turístico coordinado con los diferentes actores del sector.
<p>Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una institución responsable de fomentar la sana "Recreación Familiar y Social" en el país, procurando el "Buen Vivir" de más de 4 millones de salvadoreños por medio de los 14 de parques acuáticos y naturales ubicados en 8 departamentos de El Salvador, el Instituto Salvadoreño de Turismo fue creado por el Directorio Cívico Militar de El Salvador, el cual parte del Decreto de Ley N° 469 del 13 de diciembre de 1961.
<p>Policia de Turismo (POLITUR)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El POLITUR es la división de turismo de la Policía Nacional Civil en El Salvador, se encarga de proteger los lugares turísticos, manteniendo presencia constante en esos sitios. Además presta servicio de seguridad personalizada a turistas internacionales y nacionales que lo soliciten.
<p>Ministerio de Medio Ambiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es la entidad gubernamental encargada de la gestión ambiental del país. el organismo tiene como misión revertir la degradación ambiental y la reducción de riesgos socioambientales. así mismo, es el encargado de realizar la política nacional del medio ambiente.

Fuente: Elaboración Propia.

2.3.2 Constitución de La Republica de El Salvador.

En el Art. 1 de La Constitución de la Republica otorga que es de obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.

Es vital fomentar el desarrollo turístico a través de la organización, en conjunto a las comunidades, municipalidades e instituciones correspondientes, coordinando y creando vínculos para promover los sitios turísticos del país, lo que permitirá contribuir al crecimiento económico local y nacional, a la vez mejorar la calidad de vida de la población.

Por tanto, se requiere mejorar y diversificar la oferta turística, sin dejar por desapercibido el respeto y cuidado al medio ambiente y a todos los recursos naturales que posee el país.

2.3.3 Leyes del Sector Turismo a nivel nacional

2.3.3.1 Ley de Turismo

La (Ley de Turismo) de la Republica de El Salvador fue creada en el 2005 y está dividida en 10 capítulos.

En el Art.1. Establece que tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

En el Art. 2, se detalla lo requerido en materia de turismo y lo que involucra este sector y lo establece en los siguientes literales.

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 servicios 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) Empresas Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación;
- h) CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo;
- i) Cabotaje: servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos;
- j) Construcción: creación o edificación de obras nuevas;
- k) Ampliaciones: constituyen una inversión complementaria para aumentar una obra ya existente.
- l) Remodelación: es el cambio en la estructura o la forma de una obra arquitectónica que aumenta el valor de la misma.
- m) mejoras: son aquéllas que se introducen en obras o estructuras ya existentes sustituyendo ciertas partes, aumentando el valor de las mismas.

En el Art. 8. Establece que los recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren el inventario turístico del país, serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones. Las entidades y organismos del Estado o de las municipalidades que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier otro tipo de infraestructura, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de

tales recursos y las de su ámbito de influencia, para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructuras que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas.

La protección a los recursos antes mencionados en el Art. 8 es de suma importancia hacerlo valer y cumplir, de tal manera, que ni las entidades gubernamentales o privadas puedan cometer acciones no éticas y de corrupción sobrepasando el bien común.

Art. 15. Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural, artesanal y folklórica.

Debe de haber una regulación en el uso y la explotación de los recursos que involucren las actividades turísticas en el municipio.

Art. 20. Los beneficios e incentivos que se establecen en la presente Ley están dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país.

2.3.3.2 Ley de CORSATUR

(Ley de CORSATUR, 1996) Art. 1. Crease la Corporación de Salvadoreña de Turismo como una entidad autónoma de derecho público que podrá abreviarse CORSATUR y que en el texto de la presente ley se denominará “La Corporación”.

En el Art.2. hace referencia a la finalidad que tiene la Corporación de acuerdo al desarrollo turístico, a través de las siguientes actividades:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;

- b) Llevar el registro nacional de turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. Como actividad complementaria a dicho registro, la corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las empresas turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema.

- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que prestan.

- d) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El reglamento de esta ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

2.3.3.3 Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo

En el apartado uno del Art. 2. (Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo , 1961) establece que El Instituto tendrá como finalidad la administración de los centros recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes. Además, tendrá a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar, social y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos centros, coordinación de medios de transporte accesibles y otras establecidas en la ley.

2.3.3.4 Ley de Fomento de la Industria Turística

(Ley de Fomento a la Industria Turística , 1967) Art. 1. El objeto de la presente Ley es el fomento de las empresas que se dediquen a actividades relacionadas con la explotación de la industria turística, tales como el establecimiento y operaciones de hoteles, moteles, hoteles de apartamentos, restaurantes, agencias de viajes y cualquiera otras que tengan por finalidad la prestación de un servicio turístico.

Jucuarán cuenta con poca cantidad de hoteles y ranchos de alojamientos, estos están de acorde a la cantidad de visitantes que buscan alojarse por uno o varios días, al tener más afluencia turística este rubro podrá crecer.

2.3.3.5 Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador.

(Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador, 1993) El Art. 1.- La presente Ley tiene por finalidad regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del

Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la administración del Patrimonio Cultural del país, quien en el transcurso de la presente Ley se denominará el Ministerio.

Para los efectos de la presente Ley, Patrimonio Cultural y Tesoro Cultural Salvadoreño son equivalentes. Fomentar la riqueza cultural del municipio de Jucuarán permitirá a las nuevas generaciones conocer el significado y el valor histórico que tienen las diferentes fuentes turísticas.

2.3.4 Leyes del Sector Ambiental a nivel nacional

2.3.4.1 Ley de medio ambiente

Según el Art.1 de la ley de Medio Ambiente; (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2012) La presente ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

2.3.5 Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.

Según Art.1 de la Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo; (Social, 2004) El objeto de la presente ley es establecer los requisitos de seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo, a fin de establecer el marco básico de garantías y responsabilidades que garantice un

adecuado nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras, frente a los riesgos derivados del trabajo de acuerdo a sus aptitudes psicológicas y fisiológicas para el trabajo, sin perjuicio de las leyes especiales que se dicten para cada actividad económica en particular.

2.3.6 Política Nacional de Turismo de El Salvador

(Turismo, 2013) La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador 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.

La participación ciudadana en la construcción de la política y su difusión pública, constituyen una oportunidad para establecer un espacio permanente de diálogo abierto y participativo entre todos los actores que inciden en el desarrollo del sector, para reforzar el compromiso de las instituciones nacionales y locales de gobierno, de la iniciativa privada y de los ciudadanos en general como protagonistas en el diseño y la consecución de los objetivos definidos en las esferas de decisión social.

La presente Política convoca a los actores públicos y privados que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad para que el turismo incida en el desarrollo local y nacional; al tiempo que se ofrecen experiencias significativas para los visitantes, incrementando su satisfacción, gasto per cápita y estadía, convirtiéndolos en agentes multiplicadores que recomienden a los destinos de El Salvador.

2.3.6.1 Visión de la Política Nacional de Turismo

(Turismo, 2013) 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 en la República de El Salvador, sea rentable, distributivo y responsable.

2.3.6.2 Misión de la Política Nacional de Turismo

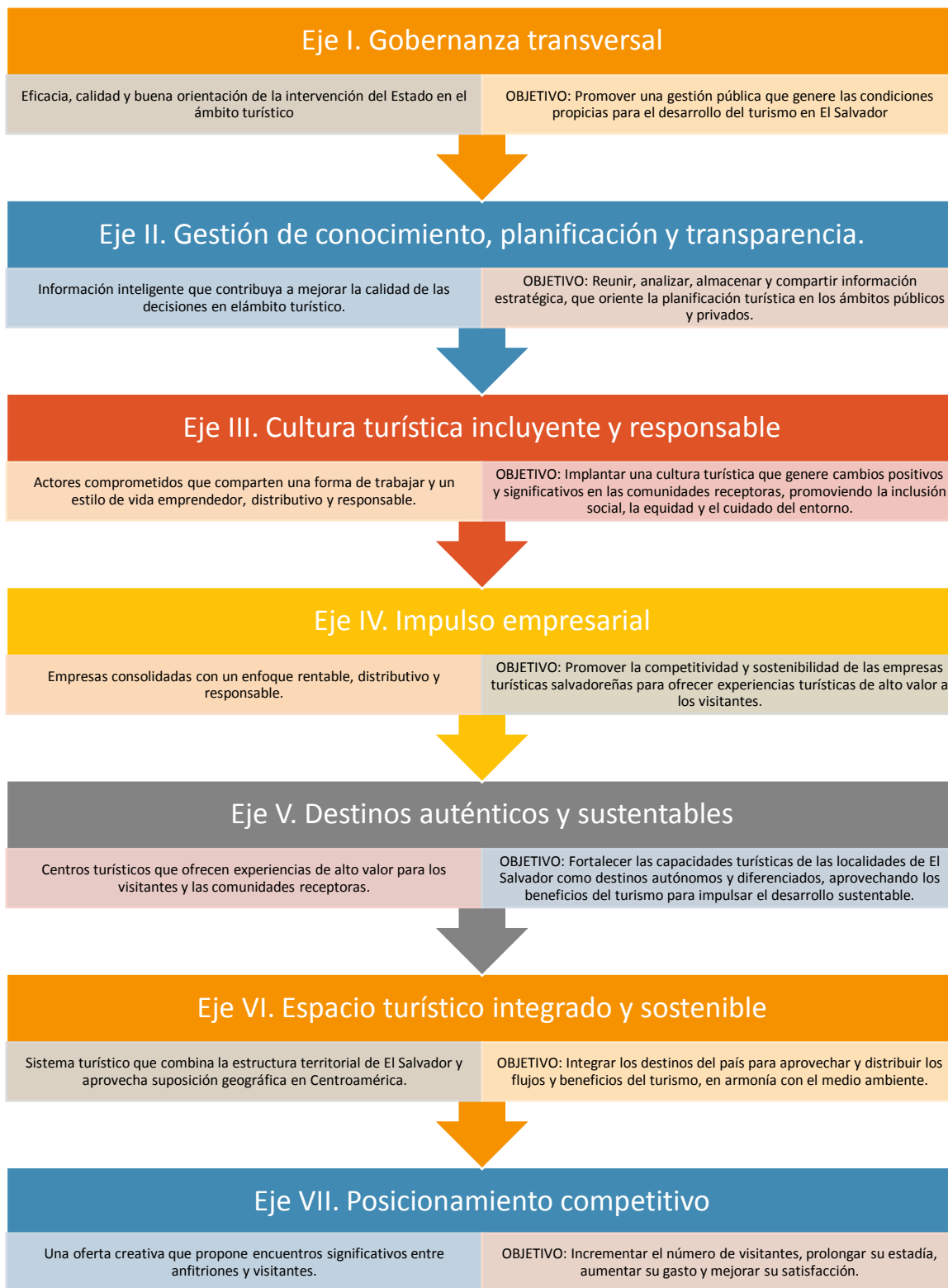
(Turismo, 2013) Establecer las pautas para que la actividad turística en la República de El Salvador sea un punto de encuentro para todas y todos los salvadoreños, residentes o no en el país; y que a su vez, logre convocar a ciudadanos de otros países a encontrarse y vincularse con la cultura, las costumbres y tradiciones del país, así como con el entorno salvadoreño.

2.3.6.3 Objetivos de la Política Nacional de Turismo

- Posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país.
- 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.

2.3.6.4 Ejes de la Política

Ilustración 19. Ejes de la Política Nacional de Turismo.



Fuente: Ministerio de Turismo de El Salvador, Política Nacional de Turismo, 2013

2.3.7 Normas ISO

Los estándares ISO son acordados internacionalmente por expertos, se piensa en ellos como una fórmula que describe la mejor manera de hacer algo. Por lo mismo se toman en cuenta algunas normas o estándares ISO, que son aplicables al turismo podemos mencionar los siguientes:

- **ISO 13009: 2015;** Turismo y servicios relacionados: requisitos y recomendaciones por el funcionamiento de la playa
- **ISO 18513: 2003;** Servicios Turísticos – Hoteles y otros tipos de alojamientos turísticos – Terminología.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria permitió tener el primer acercamiento con la realidad turística que enfrentó el municipio de Jucuarán durante el año 2020, así mismo nos presentó los primeros matices de la problemática y repercusiones que hubo por causas de la emergencia nacional.

Este tipo de investigación como se analiza en (Shutterstock, 2017) se realiza para conocer el tema que se abordará, lo que nos permita “familiarizarnos” con algo que hasta el momento desconocíamos. Los resultados de este tipo de investigación nos dan un panorama o conocimiento superficial del tema.

3.1.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva permitió obtener información de datos y características del fenómeno de estudio, lo que conlleva tener un parámetro para analizar datos cualitativos y cuantitativos de la realidad a estudio. Esto se puede traducir en las fortalezas y debilidades que se pudieron observar cómo grupo dentro de la temática turística del municipio.

Este tipo de investigación como se presenta en (Shutterstock, 2017) es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se están abordando y que se pretenden analizar.

3.2 FUENTES DE INFORMACION

3.2.1 Fuentes Primarias

Las fuentes primarias son aquellas (Morán Delgado & Alvarado Cervantes, 2010) constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura, y proporcionan datos de primera mano: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis, disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales, videocintas, foros y páginas de Internet.

Como se menciona anteriormente, son fuentes primarias aquellas que están en contacto directo con la realidad del problema, en este caso las utilizadas en el desarrollo de la investigación están constituidas por:

- Los habitantes del Municipio de Jucuarán
- El Gobierno Local y organismos municipales
- Turistas que visitan el municipio
 - Turistas locales o nacionales
 - Extranjeros o turistas internacionales
- Empresas del Municipio de Jucuarán
- El mercado competidor

3.2.2 Fuentes Secundarias

Como Mencionan (Morán Delgado & Alvarado Cervantes, 2010) son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de

conocimiento en particular, donde se mencionan y comentan brevemente artículos, libros, tesis, etcétera.

Las fuentes secundarias se podrían mencionar como las que no se encuentran en un contacto directo con la problemática, pero son necesarias para conocer la profundidad del problema, ayudan mucho a familiarizarnos con este, entre algunas tenemos:

- Libros de Marketing turísticos y comerciales
- Libros de turismo y planeación turística.
- Tesis sobre turismo
- Modelos de sostenibilidad turística
- Modelos de planeación turística
- Folletos de turismo
- Información obtenida de internet
- Y otras fuentes bibliográficas.

3.3 POBLACIÓN Y DISEÑO DE LA MUESTRA

3.3.1 Población

La población es el universo de individuos sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones, normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo. Para la investigación se consideran población: todos los habitantes del municipio de Jucuarán que según (Economía & Censos, 2007) el último censo realizado a 2007 eran de 13,424 habitantes, así como los potenciales turistas que visitan este lugar o similares, y empresarios del municipio.

3.3.2 Diseño de la muestra

Según como lo define (Cordova Zamora, 2003) muestra es una parte de la población seleccionada de acuerdo con un plan o regla, con el fin de obtener información acerca de la población de la cual proviene. La muestra debe ser seleccionada de manera que sea representativa de la población. Un método de selección de muestras representativas es el azar simple, esto es, cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser seleccionada para la muestra.

3.3.2.1 Método de muestreo

Por razones de movilización y una cuarentena domiciliar voluntaria que realizan los habitantes del municipio se encuentra con muchas limitaciones poder aplicar métodos probabilísticos como muestreo aleatorio o cálculos estadísticos de la muestra; por lo que a bien se considera utilizar métodos no probabilísticos, como son el muestreo por conveniencia, se utilizan con el fin de disminuir el acercamiento de los miembros del grupo a personas infectadas por el COVID-19.

3.3.2.1.1 Muestreo No Probabilístico

En este muestreo que presentan (Juarez Duarte, Yle Martinez, Florez Arco, & Inzunsa Caceres, 2012); el investigador escoge los elementos de acuerdo con su juicio, necesidades o conveniencia. Otras muestras que son de este tipo, son las muestras voluntarias, en las que los receptores de lo solicitado, deciden si deben contestar o no. Algunos de los procedimientos a considerar son la observación y muestreos por conveniencia. Sobresalen de los datos cualitativos en este método; algunas herramientas serían las entrevistas personales y grupos focales

La situación nacional al momento de realizar la recopilación de información imposibilita realizar métodos probabilísticos, por lo que se toma a bien utilizar

técnicas e instrumentos virtuales o no presenciales que ayuden a recopilar la información como entrevistas por videollamada y cuestionarios en línea.

Así mismo por las características de un muestro no probabilístico se excogitarán los individuos que formarán parte de la muestra por conveniencia siempre y cuando cumplan con ciertos indicadores como la edad, el sexo y el lugar de residencia.

Por lo mencionado anteriormente, se considera a utilizar en este método las fuentes de información siguientes:

- Los habitantes del municipio de Jucuarán
- Turistas Nacionales y Extranjeros
- El Gobierno Local
- Empresas del Municipio de Jucuarán
- El mercado competidor

3.3.2.2 Tamaño de la Muestra

Ya definidos los métodos de muestreo y las fuentes de información a utilizar se procedieron al cálculo del tamaño de la muestra para cada uno de los elementos de la población que consideramos.

3.3.2.2.1 Habitantes del Municipio de Jucuarán

Por lo que se conoce de la población se tiene que en el municipio de Jucuarán habitaban hasta el 2007 (Salvador, 2008), cerca de 13,424 habitantes. Por tanto, se realizará una escogitación de esta población para determinar la muestra, de estos

podrán formar parte amigos, familiares, vecinos y conocidos; siempre que estos estén dentro de los parámetros de la distribución de la muestra.

Como la recopilación de información de los habitantes será mediante cuestionarios en línea que se les proporcionara mediante un link, cual podrán entrar y contestarla, siempre que exista una conexión estable de internet.

Por lo siguiente consideramos familiares, amigos, vecinos y conocidos del municipio como parte de la muestra de los habitantes de Jucuarán y se limita un rango para el tamaño de la muestra de 75 – 85 personas, siendo esta una porción representativa de la población del municipio, así como una que cuente con el acceso y la comunicación para poder brindarnos su opinión en la problemática planteada, además de mantener un distanciamiento social sano para los miembros del grupo.

3.3.2.2 Turistas Nacionales y Extranjeros

Según datos del ministerio de turismo de El Salvador, se contempla que en el año 2019 se tuvo una afluencia de 2.7 millones de turistas a nivel nacional visitaron las distintas zonas turísticas. Por lo siguiente esta unidad de análisis es importante para el trabajo de investigación, porque en primera podemos determinar una potencial demanda dependiendo de los resultados obtenidos en la recolección de datos. Al igual que con la recopilación de información de parte de los habitantes que se hare por medio de cuestionarios en línea, el análisis de los turistas no será la excepción, se implementará el mismo método para la recolección de información.

Por lo siguiente consideramos familiares, amigos, vecinos y conocidos que hayan visitado alguna vez el municipio de Jucuarán con motivos de turismo, además se limita un rango para el tamaño de la muestra de 50 – 60 personas, siendo esta

una porción representativa de la población del municipio, así como una que cuente con el acceso y la comunicación para poder brindarnos su opinión en la problemática planteada, además de mantener un distanciamiento social sano para los miembros del grupo.

3.3.2.2.3 El Gobierno Local y Organismos Municipales

Dentro del gobierno local se utilizaron entrevistas personales para poder obtener información primaria, para la investigación y el estado de emergencia que enfrente el país, se tuvieron algunas limitaciones de las entrevistas programadas. Por lo que estas se limitaron a una entrevista al alcalde del municipio.

3.3.2.2.4 Empresas del Municipio de Jucuarán

Para efectos de la investigación y por las limitaciones por la pandemia COVID-19 que aqueja el país, se usara una guía de observación.

Tabla 4. Muestra de Empresas del municipio de Jucuarán

Nombre de la Empresa	Rubro
Café Torogoz	Cafetería
Eco Hostal Doña Consuelo	Hotelería y Restaurante
Manglares Bahía Resort	Hotelería y Restaurante
Pollo Campestre	Restaurante
Blue Light Discotec	Club Nocturno
La Campiña	Restaurante
La Piscina	Hotelería y Restaurante
Hotel Delfín Dorado	Hotelería y Restaurante
Hotel los Mangos	Hotelería y Restaurante
Millennium Supermarket	Distribuidores minoristas de productos básicos alimenticios.

Tienda Rodríguez	Distribuidores minoristas de productos básicos alimenticios.
------------------	--

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.2.5 El Mercado Competidor

Dentro del mercado competidor encontramos a algunos de los municipios dentro del departamento de Usulután, que al igual que Jucuarán tienen atractivos turísticos remarcables idénticos o diferenciables que generan una decisión en los consumidores, ya bien como grupo se toman en cuenta algunos municipios como:

Tabla 5. Muestra del mercado competidor departamental

Jiquilisco	Usulután
Alegría	Puerto El Triunfo
Berlín	Concepción Batres

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.3 Distribución de la Muestra

Para las muestras correspondientes a los habitantes y los turistas se estiman rangos representativos y alcanzables durante la cuarentena que se vive a nivel mundial ocasionada por la pandemia del COVID-19.

3.3.2.3.1 Habitantes del Municipio de Jucuarán

La distribución de la muestra para el grupo de habitantes del municipio de Jucuarán; se tomaron algunos aspectos relevantes para la investigación como son:

- Mayores de 18 años y menores de 65 años
- Hombres y mujeres
- Habitantes del municipio
- Pertenecientes a zonas de alta actividad turística dentro del municipio
- Con acceso a internet

Por lo mencionado se estima un rango de 75 – 85 habitantes a encuestar que cumplan con los indicadores mencionados anteriormente.

3.3.2.3.2 Turistas Nacionales y Extranjeros.

Los turistas nacionales y extranjeros como se habrá mencionado anteriormente, pueden existir el sesgo de no poder completar la cantidad de turistas extranjeros, por la problemática nacional ocasionada por la pandemia del virus COVID-19, se utilizarán métodos no probabilísticos que ayudarán a distinguir entre extranjeros y nacionales, para poder brindar un poco más de variedad a la investigación incluyendo este subgrupo de los turistas extranjeros. Para este caso también se formó un perfil del encuestado tal cual era:

- Mayor de 18 años y menor de 65 años
- Hombre y Mujer
- Haber visitado alguna unidad turística del municipio de Jucuarán en los últimos 3 años.

Por lo mencionado se estima por el método de conveniencia un rango de 50 – 60 habitantes a encuestar que cumplan con los indicadores mencionados anteriormente.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN

“El proceso de recolección de datos para una investigación se lleva a cabo mediante la utilización de métodos e instrumentos, los cuales se seleccionan según se trate de información cuantitativa o cualitativa. Algunos procedimientos son

directos como la observación y la entrevista, otros indirectos como los cuestionarios y formatos” (Monje Álvarez, 2011).

3.4.1 Técnicas Cuantitativas

Los datos cuantitativos que se recolectaron mediante algunos instrumentos que se mencionaron más adelante, tendrán como objetivo principal el recabar información numérica y precisa de la situación actual del municipio de Jucuarán en el ámbito de turismo.

3.4.1.1 La Entrevista estructurada

La entrevista estructurada como método es uno de los que nos brinda información detallada de individuos que cuentan con gran cantidad de información y veraz del problema.

“Es talvez el método más comúnmente utilizado para la recolección de datos cuantitativos. La entrevista es un método diseñado para obtener respuestas verbales a situaciones directas o telefónicas, entre el entrevistador y el encuestado” (Monje Álvarez, 2011)

3.4.1.1.1 Diseño de la guía de entrevista

Dentro de las fuentes de información encontramos al gobierno local y organismos municipales que nos brindarían datos primarios de la situación actual del municipio de Jucuarán, así mismo usando este instrumento se conoce más del inventario turístico que tiene el municipio y las medidas que este realiza para poder

sobrellevar la pandemia del COVID-19; el Alcalde Municipal Ing. José Boanerge Carranza Coreas fue el principal entrevistado.

La guía de entrevista contempló preguntas abiertas a temas a tratar de la situación actual del municipio, el inventario turístico y las medidas de sanitización dentro del municipio antes, durante y después de la pandemia del COVID-19.

3.4.1.2 Cuestionario

El Cuestionario viene siendo el instrumento que más se utilizó entre los encuestados de la investigación, además que se crearon perfiles de individuos o consumidores para poder pasar el instrumento a la muestra.

“Es un formato resuelto en forma escrita por los propios sujetos de la investigación. Tiene la ventaja de que reduce los sesgos ocasionados por la presencia del entrevistador, es un formato simple que facilita el análisis y reduce los costos de aplicación.” (Monje Álvarez, 2011)

3.4.1.2.1 Guía del Cuestionario

Para poder realizar la recolección la información a los grupos ya establecidos en la muestra [Los habitantes del municipio de Jucuarán y los turistas nacionales y extranjeros], para esto se realizaron dos cuestionarios estructurados, con preguntas cerradas y de opción múltiple; para la logística y distribución de estos cuestionarios fue a partir de la disponibilidad que existían de los individuos de poder realizar el cuestionario ya sea por medios electrónicos o presenciales.

3.4.2 Técnicas Cualitativas

“Los estudios que utilizan datos de tipo cualitativo emplean métodos de recolección que difieren de aquellos que se utilizan en estudios cuantitativos. Sin desconocer la naturaleza de cada problema investigativo, es aconsejable combinar los métodos de recolección de datos, tanto cuantitativos como cualitativos, para obtener una comprensión más integral de la conducta humana” (Monje Álvarez, 2011)

3.4.2.1 Observación simple

“Su objetivo es comprender el comportamiento y las experiencias de las personas como ocurren en su medio natural. Por lo tanto, se intenta observar y registrar información de las personas en sus medios con un mínimo de estructuras y sin interferencia del investigador.” (Monje Álvarez, 2011)

3.4.2.1.1 Guía de Observación simple

La observación simple nos ayudó a conocer la realidad y la situación del municipio de Jucuarán, donde se encuentran algunos de sus sitios turísticos, empresas, cantones, organismos municipales y mercado competidor del municipio; se indagó alrededor de la atención, los precios y la infraestructura pública y privada del municipio y compararlos con los otros municipios competitivos del departamento.

3.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez recolectada la información procedente del trabajo de campo, se prepararon los instrumentos tanto cuantitativos y cualitativos para su procesamiento, utilizando métodos prácticos como tablas y gráficos de barra y

circulares en el programa del paquete Office, Microsoft Word, para la presentación más ordenada y practica de esta.

3.6 ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

En el análisis de la información se tomaron las respuestas a los cuestionarios, entrevistas y observación, procesando la información en cuadros, graficas que se encuentran disponibles en el programa de Microsoft Word, así mismo se interpretaron cada una de las preguntas y se presentó la conclusión a cada instrumento.

4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Tabulación y análisis de los resultados dirigidos a los habitantes del municipio de Jucuarán.

Datos generales de la población encuestada: habitantes.

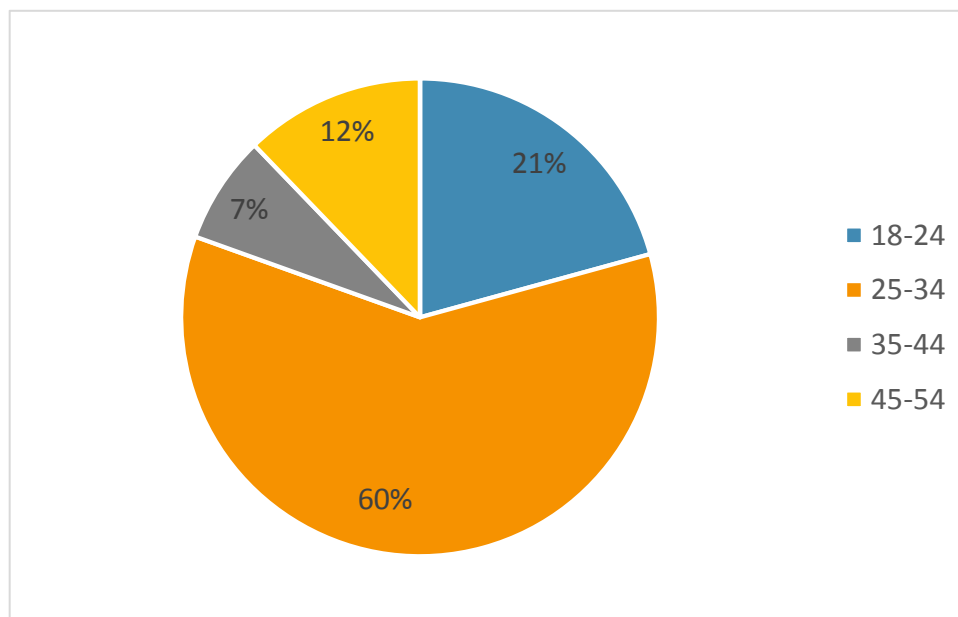
Objetivo: Identificar el promedio de edad de las personas que residen en el municipio de Jucuarán.

Tabla 6. Tabla de resultados para EDAD

Edad	Frecuencia.	Frecuencia Relativa
18-24	17	20.7%
25-34	49	59.8%
35-44	6	7.3%
45-54	10	12.2%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de habitantes

Ilustración 20. Grafica de EDAD



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la tabla 6.

Interpretación: El municipio se identifica por tener en su mayoría adulto-jóvenes, que es algo que beneficia el municipio con la alegría que estos pueden brindar en el trato a los turistas, así como, el sentido de exploración y emprendimiento que pueden aportar a Jucuarán.

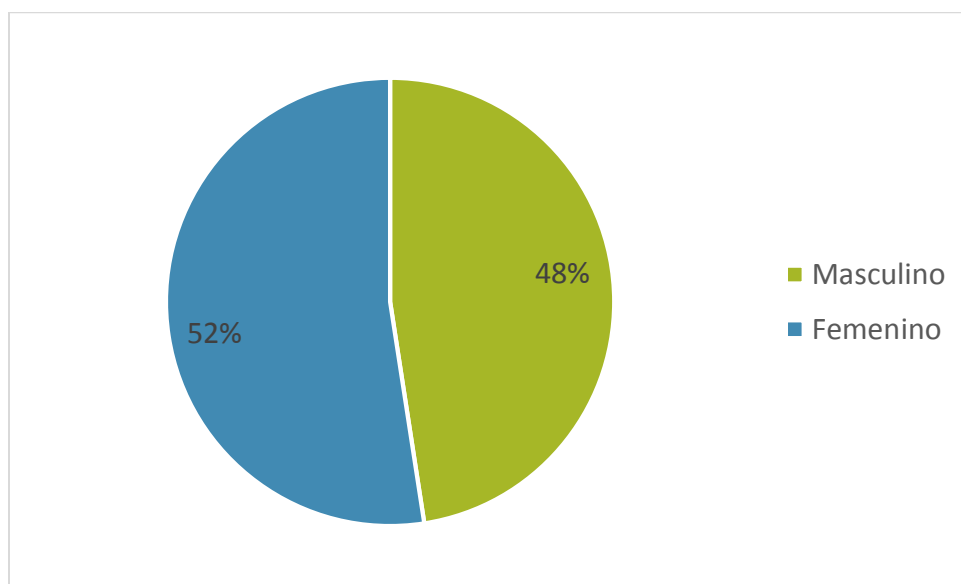
Objetivo: Conocer el porcentaje de habitantes por genero en el municipio de Jucuarán.

Tabla 7. Tabla de resultados para SEXO

Sexo	Frecuencia.	Frecuencia Relativa
Masculino	39	47.6%
Femenino	43	52.4%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de habitantes

Ilustración 21. Grafica de SEXO



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 7.

Interpretación: El parámetro entre los encuestados de ambos sexos estuvo bastante parejo, donde el femenino fue el mayor número de encuestados, se considera que existe mayor proporción de mujeres que de hombres en el municipio.

PREGUNTA N°1: El municipio de Jucuarán cuenta con una gran riqueza natural, ¿Considera usted que podría ser aprovechada para el turismo?

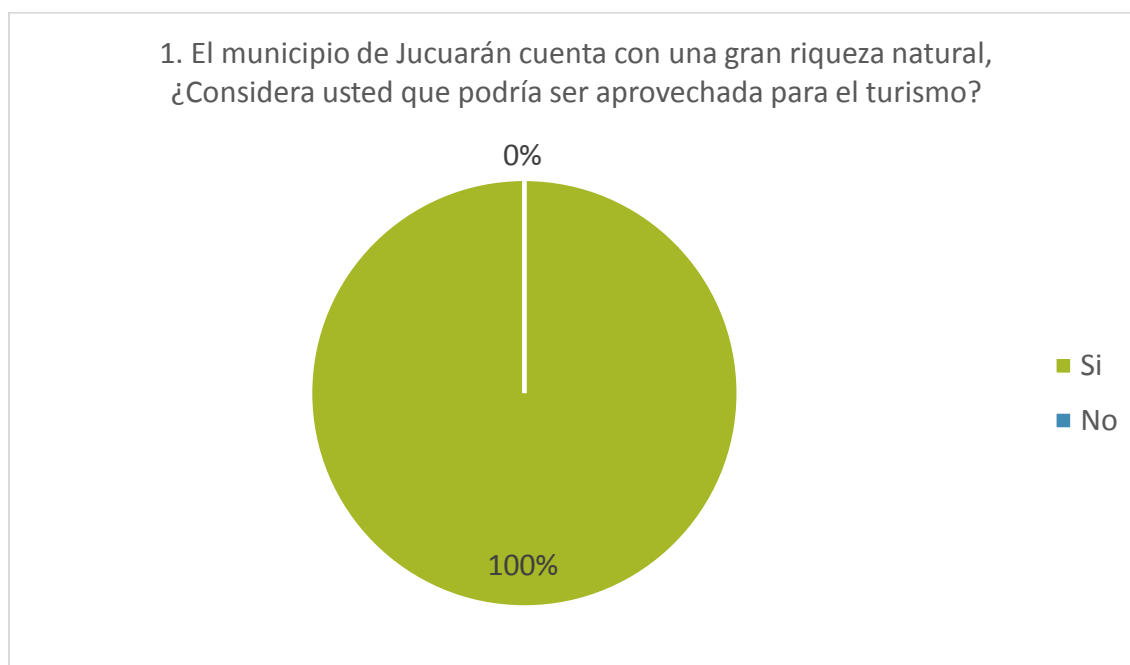
Objetivo: Conocer la opinión de los habitantes del municipio respecto a la riqueza natural innata de Jucuarán.

Tabla 8. Resultados a la pregunta N°1

1. El municipio de Jucuarán cuenta con una gran riqueza natural, ¿Considera usted que podría ser aprovechada para el turismo?	Frecuencia.	Frecuencia Relativa
Si	82	100.0%
No	0	0.0%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de habitantes

Ilustración 22. Grafica de resultados a la pregunta N° 1



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 8.

Interpretación: Se consideraron que todos los habitantes del municipio conocen sobre la riqueza natural de Jucuarán.

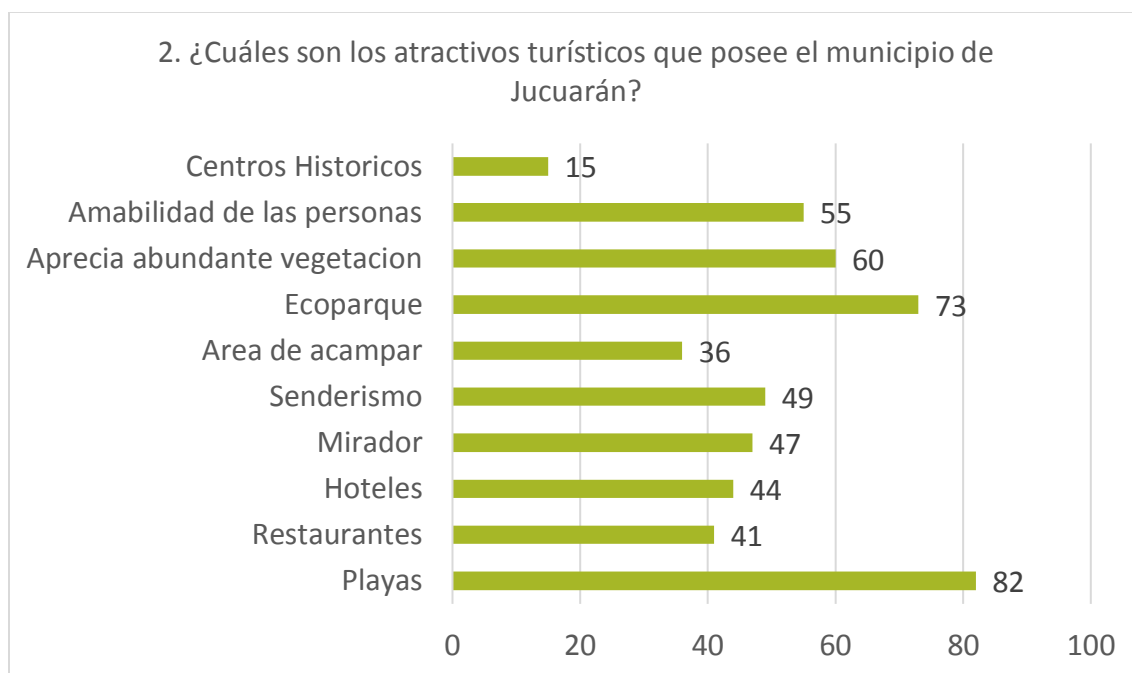
PREGUNTA N°2: ¿Cuáles son los atractivos turísticos que posee el municipio de Jucuarán?

Objetivo: Conocer cuáles son los atractivos turísticos que posee el municipio de Jucuarán.

Tabla 9. Resultados a la pregunta N°2

2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que posee el municipio de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Playas	82	100.0%
Restaurantes	41	50.0%
Hoteles	44	53.7%
Mirador	47	57.3%
Senderismo	49	59.8%
Área de acampar	36	43.9%
Ecoparque	73	89.0%
Aprecia abundante vegetación	60	73.2%
Amabilidad de las personas	55	67.1%
Centros Históricos	15	18.3%
Total de coincidencias	502	-
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 23. Grafica de resultados a la pregunta N°2

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 9.

Interpretación: todos los encuestados estuvieron de acuerdo que las playas son uno de los mayores atractivos turísticos del municipio, seguido del ecoparque y la abundante vegetación y dentro de los menos atractivos encontramos el centro histórico, el área de acampar y los restaurantes.

PREGUNTA N°3: ¿Cuál de los siguientes lugares del municipio de Jucuarán recibe mayor afluencia turística?

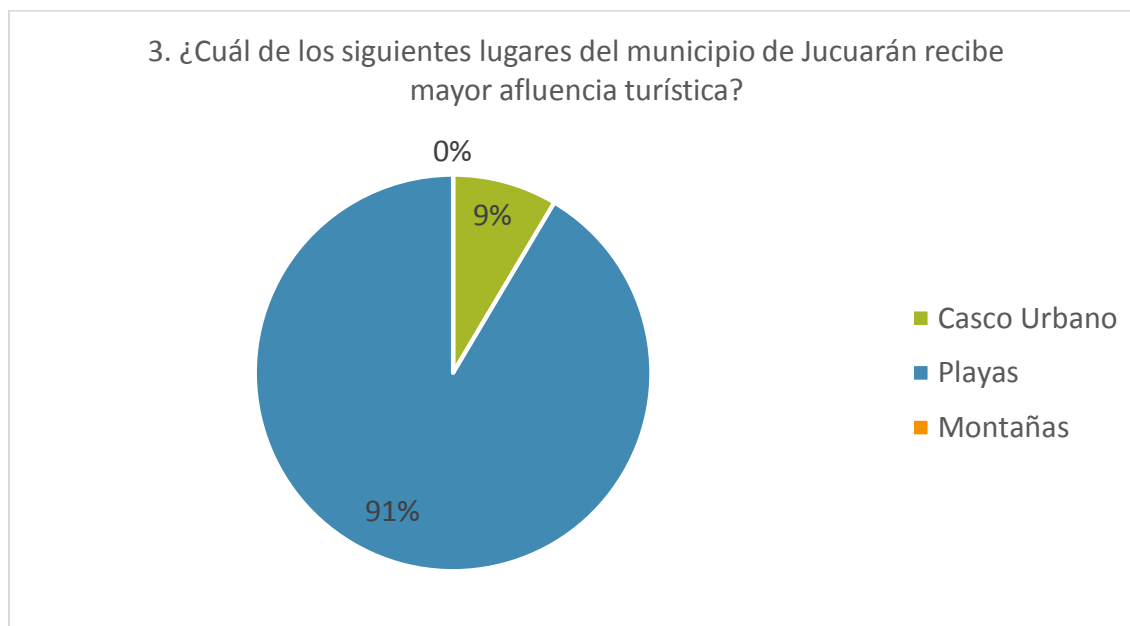
Objetivo: Conocer los lugares del municipio que reciben mayor afluencia turística según la opinión de los habitantes de Jucuarán.

Tabla 10. Resultados a la pregunta N°3

3. ¿Cuál de los siguientes lugares del municipio de Jucuarán recibe mayor afluencia turística?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Casco Urbano	7	8.5%
Playas	75	91.5%
Montañas	0	0.0%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 24. Grafica de resultados a la pregunta N°3



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 10.

Interpretación: Los habitantes consideraron las playas como el conjunto turístico de mayor afluencia o preferencia de los turistas.

PREGUNTA N°4: ¿De dónde proviene la afluencia de turistas?

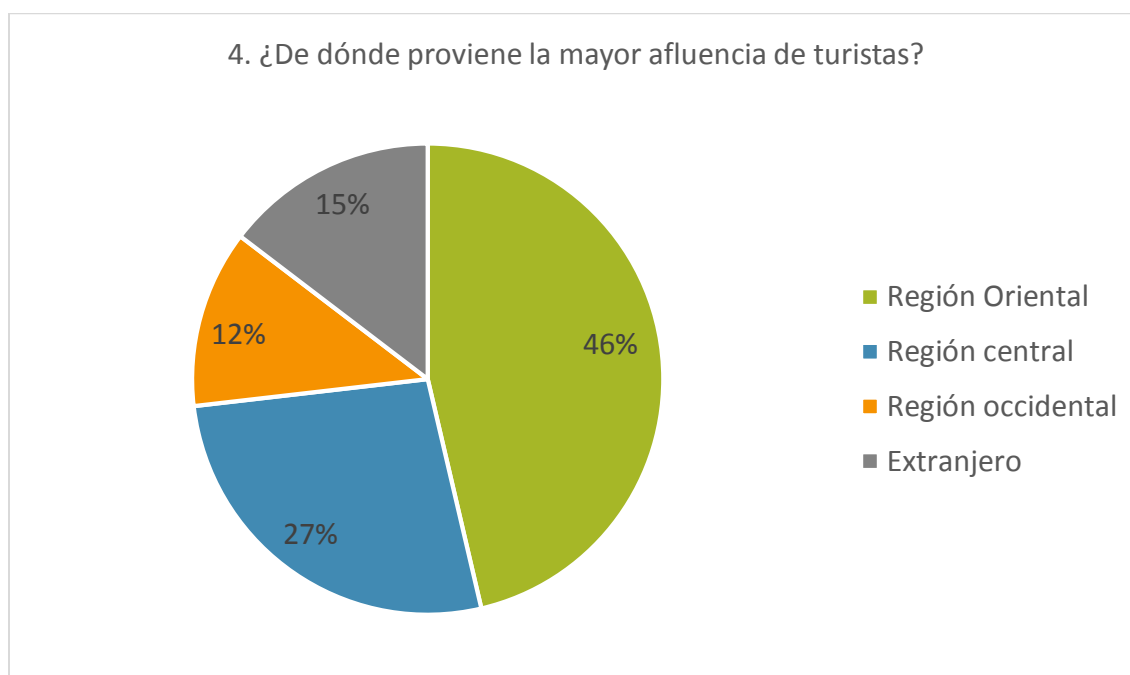
Objetivo: Conocer de qué lugares proviene la mayor afluencia de turistas.

Tabla 11. Resultados a la pregunta N°4

4. ¿De dónde proviene la mayor afluencia de turistas?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Región Oriental	38	46.3%
Región central	22	26.8%
Región occidental	10	12.2%
Extranjero	12	14.6%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 25. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°4



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 11.

Interpretación: Hay mayor afluencia turista de la región oriental del país por la cercanía al municipio y la facilidad de movilizarse, pero se observa una afluencia considerable de la región central.

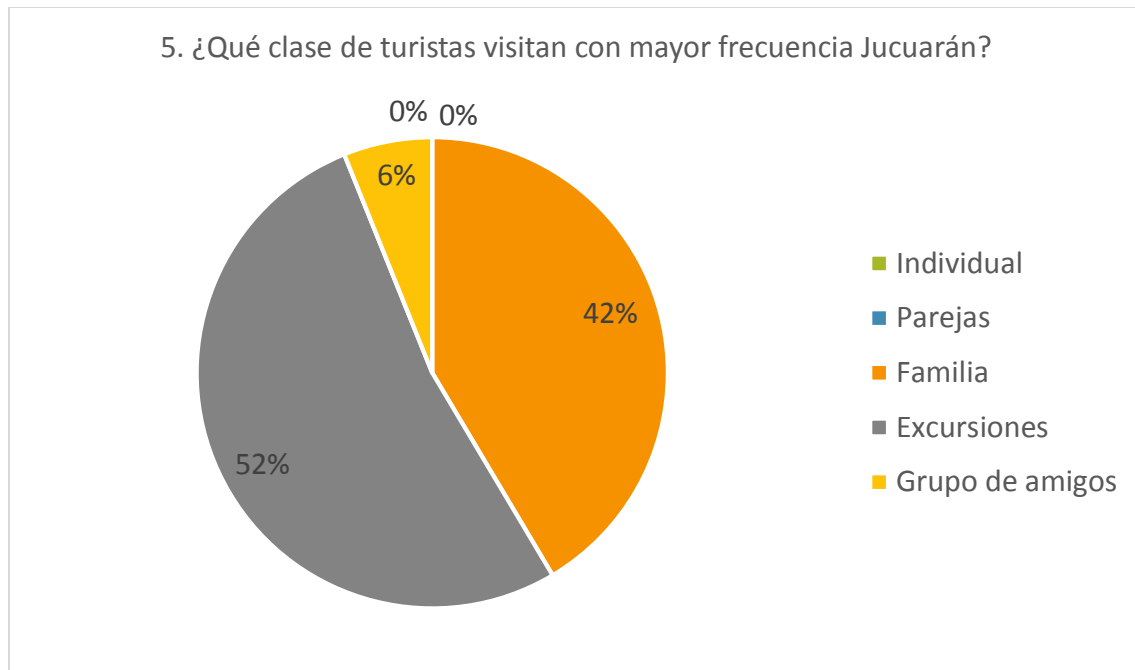
PREGUNTA N°5: ¿Qué clase de turistas visitan con mayor frecuencia Jucuarán?

Objetivo: Indagar sobre como los turistas visitan con mayor frecuencia el municipio de Jucuarán.

Tabla 12. Resultados a la pregunta N°5

5. ¿Qué clase de turistas visitan con mayor frecuencia Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Individual	0	0.0%
Parejas	0	0.0%
Familia	34	41.5%
Excursiones	43	52.4%
Grupo de amigos	5	6.1%
Total de encuestados	82	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 26. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°5

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 12.

Interpretación: Los habitantes opinaron que los turistas prefieren visitar a Jucuarán y sus atractivos turísticos en excursiones, seguido se encuentran visitantes acompañados de familiares y las visitas de manera individual no son muy vistas, se observan nula presencia de grupo de amigos y parejas, debe ser por el mismo caso de visitas en familias o excursiones organizadas.

PREGUNTA N°6: ¿Considera usted que la afluencia de turistas afecta la conservación del medio ambiente?

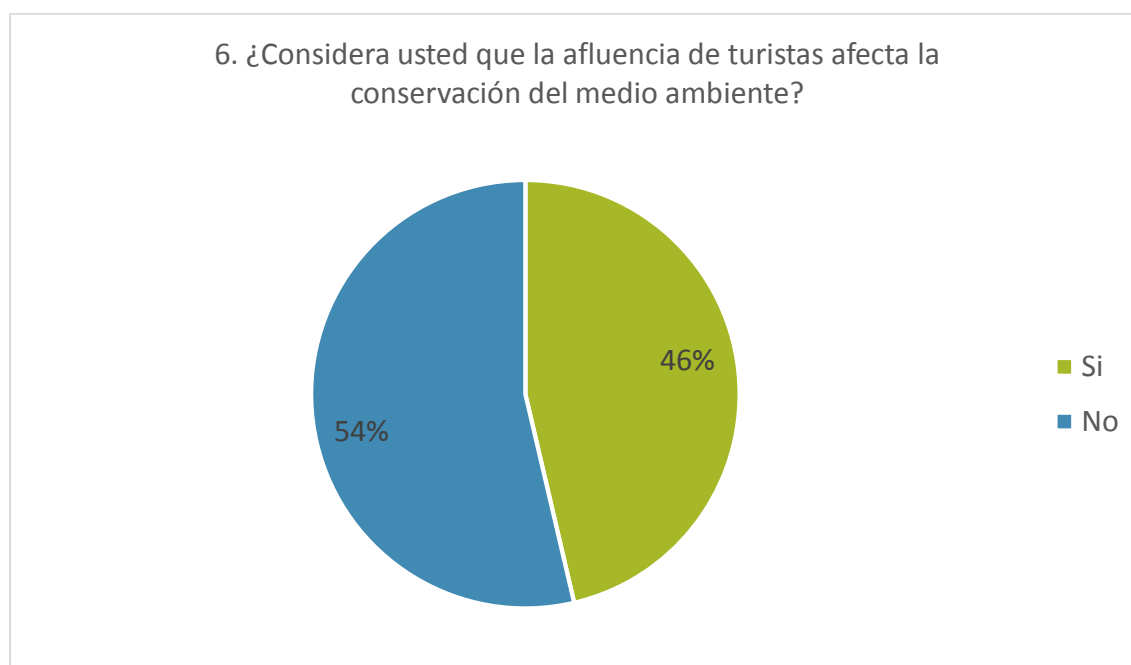
Objetivo: Conocer la opinión de los habitantes con respecto a la conservación ambiental del municipio y como se ve afectada por la afluencia turística del municipio.

Tabla 13. Resultados obtenidos a la pregunta N°6

6. ¿Considera usted que la afluencia de turistas afecta la conservación del medio ambiente?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	38	46.3%
No	44	53.7%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 27. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°6



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 13.

Interpretación: Los habitantes consideraron que la afluencia turística no afecta la conservación ambiental del municipio.

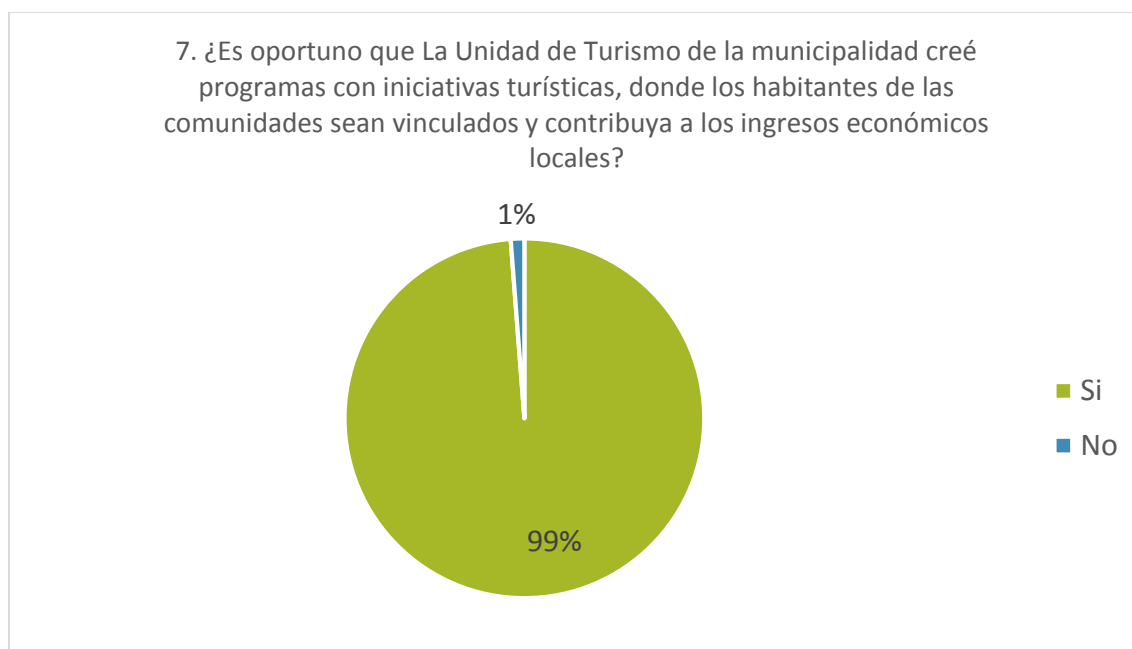
PREGUNTA N°7: ¿Es oportuno que La Unidad de Turismo de la municipalidad creé programas con iniciativas turísticas, donde los habitantes de las comunidades sean vinculados y contribuya a los ingresos económicos locales?

OBJETIVO: Indagar sobre la aceptación de la población a los programas turísticos que inicie la unidad turística del municipio y que contribuyen a los ingresos económicos locales.

Tabla 14. Resultados obtenidos a la pregunta N°7

7. ¿Es oportuno que La Unidad de Turismo de la municipalidad creé programas con iniciativas turísticas, donde los habitantes de las comunidades sean vinculados y contribuya a los ingresos económicos locales?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	81	98.8%
No	1	1.2%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 28. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°7

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 14.

Interpretación: La mayoría de los habitantes consideraron que la unidad turística del municipio cree iniciativas turísticas, donde los habitantes de las comunidades sean vinculados y contribuya a los ingresos económicos locales.

PREGUNTA N°8: ¿Qué tipo de actividades culturales se realizan en el municipio de Jucuarán?

OBJETIVO: Conocer las distintas actividades culturales que se realizan en el municipio de Jucuarán.

Tabla 15. Resultados obtenidos a la pregunta N°8

8. ¿Qué tipo de actividades culturales se realizan en el municipio de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Festival gastronómico	49	59.8%
Festival del maíz	63	76.8%
Festival religioso	62	75.6%
Festival del café y cacao	75	91.5%
Competiciones de surf	1	1.2%
Total de coincidencias	250	-
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 29. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°8

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 15.

Interpretación: En el municipio de Jucuarán se tiene acceso a varios eventos o festivales culturales y turísticos, entre los mas populares esta el festival del café y cacao, los festivales religiosos, el festival del maíz y el festival gastronómico, pero los habitantes no reconocieron o dieron mucha importancia a las competiciones de surf que se realizan.

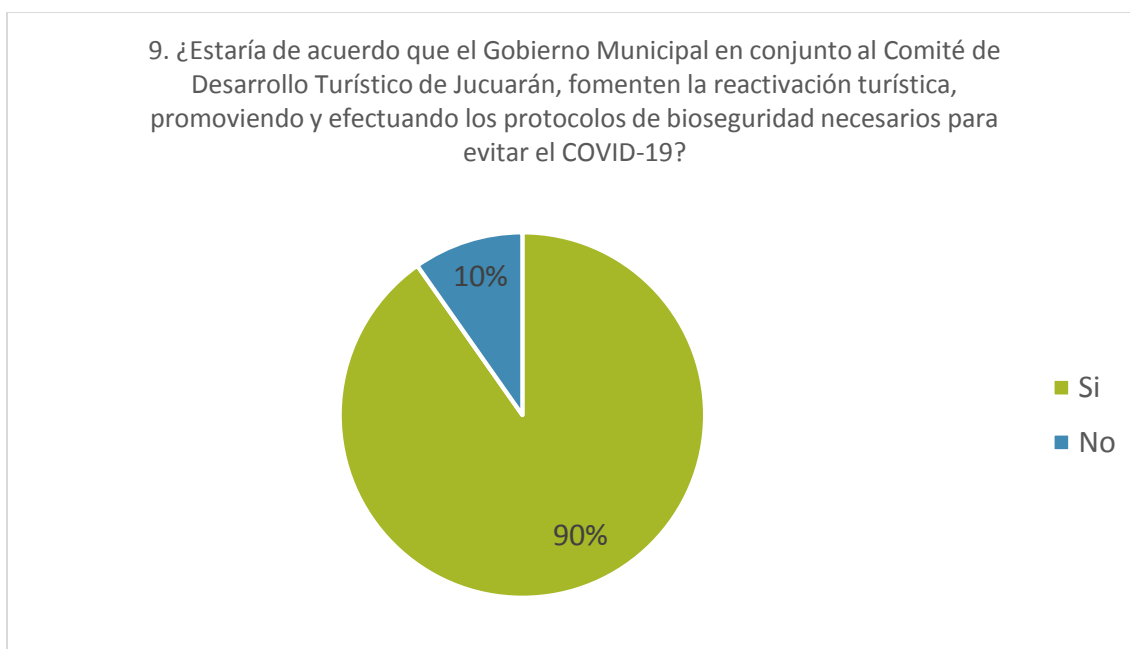
PREGUNTA N°9: ¿Estaría de acuerdo que el Gobierno Municipal en conjunto al Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán, fomenten la reactivación turística, promoviendo y efectuando los protocolos de bioseguridad necesarios para evitar el COVID-19?

OBJETIVO: Indagar sobre la opinión de los habitantes del municipio sobre la reactivación turística promovida por el Gobierno Municipal en conjunto con el Comité de Desarrollo Turístico, efectuando los protocolos de bioseguridad necesarios para evitar el COVID-19.

Tabla 16. Resultados obtenidos a la pregunta N°9

9. ¿Estaría de acuerdo que el Gobierno Municipal en conjunto al Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán, fomenten la reactivación turística, promoviendo y efectuando los protocolos de bioseguridad necesarios para evitar el COVID-19?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	74	90.2%
No	8	9.8%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 30. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°9

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 16.

Interpretación: Una buena parte de la población del municipio considero oportuno la reactivación turística promovida por el Gobierno Municipal en conjunto al Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán.

PREGUNTA N°10: ¿Es fundamental que las empresas conserven las medidas preventivas y sanitarias ante el COVID-19, conforme se vaya reactivando el turismo y la economía del municipio?

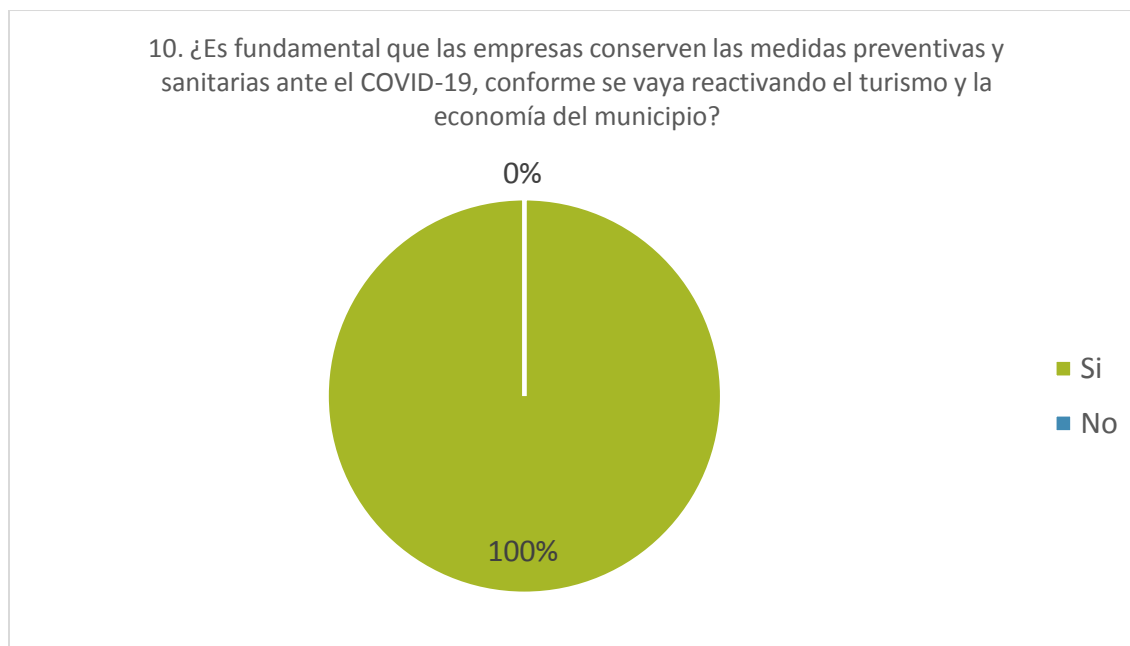
OBJETIVO: Conocer la opinión de los habitantes del municipio referente a que las empresas conserven las medidas preventivas y sanitarias ante el COVID-19, conforme se vaya reactivando el turismo y la economía del municipio.

Tabla 17. Resultados obtenidos a la pregunta N°10

10. ¿Es fundamental que las empresas conserven las medidas preventivas y sanitarias ante el COVID-19, conforme se vaya reactivando el turismo y la economía del municipio?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	82	100.0%
No	0	0.0%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 31. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°10



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 17.

Interpretación: Todos los habitantes del municipio consideraron que las empresas deben mantener las medidas preventivas y sanitarias provocadas por el COVID-19.

PREGUNTA N°11: ¿El Gobierno Municipal ha impulsado y ejecutando proyecto para el desarrollo turístico?

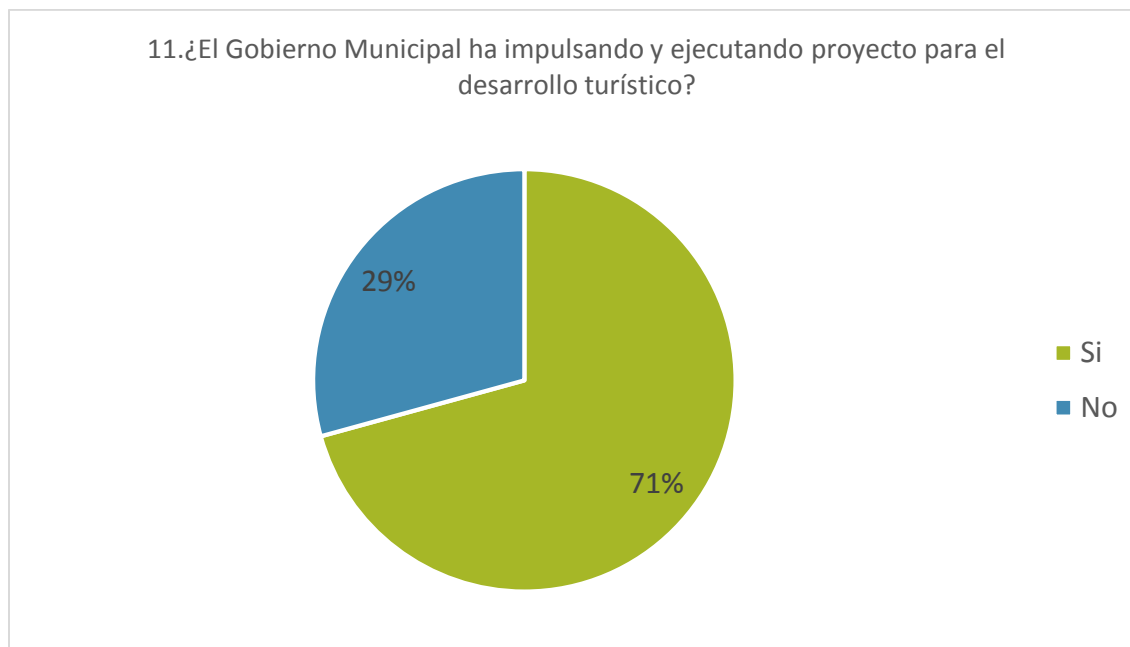
OBJETIVO: Indagar si el gobierno municipal ha impulsado y ejecutado proyectos para el desarrollo turístico.

Tabla 18. Resultados obtenidos a la pregunta N°11

11. ¿El Gobierno Municipal ha impulsado y ejecutando proyecto para el desarrollo turístico?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	58	70.7%
No	24	29.3%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 32. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°11



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 18.

Interpretación: Gran mayoría de los habitantes opinaron que el gobierno municipal ha impulsado y ejecutado proyectos para el desarrollo turístico del municipio.

PREGUNTA N°12: ¿Cree usted que el desarrollo del turismo en Jucuarán generaría beneficios económicos para los habitantes?

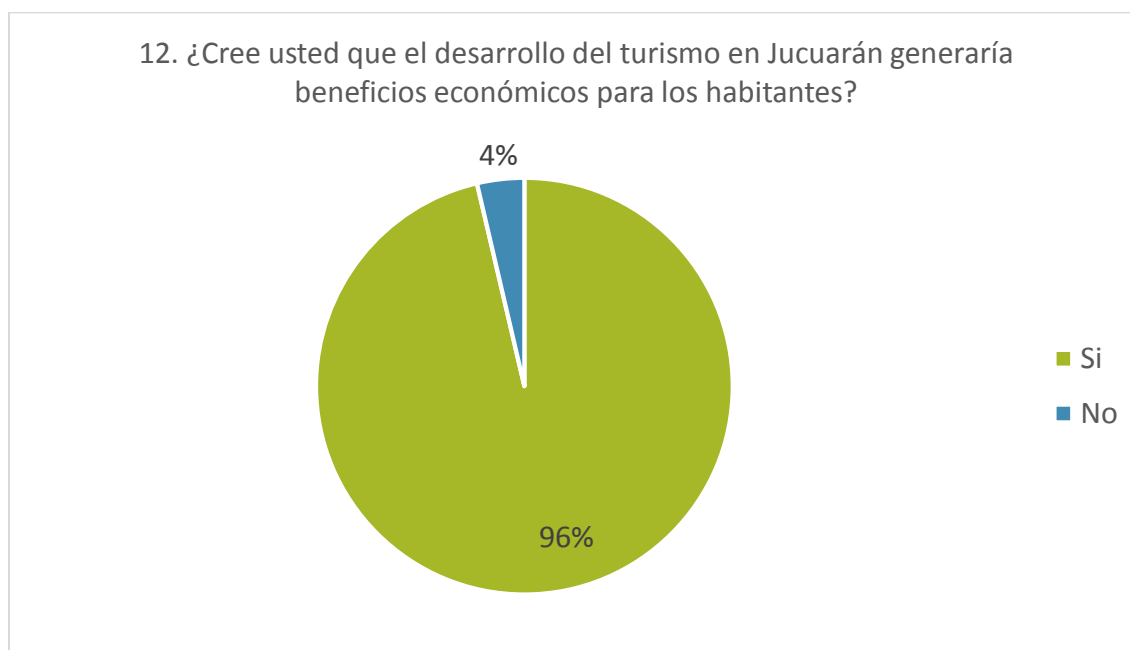
OBJETIVO: Conocer la opinión de los habitantes del municipio sobre si el desarrollo del turismo generaría beneficios económicos para ellos.

Tabla 19. Resultados obtenidos a la pregunta N°12

12. ¿Cree usted que el desarrollo del turismo en Jucuarán generaría beneficios económicos para los habitantes?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	79	96.3%
No	3	3.7%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 33. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°12



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 19.

Interpretación: Gran mayoría de los habitantes opinaron que el desarrollo del turismo en Jucuarán generaría beneficios económicos para los habitantes.

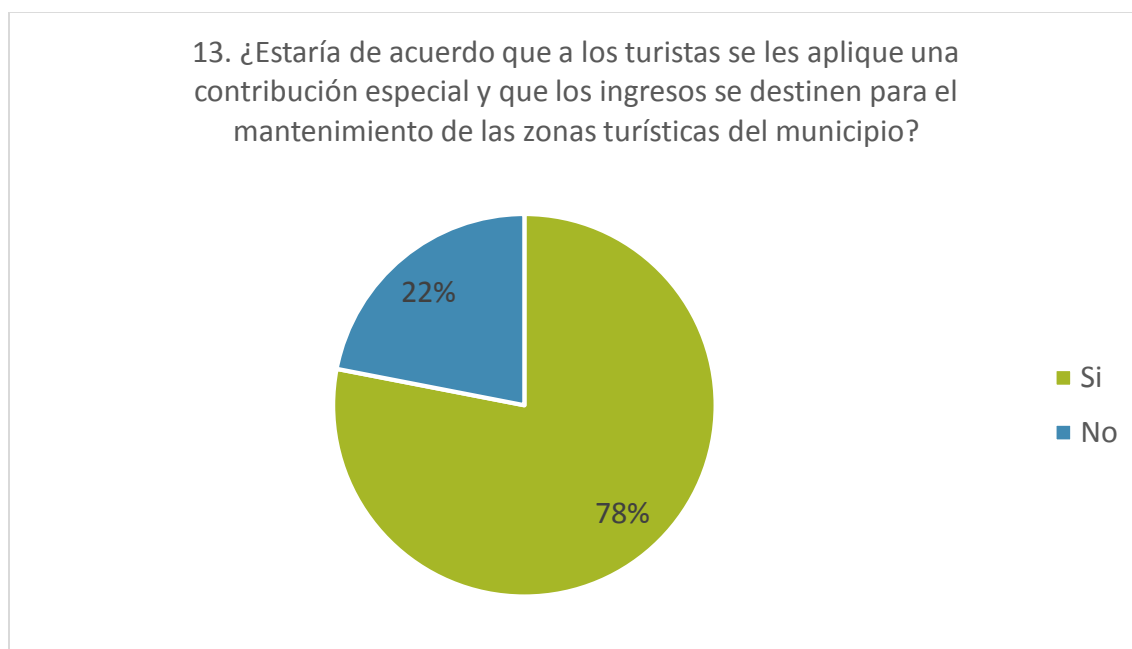
PREGUNTA N°13: ¿Estaría de acuerdo que a los turistas se les aplique una contribución especial y que los ingresos se destinen para el mantenimiento de las zonas turísticas del municipio?

OBJETIVO: Conocer la opinión de los habitantes si esta de acuerdo que los turistas se les aplique una contribución especial y que los ingresos se destinen para el mantenimiento de las zonas turísticas del municipio.

Tabla 20. Resultados obtenidos a la pregunta N°13

13. ¿Estaría de acuerdo que a los turistas se les aplique una contribución especial y que los ingresos se destinen para el mantenimiento de las zonas turísticas del municipio?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	64	78.0%
No	18	22.0%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 34. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°13

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 20.

Interpretación: Más de las dos terceras partes de los habitantes encuestados estuvieron de acuerdo con que se les aplique una contribución especial a los turistas y que los ingresos se destinen para el mantenimiento de las zonas turísticas del municipio.

PREGUNTA N°14: ¿Considera que los ingresos recaudados en concepto de impuestos contribuyen a la ejecución de obras de desarrollo en el municipio?

OBJETIVO: Analizar la opinión de los habitantes del municipio sobre si los ingresos recaudados en concepto de impuestos contribuyen a la ejecución de las obras de desarrollo del municipio.

Tabla 21. Resultados obtenidos a la pregunta N°14

14. ¿Considera que los ingresos recaudados en concepto de impuestos contribuyen a la ejecución de obras de desarrollo en el municipio?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	58	70.7%
No	24	29.3%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 35. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°14



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 21.

Interpretación: mas de la mitad de los habitantes encuestados consideraron que los ingresos recaudados en concepto de impuestos contribuyan a la ejecución de obras de desarrollo en el municipio.

PREGUNTA N°15: ¿Existen en Jucuarán ventas de productos artesanales?

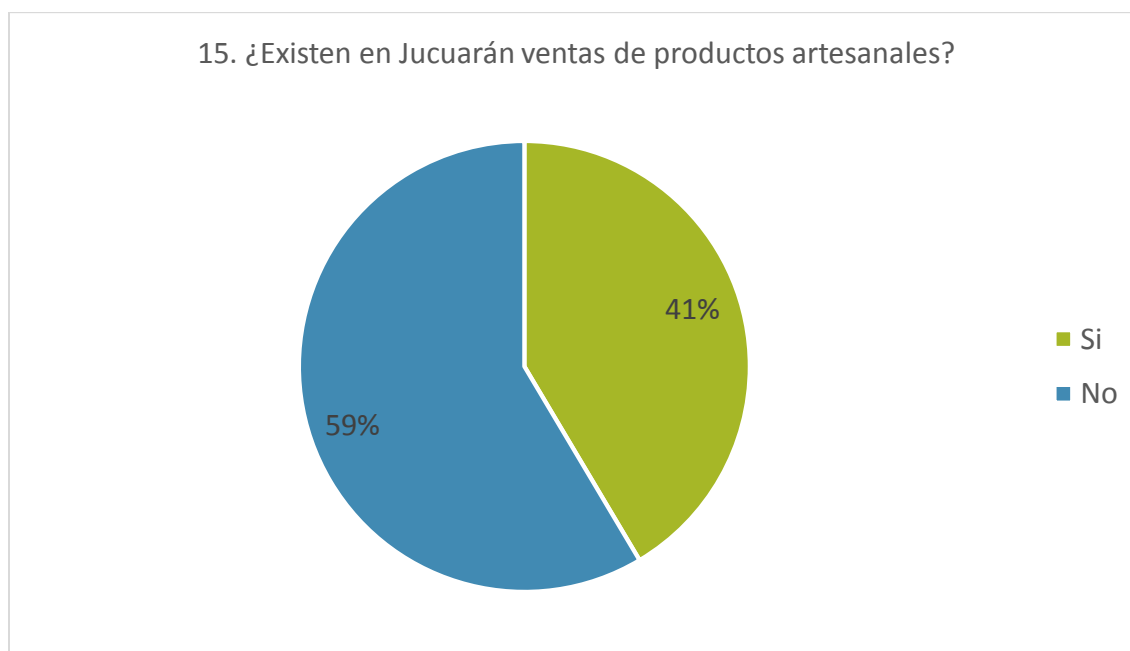
OBJETIVO: Reconocer si existe en Jucuarán ventas de productos artesanales.

Tabla 22. Resultados obtenidos a la pregunta N°15

15. ¿Existen en Jucuarán ventas de productos artesanales?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	34	41.5%
No	48	58.5%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 36. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°15



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 22.

Interpretación: Menos de la mitad de los habitantes reconocen que existen ventas de productos artesanales en Jucuarán, pero existe la mayoría de la muestra que no está de acuerdo o desconoce que vendan artesanías en el municipio.

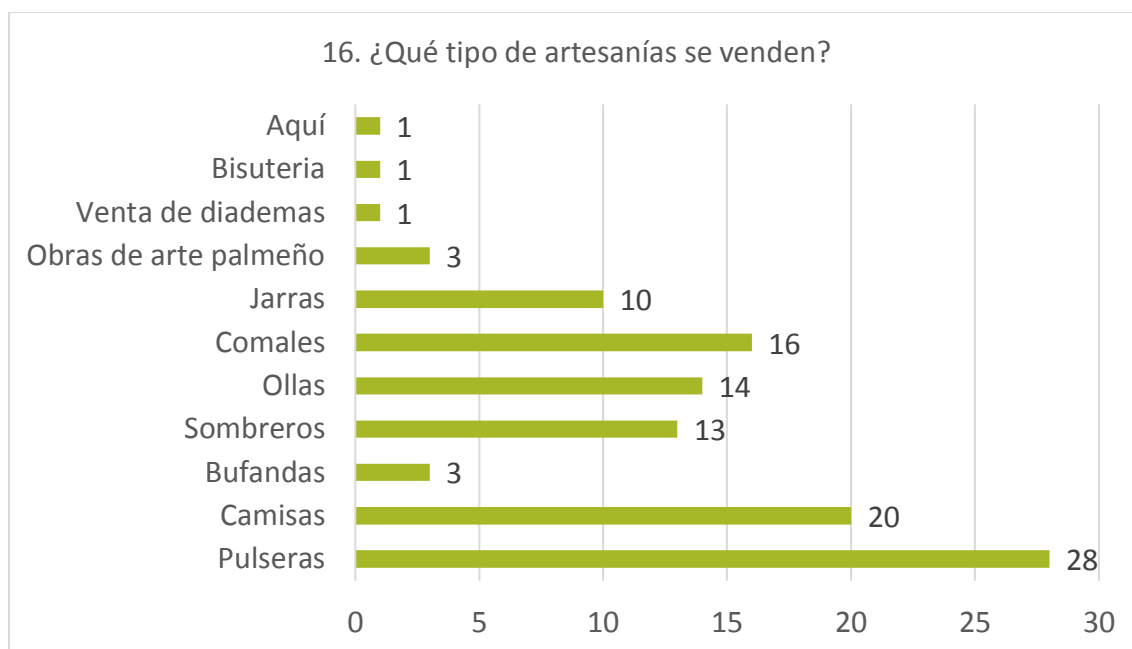
PREGUNTA N°16: ¿Qué tipo de artesanías se venden?

OBJETIVO: Reconocer que tipo de artesanías se venden dentro del municipio.

Tabla 23. Resultados obtenidos a la pregunta N°16

16. ¿Qué tipo de artesanías se venden?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Pulseras	28	82.4%
Camisas	20	58.8%
Bufandas	3	8.8%
Sombreros	13	38.2%
Ollas	14	41.2%
Comales	16	47.1%
Jarras	10	29.4%
Obras de arte palmeño	3	8.8%
Venta de diademas	1	2.9%
Bisutería	1	2.9%
Aquí	1	2.9%
Total de coincidencias	110	-
Total de encuestados	34	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 37. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°16

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 23.

Interpretación: Las pulseras son las artesanías de mayor posicionamiento en Jucuarán, le sigue las camisas, los comales, las ollas, los sombreros y las jarras.

PREGUNTA N°17: ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la elaboración de productos artesanales?

OBJETIVO: Indagar si los habitantes están dispuestos a recibir capacitación para la elaboración de productos artesanales.

Tabla 24. Resultados obtenidos a la pregunta N°17

17. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la elaboración de productos artesanales?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	73	89.0%
No	9	11.0%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 38. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°16



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 24.

Interpretación: Una gran mayoría de encuestados opinaron que estarían dispuestos a recibir capacitación para la elaboración de productos artesanales.

PREGUNTA N°18: ¿Sobre qué tipo de artesanías le gustaría capacitarse?

OBJETIVO: Definir en qué tipo de artesanías le gustaría capacitarse a los habitantes del municipio.

Tabla 25. Resultados obtenidos a la pregunta N°18

18. ¿Sobre qué tipo de artesanías le gustaría capacitarse?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Bisutería	3	4.1%
Elaboración de carteras	3	4.1%
Barro	3	4.1%
Producción de loza (jarras de barro, comales ollas, etc)	2	2.7%
Hamacas	2	2.7%
Bisutería	2	2.7%
Elaboración de imágenes en madera	2	2.7%
Pulseras	2	2.7%
Haciendo todo lo relacionado a ello que se trate de artesanía.	2	2.7%
Alfarería	1	1.4%
De conchas de mar, en madera y semillas	1	1.4%
Arte en bambú o madera y grabado en piedra	1	1.4%
Elaboración de camisas con añil	1	1.4%
Aretes y pulsera	1	1.4%
Pues para aprender hacer pulseras y aretes	1	1.4%
Artesanías en madera	1	1.4%
Pintura	1	1.4%
Macramé	1	1.4%
Adornos para el hogar	1	1.4%
Elaboración de productos de manta (bolsos, camisas)	1	1.4%
conchas y madera	1	1.4%
En elaboración de productos de barro	1	1.4%
Arcillería	1	1.4%
En repostería	1	1.4%
Bordado, crochet, trabajos en barro, trabajos en madera,	1	1.4%
Elaboración de hamacas	1	1.4%
Artesanías hechas de barro	1	1.4%
ARTESANIA PERSONALIZADA SOBRE MATERIALES DUROS	1	1.4%
		Continua...

Artesanías en madera	1	1.4%
Madera	1	1.4%
Me gustaría aprender mármol y vidrio	1	1.4%
Muñecos de barro o cualquier otro objeto artesanal	1	1.4%
Bisutería	1	1.4%
GASTRONOMIA AUTOCTONA	1	1.4%
Sobre pulseras, cuadros, etc.	1	1.4%
Ropa típica	1	1.4%
Textil y calzado	1	1.4%
De madera	1	1.4%
Barro,	1	1.4%
Barro	1	1.4%
Artesanías de barro	1	1.4%
Elaboración de artesanía con elaboración del coco	1	1.4%
Serigrafía	1	1.4%
Accesorios, pintura	1	1.4%
Artesanías de barro y pintura	1	1.4%
Elaboración de bisutería de playa	1	1.4%
Crochet	1	1.4%
Artículos de hogar	1	1.4%
Floristería	1	1.4%
Pintura y arte en madera y piedra.	1	1.4%
Tejido	1	1.4%
Camisas con estampados de lugares turísticos de Jucuarán	1	1.4%
Manualidades bisutería	1	1.4%
Elaboración de artesanías palmeñas	1	1.4%
artesanía con material marino	1	1.4%
Camisas, bufandas y sombreros	1	1.4%
Manualidades de productos del mar como collares de conchas, etc.	1	1.4%
Manufactura	1	1.4%
Manualidades	1	1.4%
Elaboración de hamacas	1	1.4%
Pinturas	1	1.4%
Total de encuestados	73	100.0%

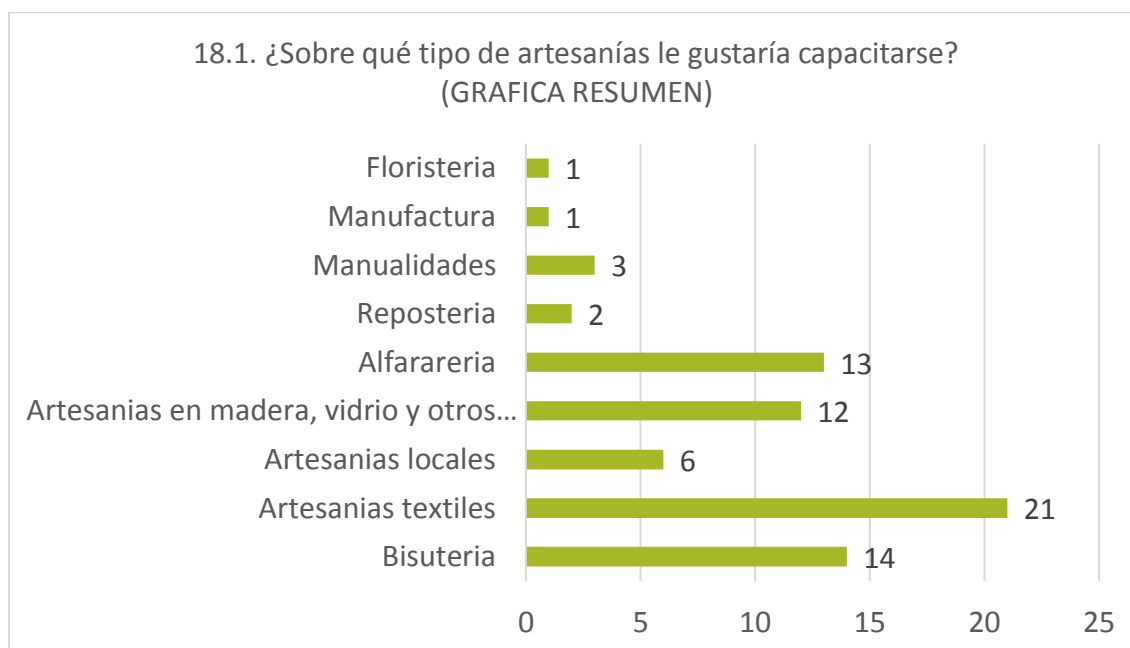
Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Tabla 26. Resultados obtenidos a la pregunta N°18 (Cuadro Resumen)

18.1. ¿Sobre qué tipo de artesanías le gustaría capacitarse? (TABLA RESUMEN)	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Bisutería	14	19.2%
Artesanías textiles	21	28.8%
Artesanías locales	6	8.2%
Artesanías en madera, vidrio y otros materiales duros	12	16.4%
Alfaharería	13	17.8%
Repostería	2	2.7%
Manualidades	3	4.1%
Manufactura	1	1.4%
Floristería	1	1.4%
Total de encuestados	73	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 39. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°18



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 26.

Interpretación: Gran mayoría de los habitantes respondieron que les gustaría recibir capacitaciones en el ámbito de artesanías textiles como camisas, carteras, tejido y macramé, otro porcentaje escogió que les gustaría la bisutería, seguido de la alfarería, y las artesanías en madera, vidrio y otros materiales duros. Las artesanías locales como hamacas, manualidades, repostería, manufactura y floristería fueron los menos solicitados.

PREGUNTA N°19: ¿Cuál es el estado actual de las vías de acceso a Jucuarán?

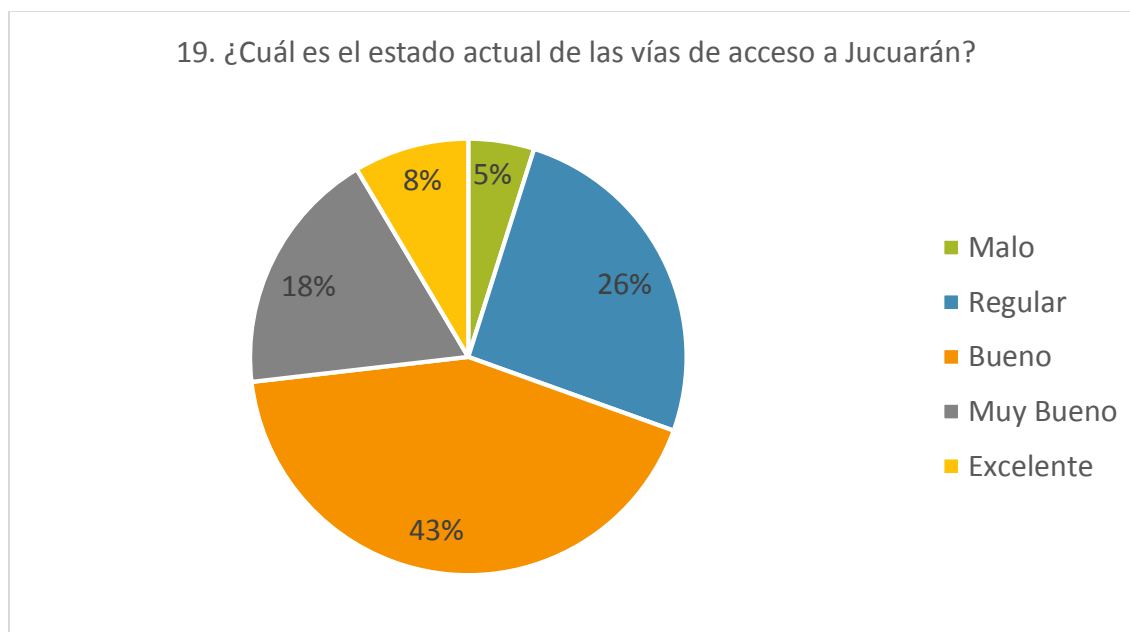
OBJETIVO: Conocer cuales es el estado actual de las vías de acceso a Jucuarán.

Tabla 27. Resultados obtenidos a la pregunta N°19

19. ¿Cuál es el estado actual de las vías de acceso a Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Malo	4	4.9%
Regular	21	25.6%
Bueno	35	42.7%
Muy Bueno	15	18.3%
Excelente	7	8.5%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 40. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°19



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 27.

Interpretación: Los habitantes del municipio opinaron que las vías de acceso a Jucuarán son de buenas a regulares.

PREGUNTA N°20: ¿Considera que Jucuarán posee señalización en las zonas de turismo?

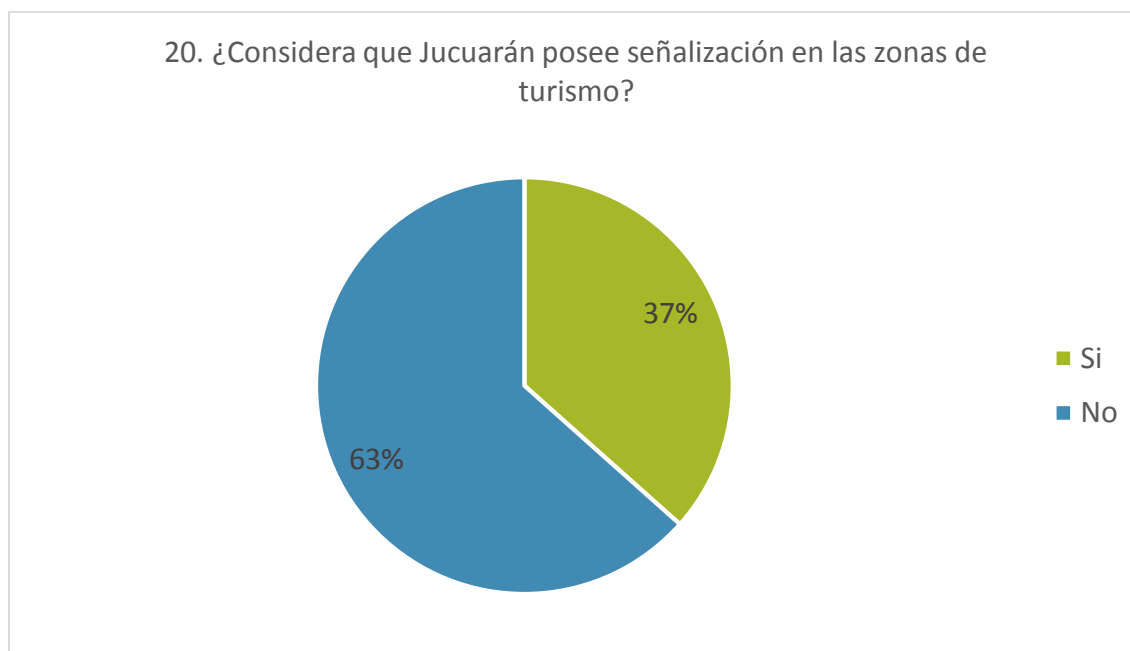
OBJETIVO: Indagar si Jucuarán posee señalización en las zonas dedicadas al turismo.

Tabla 28. Resultados obtenidos a la pregunta N°20

20. ¿Considera que Jucuarán posee señalización en las zonas de turismo?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	30	36.6%
No	52	63.4%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 41. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°20



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 28.

Interpretación: La mayor parte de los habitantes encuestados consideran que Jucuarán posee señalización en las zonas dedicadas al turismo.

PREGUNTA N°21: ¿Cómo califica esas señalizaciones?

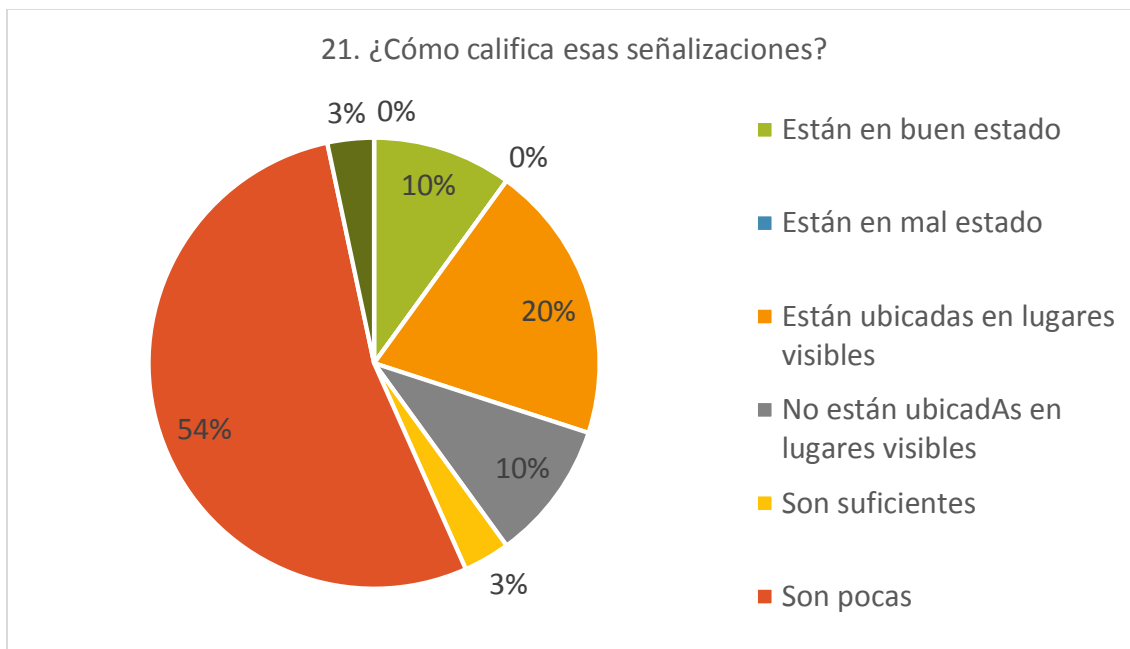
OBJETIVO: Indagar sobre como califican las señalizaciones los habitantes de Jucuarán.

Tabla 29. Resultados obtenidos a la pregunta N°21

21. ¿Cómo califica esas señalizaciones?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Están en buen estado	3	10.0%
Están en mal estado	0	0.0%
Están ubicadas en lugares visibles	6	20.0%
No están ubicadas en lugares visibles	3	10.0%
Son suficientes	1	3.3%
Son pocas	16	53.3%
Se leen con claridad	1	3.3%
No se leen con claridad	0	0.0%
Total de encuestados	30	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 42. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°21



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 29.

Interpretación: Los habitantes del municipio opinaron que las señalizaciones son pocas, pero la mayoría se encuentran en lugares visibles y buen estados, y solo una parte no está ubicada en lugares visibles.

PREGUNTA N°22: ¿Conoce usted algún lugar en Jucuarán donde se pueda encontrar información turística?

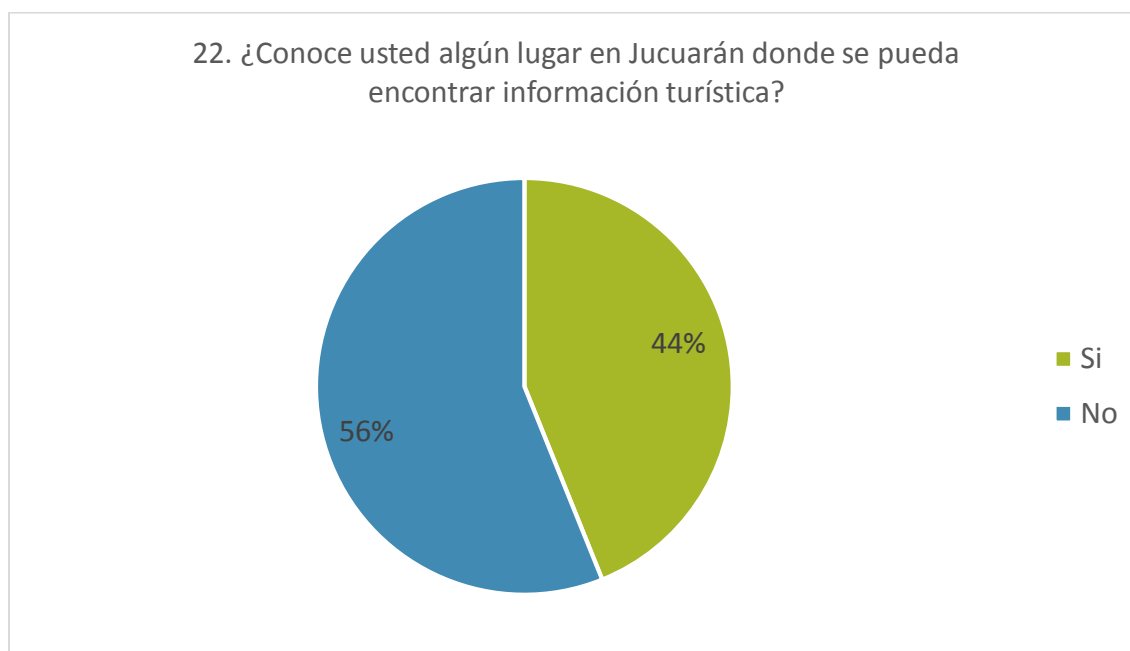
OBJETIVO: Indagar si existe algún lugar en Jucuarán donde se pueda encontrar información turística acerca del municipio y sus atractivos.

Tabla 30. Resultados obtenidos a la pregunta N°22

22. ¿Conoce usted algún lugar en Jucuarán donde se pueda encontrar información turística?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Si	36	43.9%
No	46	56.1%
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 43. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°22



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 30.

Interpretación: Casi la mayoría de los habitantes opinaron que no conocen algún lugar en Jucuarán donde se pueda encontrar información turística.

PREGUNTA N°23: ¿Qué tipo de servicios se encuentran en el municipio de Jucuarán?

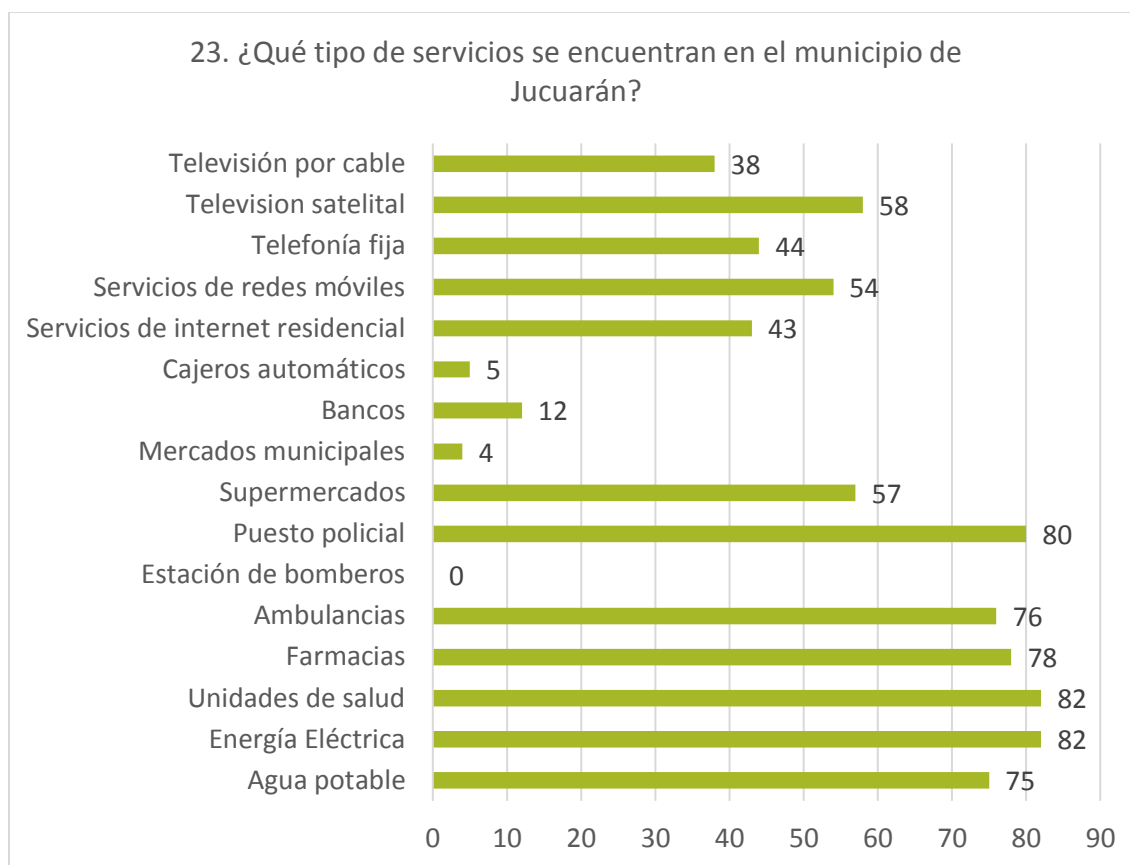
OBJETIVO: Reconocer que tipo de servicios se encuentran en el municipio de Jucuarán.

Tabla 31. Resultados obtenidos a la pregunta N°23

23. ¿Qué tipo de servicios se encuentran en el municipio de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Agua potable	75	91.5%
Energía Eléctrica	82	100.0%
Unidades de salud	82	100.0%
Farmacias	78	95.1%
Ambulancias	76	92.7%
Estación de bomberos	0	0.0%
Puesto policial	80	97.6%
Supermercados	57	69.5%
Mercados municipales	4	4.9%
Bancos	12	14.6%
Cajeros automáticos	5	6.1%
Servicios de internet residencial	43	52.4%
Servicios de redes móviles	54	65.9%
Telefonía fija	44	53.7%
Televisión satelital	58	70.7%
Televisión por cable	38	46.3%
Total de coincidencias	788	-
Total de encuestados	82	100.0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 44. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°19



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 31.

Interpretación: Hubo ciertos servicios que mencionaron los habitantes del municipio que se encuentran en unanimidad, como son las unidades de salud y la energía eléctrica, el siguiente punto fueron los puestos policiales, seguido de farmacias, ambulancias, y después el agua potable, también tenemos otros servicios como supermercados, televisión satelital, telefonía fija, redes móviles, internet residencial y televisión por cable, hay muy pocos cajeros automáticos y poca presencia de banco, así como un solo mercado municipal, y no se obtuvieron respuestas favorables a estaciones de bomberos.

PREGUNTA N°24: ¿Qué tipo de proyectos de desarrollo turístico le convendría al municipio de Jucuarán?

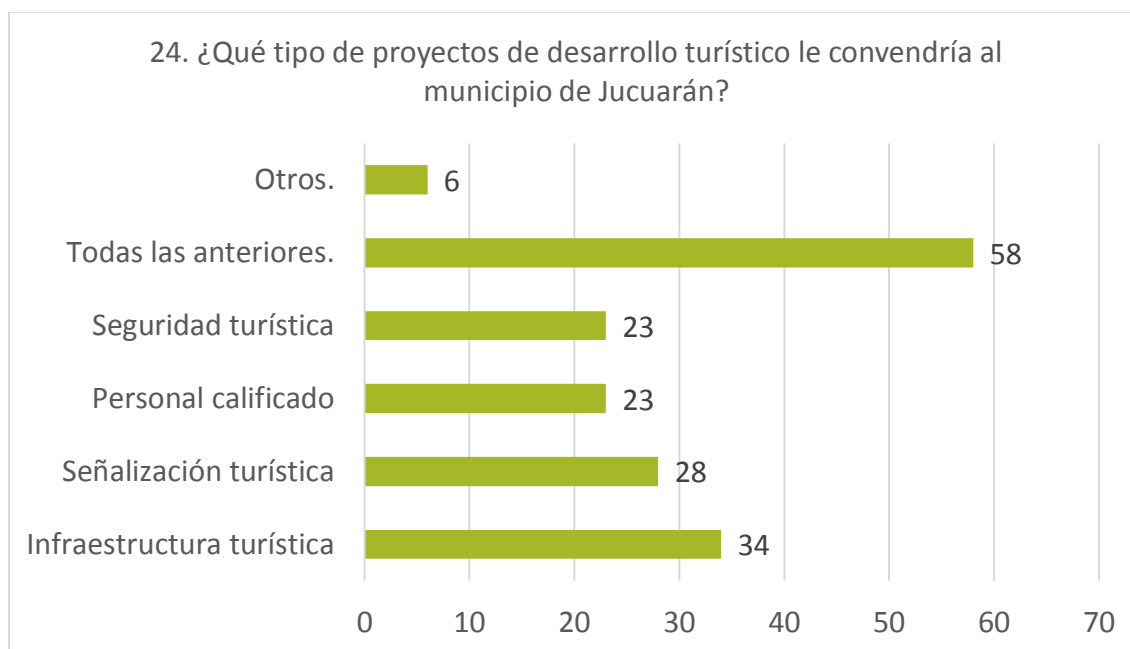
OBJETIVO: Indagar sobre los proyectos de desarrollo turísticos que según la opinión de los habitantes le convendría al municipio de Jucuarán.

Tabla 32. Resultados obtenidos a la pregunta N°24

24. ¿Qué tipo de proyectos de desarrollo turístico le convendría al municipio de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Infraestructura turística	34	41.5%
Señalización turística	28	34.1%
Personal calificado	23	28.0%
Seguridad turística	23	28.0%
Todas las anteriores.	58	70.7%
Otros.	6	7.3%
Buena administración de fondos económicos que se adquieran de los turistas	1	1.2%
Pavimentación de calles a otras playas del municipio	1	1.2%
Oficina de atención al turista	1	1.2%
VISIBILIZACIÓN DE MARCA Y LEMA QUE IDENTIFIQUE A JUCUARAN, CAPACITAR A LOS RESTAURANTEROS Y EMPRENDEDORES EN ATENCIÓN AL CLINTE E HISTORIA DE JUCUARÁN	1	1.2%
DOCUMENTAR LA HISTORIA DE JUCUARAN Y DE CADA UNO DE SUS SITIOS TURISTICOS PARA DAR A CONOCER LA DIVERSIDAD DE SU HISTORIA	1	1.2%
Un grupo visionario y comprometido con el municipio	1	1.2%
Total de coincidencias	178	-
Total de encuestados	82	100.0%

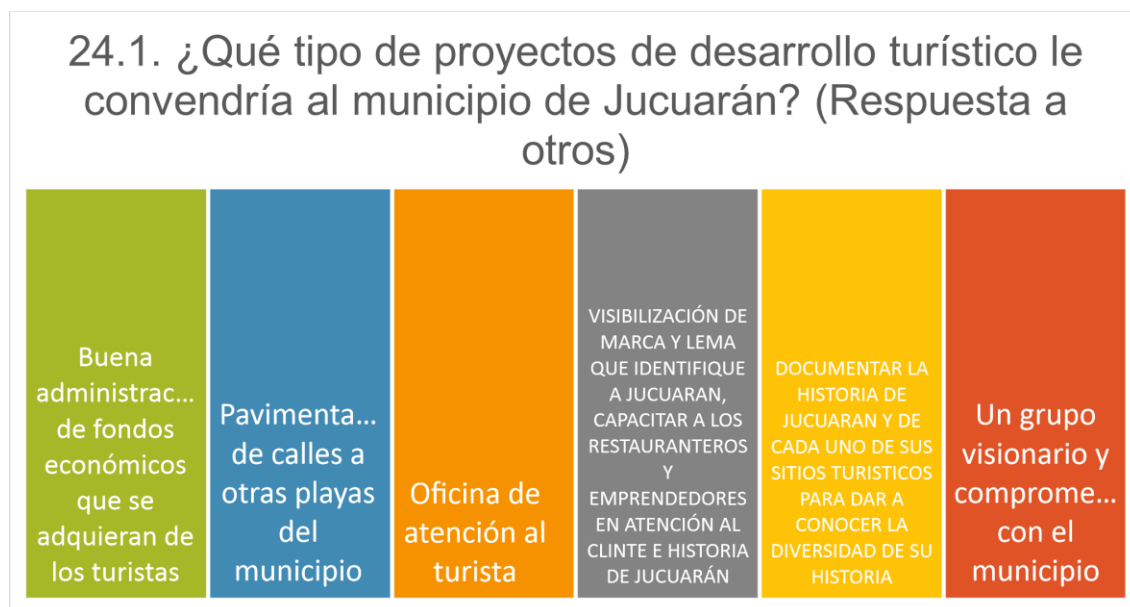
Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados del cuestionario de habitantes.

Ilustración 45. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°24



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 32.

Ilustración 46. Grafica representativa a los datos de la pregunta N°24 (Respuesta libre de los habitantes)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 32.

Interpretación: La mayoría de los habitantes consideraron que los proyectos referentes a seguridad turística, señalización turística, infraestructura turística y seguridad turística, los consideran los más viables, es decir todas las anteriores, pero de estos proyectos sobresale la infraestructura turística, en la respuesta de otros observamos opiniones como la buena administración de fondos económicos que se adquirieran de los turistas, una oficina de atención al turista, entre otros como se observan en la ilustración 46.

4.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DIRIGIDOS A TURISTAS

Datos generales de la población turista encuestada.

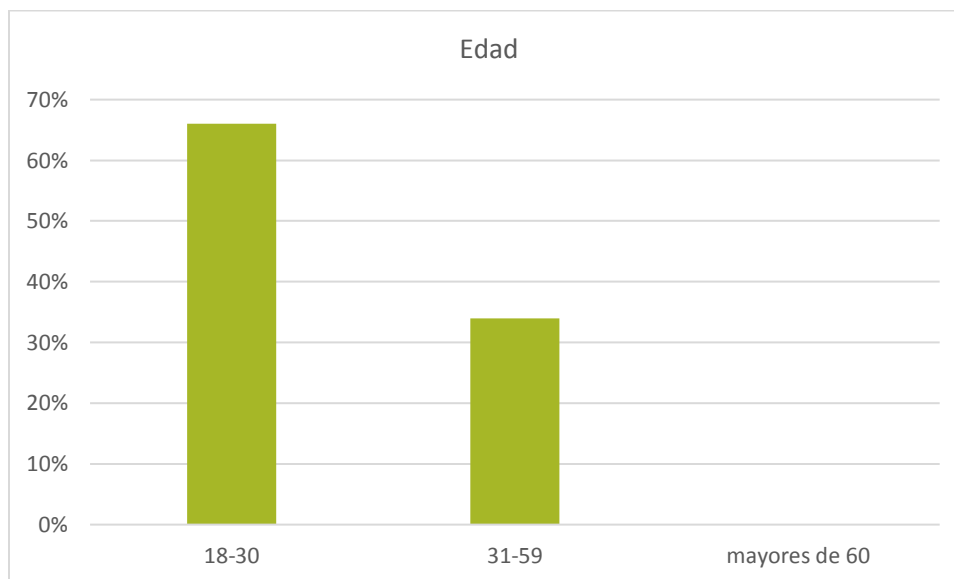
Objetivo: Identificar el promedio de edad de las personas que más frecuentan en visitar lugares turísticos.

Tabla 33 Tabla de resultados para Edad

Edad	Frecuencia.	Frecuencia relativa
18-30	37	66%
31-59	19	34%
mayores de 60	0	0%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 47 grafica de edad.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la tabla 33

Interpretación: Para disfrutar de gratos momentos que estén fuera de la rutina diaria no hay edad, sin embargo, esto, si influye en gran medida, ya que no todas las personas cuentan con las mismas condiciones que les resulte posible efectuar viajes a larga distancias y realizar recorridos de un sitio a otro, es decir que los datos indicaron que la población más activa ronda entre la edad de 18 a 37 años.

Objetivo: Conocer cuál de los dos tipos de población femenino y masculino tiene mayor inclinación por frecuentar lugares turísticos.

Tabla 34 Tabla de resultados para Sexo

Sexo	Frecuencia.	Frecuencia Relativa
Masculino	17	30.36%
Femenino	39	69.64%
Total de encuestados	56	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 48 grafica de sexo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la tabla 34

Interpretación: El parámetro entre los encuestados de ambos sexos obtuvo un margen significativo, donde el femenino fue el mayor número de encuestados, mastranto cordialidad e interés por visitar y experimentar de lugares con atractivos turísticos.

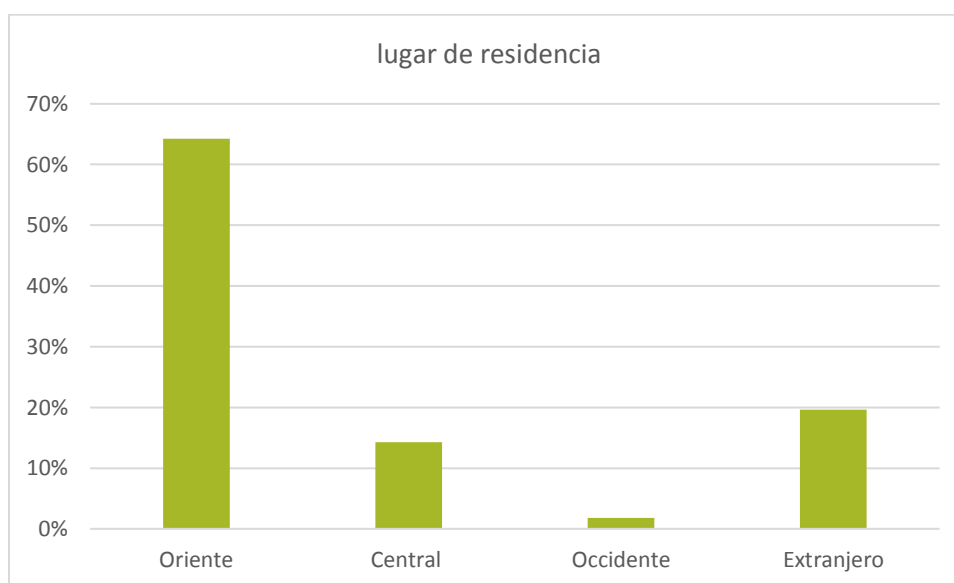
Objetivo: Identificar de donde se tiene la mayor procedencia de los turistas.

Tabla 35: lugares donde residen los encuestados

lugar de residencia	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Oriente	36	64%
Central	8	14%
Occidente	1	2%
Extranjero	11	20%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 49: graficas de residencia de encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la tabla 35

Interpretación: El ambiente, las condiciones que poseen los lugares turísticos y la distancia son una razón motivadora para el desplazamiento de los turistas, en este caso la mayoría determinaron ser provenientes de la zona Oriental del país y cierto número reflejó ser del extranjero.

Pregunta 1. ¿Cuál de las siguientes opciones le motiva al visitar Jucuarán, (que en Ulúa significa cerro de las hormigas guerreadoras)?

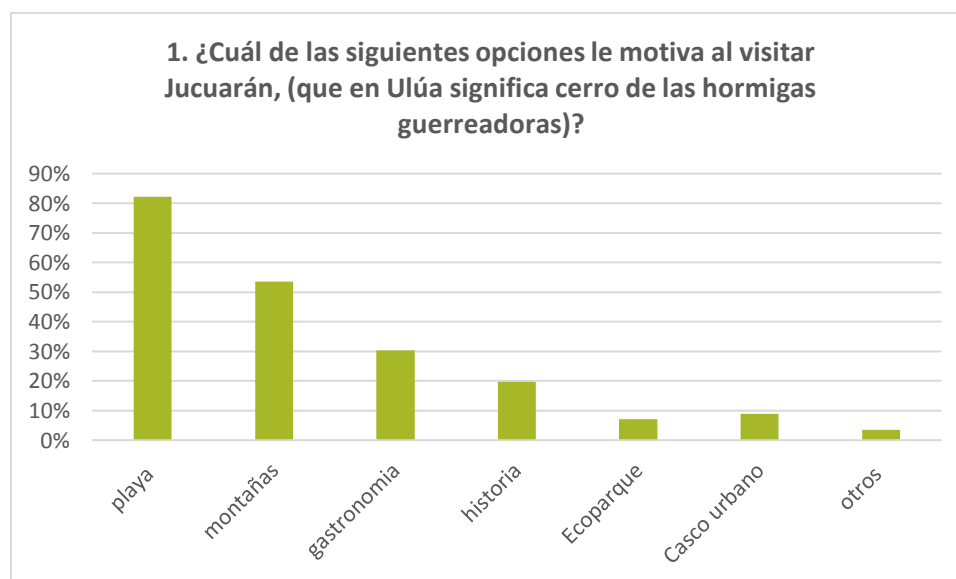
Objetivo: conocer las opciones que les motivan a los turistas al visitar Jucuarán.

Tabla 36: resultado a la pregunta N.º 1

1. ¿Cuál de las siguientes opciones le motiva al visitar Jucuarán, (que en Ulúa significa cerro de las hormigas guerreadoras)?	Frecuencia	Frecuencia relativa
playa	46	82%
montañas	30	54%
gastronomía	17	30%
historia	11	20%
Ecoparque	4	7%
Casco urbano	5	9%
otros	2	4%
Total de coincidencias	115	
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 50: Grafica de resultados a la pregunta N.º 1



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la tabla 36

Interpretación: Uno de los principales motivos que tiene el turista es visitar nuevos lugares. En El Salvador como sector turístico se destaca mayormente las playas, montañas y nuestros platillos típicos. Jucuarán no es la excepción, la opción más destacada según los turistas es visitar las playas, dato que coincide con los habitantes, además, La Playa El Espino es una de las mejores catalogadas El Salvador, también se inclinaron por la apreciable vegetación como las montañas, entre otros/as prefieren visitar Jucuarán por la gastronomía y deleitarse de deliciosos platillos.

Pregunta 2. ¿Ha leído o a escuchado acerca del municipio de Jucuarán?

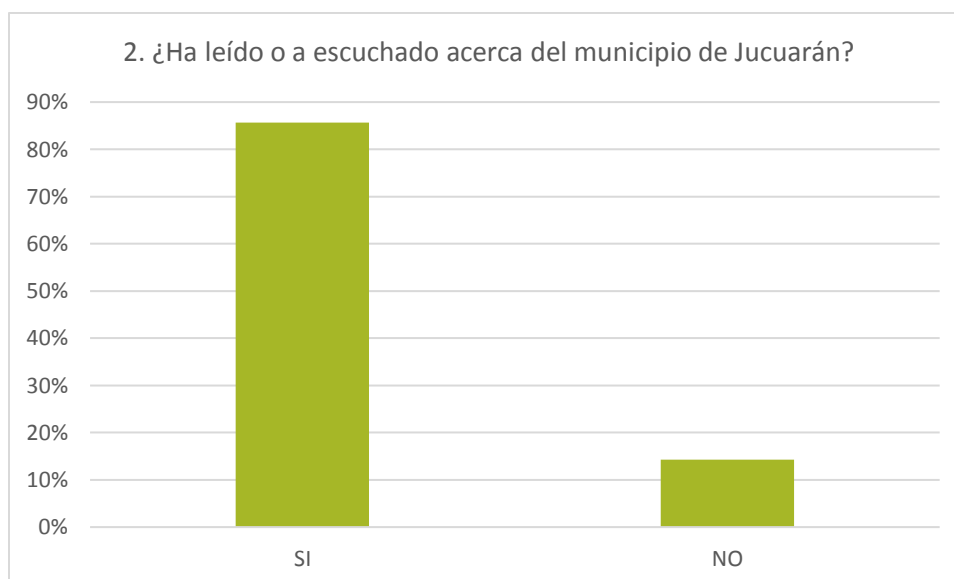
Objetivo: Identificar si los turistas se han informado acerca del municipio de Jucuarán.

Tabla 37 resultado a la pregunta N.º 2.

2. ¿Ha leído o a escuchado acerca del municipio de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	48	86%
No	8	14%
Total de encuestado	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 51: Grafica de resultados a la pregunta N.º 2



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 37.

Interpretación: Los lugares turísticos siempre gozan de reconocimiento más aun cuando hay cierto margen de popularidad, a nivel nacional, internacional y mundial. Hoy en día la tecnología nos permite encontrar información acerca de El Salvador y de sus rincones extraordinarios como lo es Jucuarán, la mayor parte de turistas encuestados manifestaron tener cierta información de dicho municipio.

Pregunta 3. ¿Por qué medio se dio cuenta de los atractivos turísticos de Jucuarán?

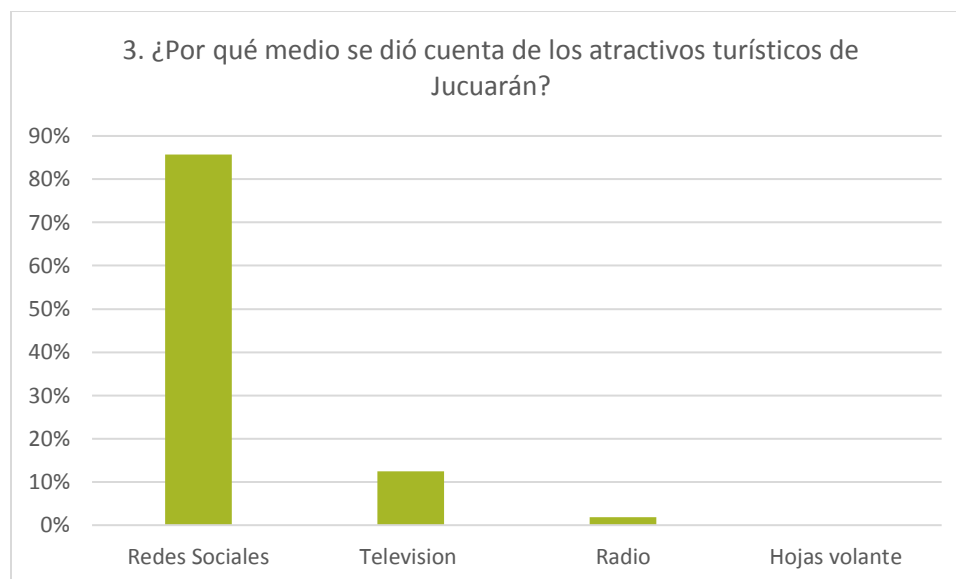
Objetivo: determinar qué medio es más alternativo para los turistas.

Tabla 38: resultado a la pregunta N.º 3

3. ¿Por qué medio se dio cuenta de los atractivos turísticos de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Redes sociales	48	86%
Televisión	7	13%
Radio	1	2%
Hojas volantes	0	0%
Total de encuestado	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 52: Grafica de resultados a la pregunta N.º 3



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 38.

Interpretación: La TV o el radio son indispensables en los hogares o en la vida cotidiana, pero en la actualidad las redes sociales se han posicionado en cada uno de los pobladores, por su estructura y el contenido diverso que se encuentra a través del internet, por la factibilidad de crear, de transmitir y hacer llegar la información, la mayoría optó por este medio, ya que siempre se encuentra al alcance, en todo momento.

Pregunta 4. ¿Es de su conocimiento, que Jucuarán cuenta con más playas aparte de la reconocida Playa El Espino?

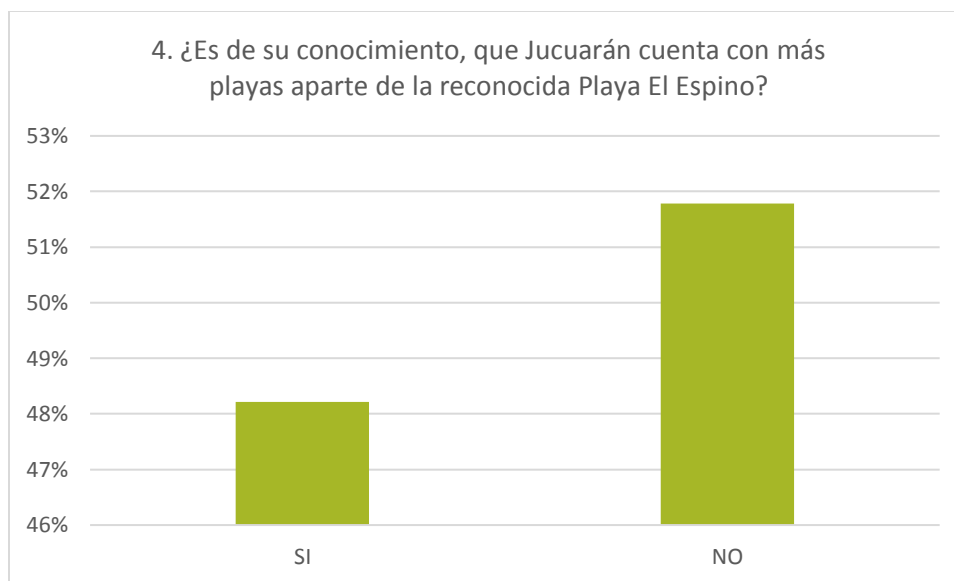
Objetivo: identificar si los turistas tienen conocimiento de las demás playas del municipio, aparte de La Playa El Espino.

Tabla 39: resultado a la pregunta N.º 4

4. ¿Es de su conocimiento, que Jucuarán cuenta con más playas aparte de la reconocida Playa El Espino?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	27	48%
No	29	52%
Total de encuestado	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 53: Grafica de resultados a la pregunta N.º 4



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 39.

Interpretación: Jucuarán es uno de los municipios que forma parte de la franja costero marino, por lo tanto la zona sur y la zona sur oriente del municipio, cuentan con un extenso mar y que se sectoriza por diferentes playas, no todas gozan de la misma popularidad, sin embargo es poca la diferencia en las repuestas proporcionada por los turistas, la mayoría manifestaron que no es de su conocimiento, mientras la otra parte dijo que sí.

Pregunta 5. ¿De cuánto suele ser su estadía al visitar un lugar turístico?

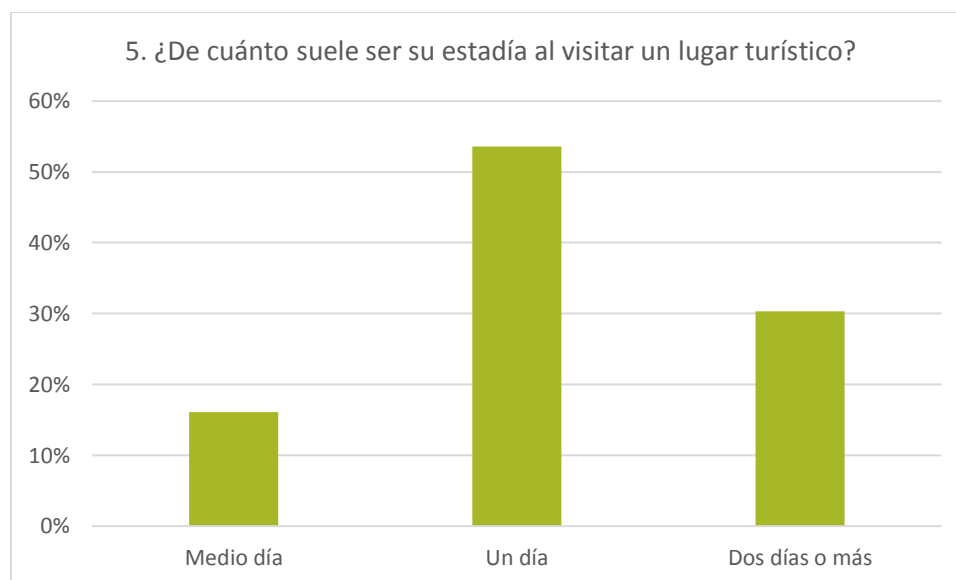
Objetivo: estimar el tiempo de visita que posee el turista

Tabla 40: resultado a la pregunta N.º 5

5. ¿De cuánto suele ser su estadía al visitar un lugar turístico?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Medio día	9	16%
Un día	30	54%
Dos días o más	17	30%
Total de encuestado	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 54: Grafica de resultados a la pregunta N.º 5



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 40.

Interpretación: Al momento de viajar a un lugar turístico se valora la distancia y el tiempo a invertir, de acuerdo con los datos obtenidos, los turistas manifestaron que destinan un día, los demás dos días o más y un pequeño porcentaje se inclinó por la opción de medio día.

Pregunta 6. ¿Qué tipo de alojamiento turístico es de su preferencia?

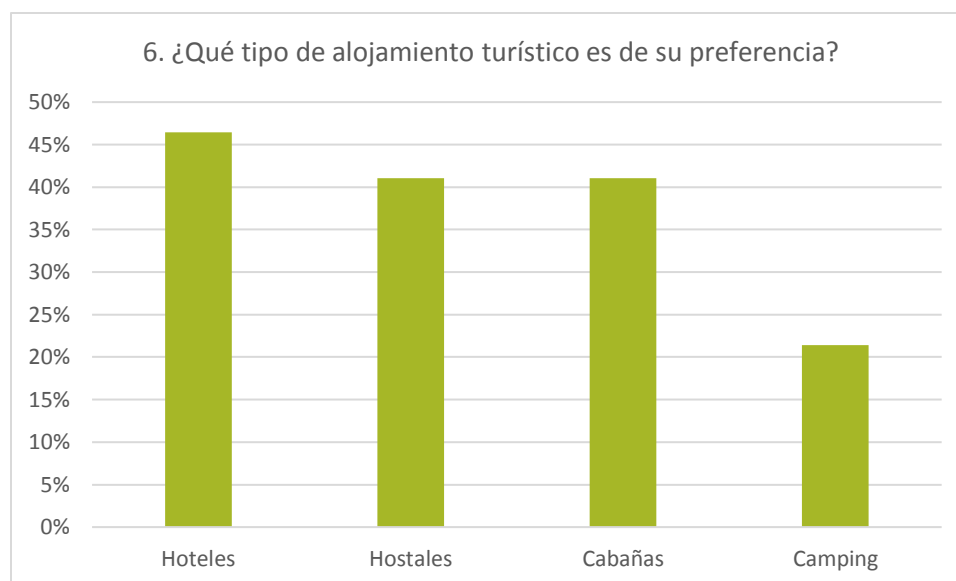
Objetivo: identificar qué tipo de alojamiento es más factible para los turistas.

Tabla 41: resultado a la pregunta N.º 6

6. ¿Qué tipo de alojamiento turístico es de su preferencia?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Hoteles	26	46%
Hostales	23	41%
Cabañas	23	41%
Camping	12	21%
Total de coincidencias	84	
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 55: Grafica de resultados a la pregunta N.º 6



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 41.

Interpretación: Los servicios de hospedaje son los que generan factibilidad para que los turistas permanezcan más tiempo en el lugar, según los datos, la mayoría prefiere hospedarse en hoteles, por las garantías de un servicio completo, mientras otra parte consideró a bien optar por hostales y cabañas.

Pregunta 7. ¿Con quién frecuente salir de paseo?

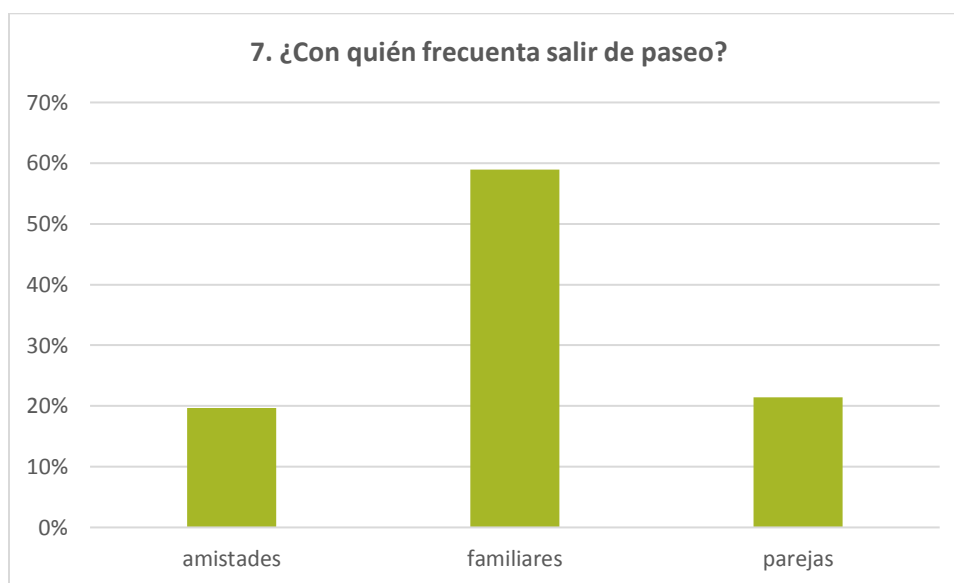
Objetivo: identificar de quien se hace acompañar al salir de paseo.

Tabla 42: resultado a la pregunta N.º 7

7. ¿Con quién frecuente salir de paseo?	Frecuencia	Frecuencia relativa
amistades	11	20%
familiares	33	59%
parejas	12	21%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 56: Grafica de resultados a la pregunta N.º 7



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 42.

Interpretación: El turismo es una actividad que se vuelve extraordinaria para la humanidad, que da lugar a recrearse en diferentes ámbitos que son muy distintos al entorno habitual, a las personas les encanta salir de viaje y elegir acompañantes, en este caso, los turistas indicaron que los familiares son la compañía que eligen al salir de paseo, haciendo una experiencia conjunta y de mayor convivencia.

Pregunta 8. ¿En qué tipo de transporte se moviliza?

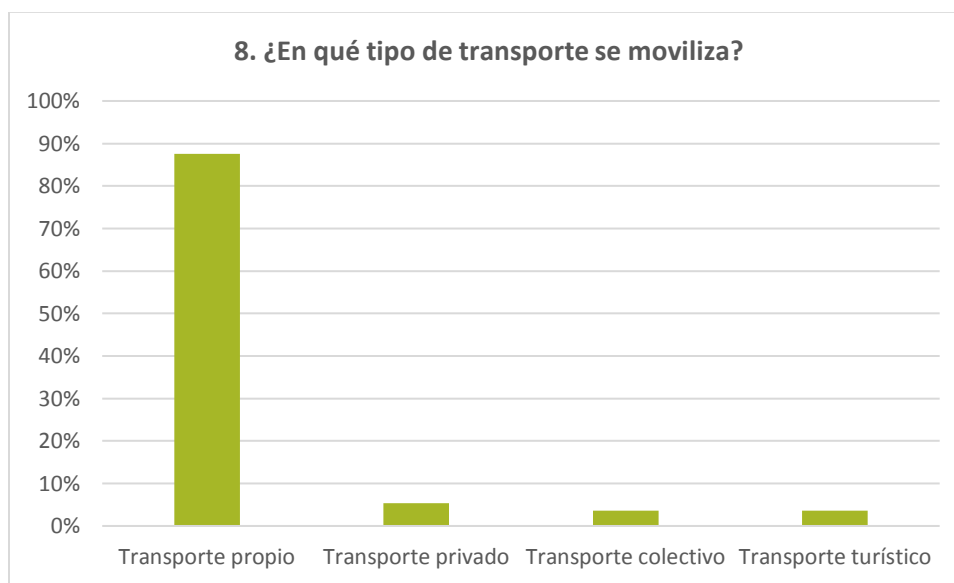
Objetivo: Identificar en qué tipo de transporte se movilizan los turistas hasta el lugar de destino.

Tabla 43: resultado a la pregunta N.º 8

8. ¿En qué tipo de transporte se moviliza?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Transporte propio	49	88%
Transporte privado	3	5%
Transporte colectivo	2	4%
Transporte turístico	2	4%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 57: Grafica de resultados a la pregunta N.º 8



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 46.

Interpretación: Uno de los servicios principales para los turistas es el uso de transporte, que le permite movilizarse desde su origen hasta el lugar de destino. De acuerdo con los datos recopilados, la mayoría se moviliza en transporte propio.

Pregunta 9. ¿Al visitar un lugar turístico que aspectos considera importantes?

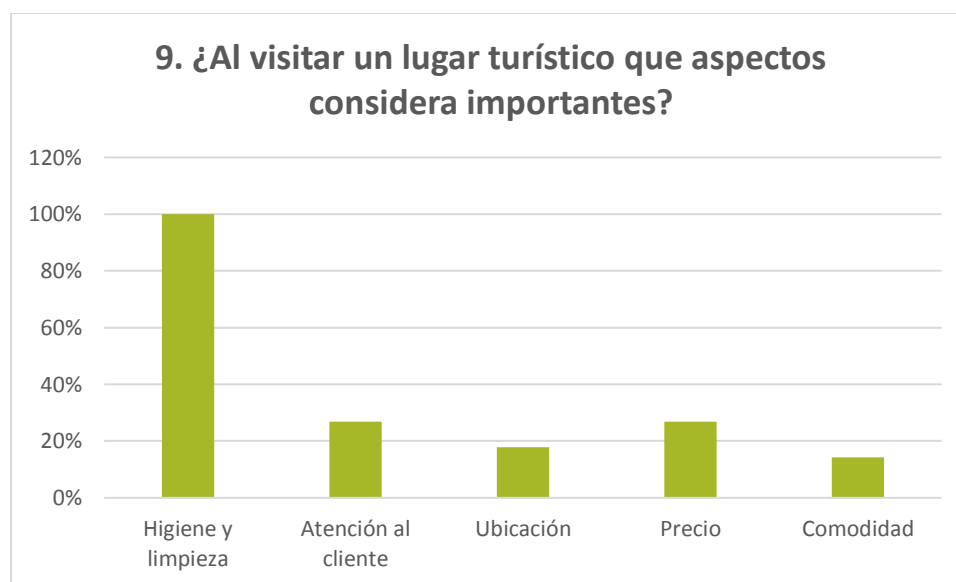
Objetivo: evaluar los aspectos que consideran más importantes de un lugar turístico.

Tabla 44: resultado a la pregunta N.º 9

9. ¿Al visitar un lugar turístico que aspectos considera importantes?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Higiene y limpieza	56	100%
Atención al cliente	15	27%
Ubicación	10	18%
Precio	15	27%
Comodidad	8	14%
Total de coincidencias	104	-
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 58: Grafica de resultados a la pregunta N.º 9



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 44.

Interpretación: Un lugar turístico siempre debe estar en pro de generar satisfacción a los visitantes o a los clientes, por lo tanto, los encuestados consideraron que la higiene y la limpieza es el aspecto principal e indispensable en dicho lugar, entre otros que consideran propicios es la atención al cliente y el precio.

Pregunta 10. ¿Cuál de las siguientes opciones considera fundamental para que Jucuarán cuente con mayor posicionamiento turístico?

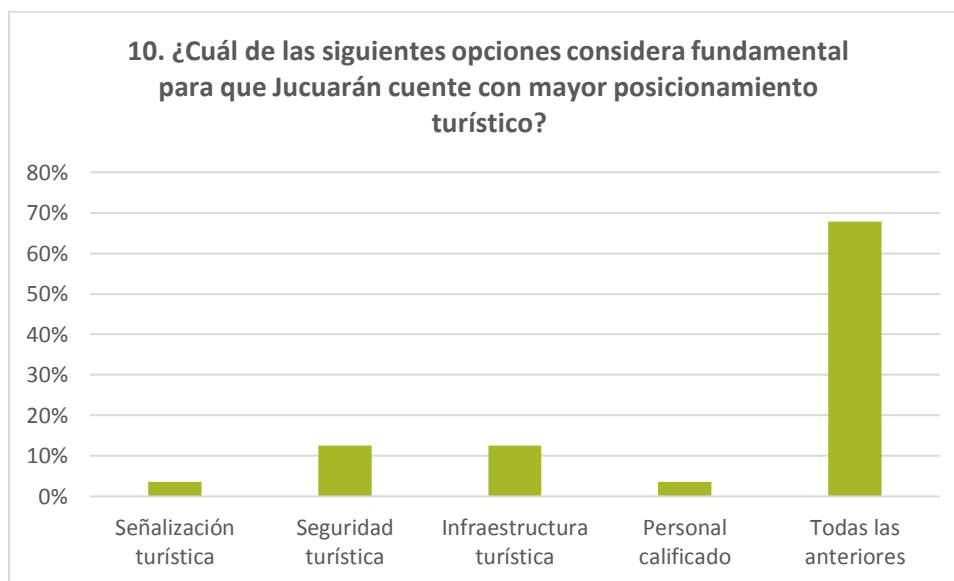
Objetivo: considerar la opinión de los turistas, acerca de las opciones que consideran fundamentales para que Jucuarán cuente con mayor posicionamiento turístico.

Tabla 45: resultado a la pregunta N.º 10

10. ¿Cuál de las siguientes opciones considera fundamental para que Jucuarán cuente con mayor posicionamiento turístico?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Señalización turística	2	4%
Seguridad turística	7	13%
Infraestructura turística	7	13%
Personal calificado	2	4%
Todas las anteriores	38	68%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 59: Grafica de resultados a la pregunta N.º 10



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 45.

Interpretación: El turismo en Jucuarán ha tenido avances, pero no los suficientes para desarrollarse en gran escala, a pesar de que posee de potencial turístico como playas, montañas, miradores y zonas de camping. Resulta necesario inversiones vitales para aumentar la oferta turística, tales como señalización turística, seguridad, infraestructura y personal calificado.

Pregunta 11. ¿Le gustaría tener una ruta para recorrer los diferentes lugares turísticos de Jucuarán?

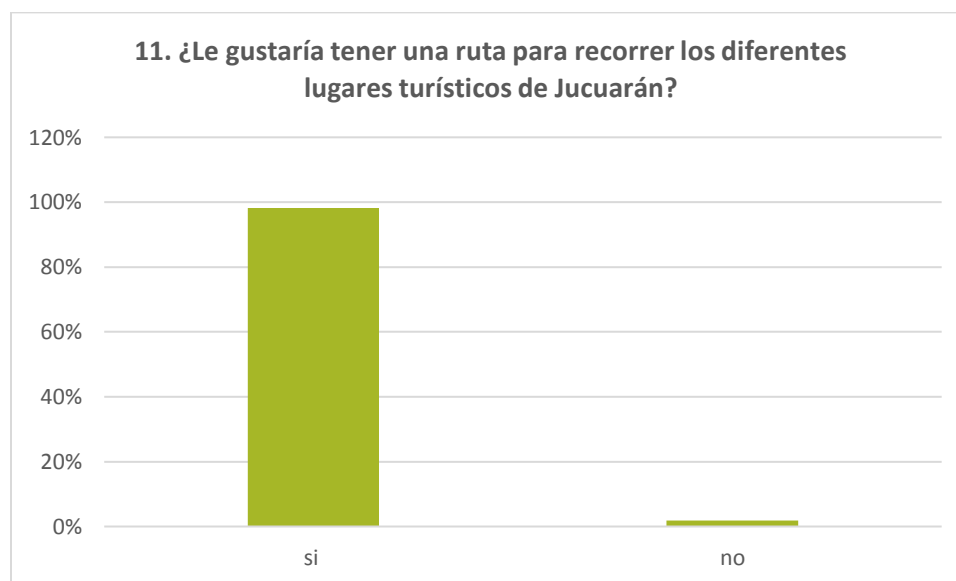
Objetivo: determinar si una ruta es idónea para facilitar un recorrido por los diferentes lugares turísticos del municipio.

Tabla 46: resultado a la pregunta N.º 11

11. ¿Le gustaría tener una ruta para recorrer los diferentes lugares turísticos de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia relativa
si	55	98%
no	1	2%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 60: Grafica de resultados a la pregunta N.º 11



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 46.

Interpretación: En Jucuarán la mayoría de los atractivos turísticos no cuentan con señalizaciones, lo cual dificulta el reconocimiento y la explotación de ellos, una ruta turística brinda la oportunidad al turista de hacer un recorrido o un circuito, eligiendo a su gusto los lugares que desea visitar, alternativa con gran nivel de aceptación e interés por los encuestados.

Pregunta 12. ¿A su elección que tipo de comida prefiere degustar?

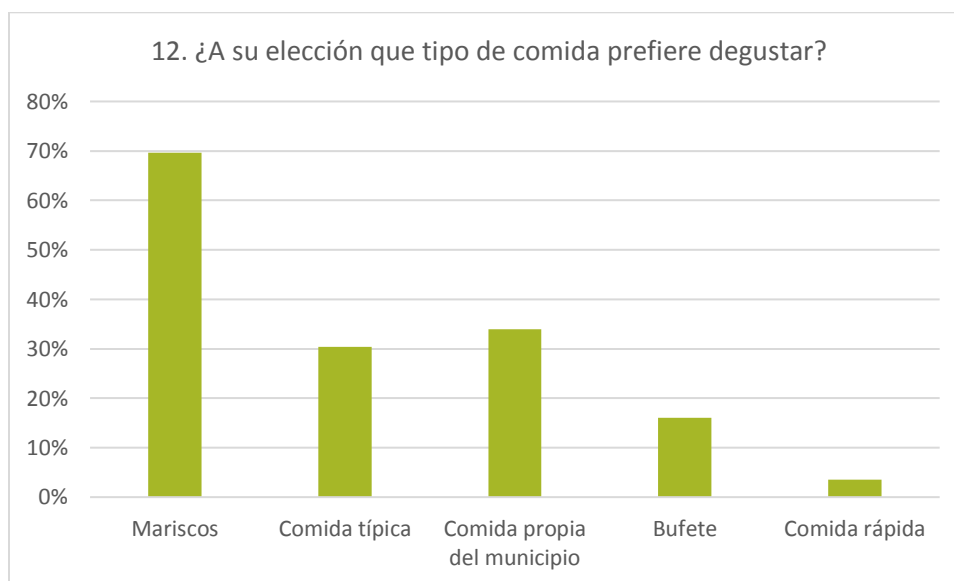
Objetivo: conocer qué tipo de comida prefieren degustar los turistas en el municipio.

Tabla 47: resultado a la pregunta N.º 12

12. ¿A su elección que tipo de comida prefiere degustar?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Mariscos	39	70%
Comida típica	17	30%
Comida propia del municipio	19	34%
Bufete	9	16%
Comida rápida	2	4%
Total de coincidencias	86	-
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 61: Grafica de resultados a la pregunta N.º 12



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 47.

Interpretación: El turismo gastronómico es de interés para los visitantes, muchos lugares son caracterizados y reconocidos por el tipo de comida que se vende. De acuerdo con los datos obtenidos, los mariscos resultaron con mayor preferencia, otra parte eligió comida propia del municipio.

Pregunta 13. ¿A usted le gusta comprar artesanías o recuerdos alusivos al lugar que visitó?

Objetivo: identificar si a los turistas les gusta comprar artesanías o recuerdos alusivos del lugar que eligen visitar.

Tabla 48: resultado a la pregunta N.º 13

13. ¿A usted le gusta comprar artesanías o recuerdos alusivos al lugar que visitó?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	47	84%
No	9	16%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 62: Grafica de resultados a la pregunta N.º 13



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 48.

Interpretación: La artesanía representa el trabajo artesanal y cultural que se caracteriza por su elaboración manual, la mayoría manifestaron que si compran artesanías o recuerdos alusivos a los lugares que visitan.

Pregunta 14. ¿Usted suele pagar con tarjeta electrónica?

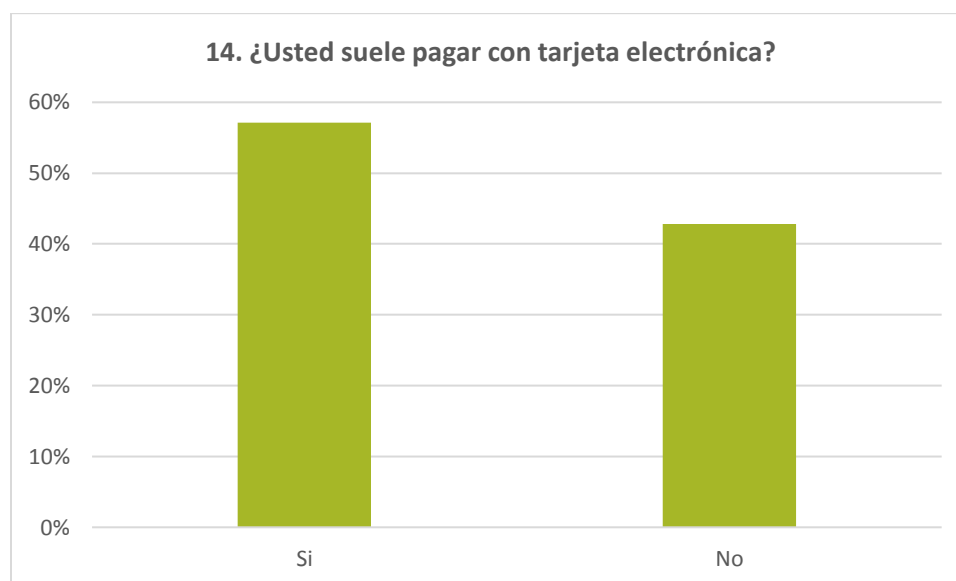
Objetivo: evaluar si los turistas hacen uso de tarjeta electrónica al momento de realizar los pagos.

Tabla 49: resultado a la pregunta N.º 14

14. ¿Usted suele pagar con tarjeta electrónica?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	32	57%
No	24	43%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 63: Grafica de resultados a la pregunta N.º 14



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 49.

Interpretación: Hoy en día, las formas de pago con tarjeta electrónica han generado mayor agilidad y flexibilidad al momento que las personas desean realizar compras, hacer reservaciones previas o pagar en los establecimientos. En relación con esto, el mayor porcentaje indico que el método de pago lo efectúan con tarjetas electrónicas, también un porcentaje significativo dijo que no, lo que refleja que hacen uso de dinero en efectivo.

Pregunta 15. ¿Qué actividades turísticas de mayor atracción y diversión le gustaría experimentar?

Objetivo: conocer las preferencias de los turistas de las actividades a experimentar.

Tabla 50: resultado a la pregunta N.º 15

15. ¿Qué actividades turísticas de mayor atracción y diversión le gustaría experimentar?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Paseos en lancha por los canales del manglar	40	71%
Caminatas (cerros, posas y cuevas)	37	66%
Festivales gastronómicos	31	55%
Festivales culturales	25	45%
Paseos en kayaks	15	27%
Total de coincidencias	148	-
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 64: Grafica de resultados a la pregunta N.º 15



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 50.

Interpretación: Siempre el turista espera algo diferente del lugar que elige visitar; nuevas experiencias, sana convivencia y por supuesto mucha diversión, por lo tanto en los datos obtenidos, los paseos en lancha por los canales del manglar,

provocaron mayor interés en los turistas, El Salvador cuenta con 39,796 hectáreas de bosque salado y en la Bahía de Jiquilisco es donde se conserva la mayor extensión de manglar, de la cual Jucuarán es perteneciente, en este lugar los árboles miden 30 metros de altura y contiene todas las seis especies de mangle reportadas en el país.

Pregunta 16. ¿Estaría de acuerdo con pagar un precio por la entrada a los sitios turísticos?

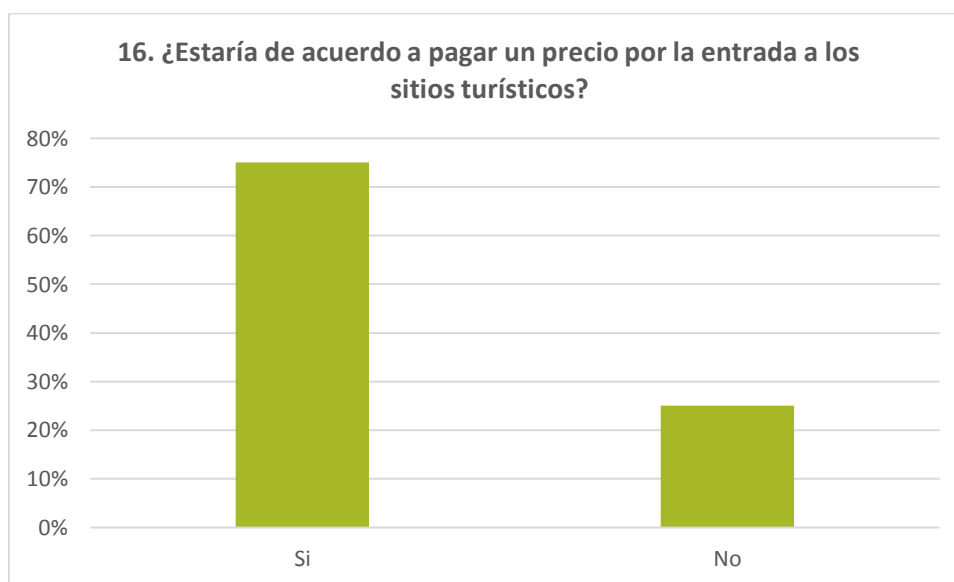
Objetivo: conocer si a los turistas le es factible pagar un precio por la entrada a los sitios turísticos.

Tabla 51: resultado a la pregunta N.º 16

16. ¿Estaría de acuerdo a pagar un precio por la entrada a los sitios turísticos?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	42	75%
No	14	25%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 65: Grafica de resultados a la pregunta N.º 16



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 51.

Interpretación: Que un sitio turístico se encuentre en buen estado, limpio, ordenado y seguro radica del cuidado y del mantenimiento que se le brinde, por lo consiguiente es necesario la asignación de fondos económicos, que pueden ser recaudados mediante el pago que hagan los turistas por la entrada a dichos sitios, los datos representan un buen porcentaje de encuestados dispuestos a pagar un precio.

Pregunta 17. ¿Está dispuesto/a hacer reservaciones previas al lugar a visitar y evitar la aglomeración de personas?

Objetivo: identificar si los turistas consideran oportuno hacer reservaciones previas al lugar a visitar y evitar aglomeración de personas.

Tabla 52: resultado a la pregunta N.º 17

17. ¿Está dispuesto/a hacer reservaciones previas al lugar a visitar y evitar la aglomeración de personas?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	53	95%
No	3	5%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 66: Grafica de resultados a la pregunta N.º 17



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 52.

Interpretación: Realizar modalidades que permitan proteger la salud de la población de Jucuarán y de los visitantes, contribuye a evitar la propagación del virus, en tal sentido, la mayoría afirmó estar de acuerdo por las reservaciones previas del lugar a visitar.

Pregunta 18. ¿Considera fundamental que el municipio de Jucuarán cuente con diferentes puntos de controles sanitarios, para evitar el contagio de COVID-19?

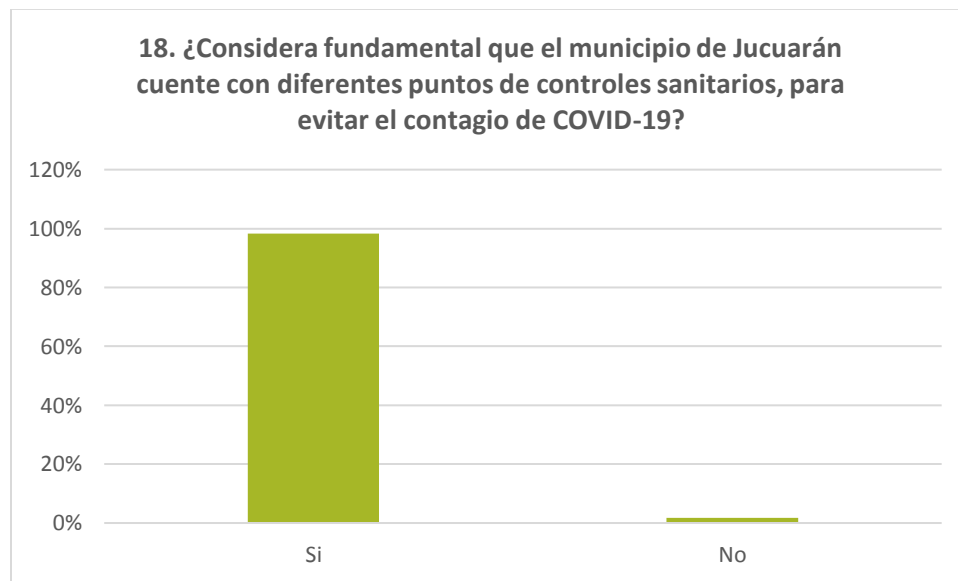
Objetivo: determinar si es fundamental los puntos de controles sanitarios en Jucuarán, para evitar el contagio de COVID-19.

Tabla 53: resultado a la pregunta N.º 18

18. ¿Considera fundamental que el municipio de Jucuarán cuente con diferentes puntos de controles sanitarios, para evitar el contagio de COVID-19?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	55	98%
No	1	2%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 67: Grafica de resultados a la pregunta N.º 18



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 53.

Interpretación: Los puntos de controles sanitarios se requieren que cumplan con especificaciones, de sanitización, lavado de manos, alcohol gel y toma de temperatura, la efectucción de los puntos generará confianza en los turistas y mayor protección a los habitantes. La mayoría en su totalidad mostró aceptación y dijo que sí.

Pregunta 19. ¿Al momento que se haga la reapertura al turismo, está dispuesto/a a visitar lugares turísticos que cumplan con las especificaciones sanitarias?

Objetivo: conocer si los turistas tienen la confianza de visitar lugares turísticos que cumplan con las especificaciones sanitarias.

Tabla 54: resultado a la pregunta N.º 19

19. ¿Al momento que se haga la reapertura al turismo, está dispuesto/a a visitar lugares turísticos que cumplan con las especificaciones sanitarias?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	51	91%
No	5	9%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 68: Grafica de resultados a la pregunta N.º 19



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 54.

Interpretación: La pandemia COVID-19 ha afectado a diferentes sectores, pero también afecta emocionalmente, psicológicamente, el encierro por meses, la depresión y el miedo ha llevado al colapso a la población, no todos los hogares cuentan con una buena relación intrafamiliar, los niños no interpretan la situación de la misma manera que el adulto, es necesario la recreación y el sano esparcimiento en las personas, por lo cual la mayoría se inclina por salir y disfrutar de un buen ambiente sin obviar las medidas preventivas.

Pregunta 20. ¿Le gustaría visitar los lugares paradisíacos de Jucuarán?

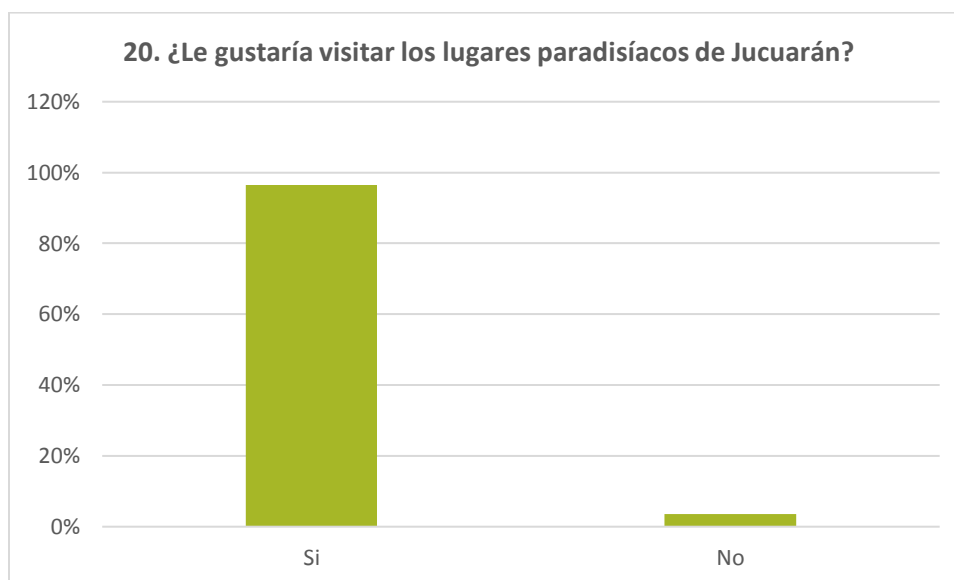
Objetivo: Determinar si los turistas están dispuestos a visitar los lugares paradisíacos de Jucuarán.

Tabla 55: resultado a la pregunta N.º 20

20. ¿Le gustaría visitar los lugares paradisíacos de Jucuarán?	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	54	96%
No	2	4%
Total de encuestados	56	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados del cuestionario de turista.

Ilustración 69: Grafica de resultados a la pregunta N.º 20



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la tabla 54.

Interpretación: Es muy favorable las respuestas obtenidas, el 96% de encuestados están dispuestos a visitar Jucuarán, a pesar de la situación que enfrentamos como país y a nivel internacional, la pandemia COVID-19 ha provocado un desequilibrio económico y social, pero se requiere de la revitalización al turismo, sin dejar por desapercibido los protocolos de bioseguridad.

4.3 GUIAS DE OBSERVACIÓN

4.3.1 Guía de Observación del mercado competidor.

Municipio: Puerto El Triunfo.

Observador: Tania Isabel Martínez Baires.

Tabla 56. Guía de Observación del Municipio "Puerto El Triunfo"

N°	Ítem	Calificación				Observaciones
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Ubicación geográfica.		X			Accesible.
2	Vías de acceso.		X			Calles principales que conducen al municipio son de pavimento, en el casco urbano concreto y adoquinado.
3	Comercio del municipio.			X		El comercio está más enfocado en la compra y venta de mariscos y en el servicio de restaurantes, este comercio no es continuo, es decir es de temporadas.
4	Desarrollo turístico del municipio.		X			Ha obtenido avances en este rubro ya que El Puerto y el Malecón es uno de los mejores atractivos del Departamento Usulután.
5	Calidad del transporte público.		X			En horarios establecidos durante el día.
6	Medios de comunicación: señal telefónica, radio y TV.		X			Se cuenta con el acceso.

7	Reconocimiento y posicionamiento del municipio en redes sociales.			X		El mayor reconocimiento que hay en redes sociales es el de los restaurantes del Malecón y el municipal, a través de cuentas oficiales de la Alcaldía Municipal.
8	Servicios básicos: agua potable, luz eléctrica, aguas negras, educación.		X			Los servicios básicos son más eficientes en la zona rural del municipio.
9	Seguridad ciudadana.		X			Se cuenta con seguridad municipal, Naval y PNC, aunque el municipio en los últimos 5 años presentó altos índices delincuenciales.
10	Recursos naturales y potencial turístico.	X				Este municipio cuenta con una gran extensión marítima de la Bahía de Jiquilisco
11	Limpieza del municipio			X		Se necesita mejorar en este aspecto de limpieza e higiene en todo el casco urbano.
12	Señalización turística				X	No hay mayor indicación de la ruta a seguir para llegar al municipio, tampoco se cuenta con señalización turística excepto la del puerto y Malecón.

Municipio: Alegría.

Observador: Bryan Oswaldo Saravia Guevara

Tabla 57. Guía de Observación del Municipio "Alegría"

N°	Ítem	Calificación				Observaciones
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Ubicación geográfica.		X			Accesible.
2	Vías de acceso.		X			Calles principales que conducen al municipio son de pavimento, en el casco urbano concreto y adoquinado.
3	Comercio del municipio.			X		Su mayor desarrollo económico ha sido el cultivo de café, posterior el comercio en el casco urbano, venta de comida y variedad de antojitos, artesanías, etc.
4	Desarrollo turístico del municipio.	X				En los años 2009 y 2010 obtuvo el premio de "Pueblos Vivos" reconocimiento otorgado por el Ministerio de Turismo.
5	Calidad del transporte colectivo.		X			Circulan en horarios establecidos durante el día.
6	Medios de comunicación: señal telefónica, radio y TV.		X			Se cuenta con el acceso.
7	Reconocimiento y posicionamiento del municipio en redes sociales.		X			Se cuenta con un buen reconocimiento en los sitios web, acerca de los restaurantes y de las visitas registradas al municipio.

8	Servicios básicos: agua potable, luz eléctrica, aguas negras, educación.		X			Los servicios básicos son más eficientes en la zona rural del municipio.
9	Seguridad ciudadana.		X			Se cuenta con agente de CAM y PNC, se goza de un ambiente tranquilo y sano.
10	Recursos naturales y potencial turístico.	X				Cuenta con un clima agradable, fresco y con una hermosa cordillera y con la Famosa Laguna de Alegría.
11	Limpieza del municipio	X				Los sitios turísticos, parque y sus alrededores gozan de un aspecto limpio e higiénico.
12	Señalización turística		X			Hay señalización a los diferentes lugares turísticos como, laguna, restaurantes, viveros, miradores.

Municipio: Berlín

Observador: Geovanny Alexander Álvarez Rodríguez

Tabla 58. Guía de Observación del Municipio "Berlín"

N°	Ítem	Calificación				Observaciones
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Ubicación geográfica.		X			Accesible.
2	Vías de acceso.			X		Calles principales que conducen al municipio son de pavimento, en el casco urbano concreto y adoquinado.
3	Comercio del municipio			X		La mayor comercialización con la que cuenta Berlín es el cultivo de café, con el tiempo se establecieron Beneficios de café, también se cultiva maíz y frijol.
4	Desarrollo turístico del municipio		X			Este rubro no había sido muy explotado, aproximadamente a lo largo de 5 años han surgidos más iniciativas turísticas como, hostales, café gourmet y miradores.
5	Calidad del transporte colectivo.			X		Circulan en horarios establecidos durante el día.
6	Medios de comunicación: señal telefónica, radio y TV.		X			Se cuenta con el acceso.
7	Reconocimiento y posicionamiento del			X		No hay mayor reconocimiento del

	municipio en redes sociales					municipio, excepto los lugares turísticos los cuales son muy pocos.
8	Servicios básicos: agua potable, luz eléctrica, aguas negras, educación.		X			Los servicios básicos son más eficientes en la zona rural del municipio
9	Seguridad ciudadana		X			Se cuenta con Agentes del CAM y PNC, en los sitios turísticos se cuenta con un ambiente sano y tranquilo.
10	Recursos naturales y potencial turístico.					Patrimonio cultural, como casas antiguas, cerros, hermosos miradores.
11	Limpieza del municipio		X			El casco urbano y sitios turísticos gozan de un ambiente limpio.
12	Señalización turística			X		Es deficiente la señalización turística.

4.3.2 Guía de Observación de las empresas del municipio de Jucuarán

Nombre de la empresa: Café Torogoz

Rubro que se dedica: Cafetería

Tabla 59. Guía de observación de la empresa Café Torogoz

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			Fácil acceso, pero no cuenta con señalizaciones previas al establecimiento.
3	Infraestructura y esparcimiento.	X			
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.	X			
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.		X		Se necesita ampliar más las medidas de bioseguridad
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.	X			
9	Calidad de productos/servicios.	X			
10	Visualización de productos/servicios.	X			
11	Precios competitivos.	X			
12	Promociones.			X	No han impulsado esta estrategia.
13	Atención al cliente.		X		

Nombre de la empresa: Eco Hostal Doña Consuelo

Rubro que se dedica: Hotelería y Restaurante

Tabla 60. Guía de observación de la empresa Eco Hostal Doña Consuelo

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.		X		
2	Accesibilidad.		X		Ubicar más señalizaciones, que indiquen al turista.
3	Infraestructura y esparcimiento.	X			
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.	X			
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.		X		Se necesita ampliar más las medidas de bioseguridad
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.				
9	Calidad de productos/servicios.		X		Se requiere mayor eficacia en el servicio de restaurante.
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		Ofrecer menús económicos y combos de hospedaje.
12	Promociones.			X	No es usual efectuar esta estrategia, en el hospedaje ni en la alimentación.
13	Atención al cliente.		X		Mejorar la formación y entrenamiento de los empleados.

Nombre de la empresa: Manglares Bahía Resort

Rubro que se dedica: Hotelería y Restaurante

Tabla 61. Guía de observación de la empresa Manglares Bahía Resort

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.		X		
2	Accesibilidad.		X		Falta de señalizaciones previas al lugar
3	Infraestructura y esparcimiento.		X		
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.	X			
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.		X		Se necesita ampliar más las medidas de bioseguridad.
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.		X		
9	Calidad de productos/servicio.		X		Implementar métodos, como encuestas, donde el cliente califique el servicio recibido.
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.			X	Precio fijo del pasadía, el cual es consumible.
13	Atención al cliente.		X		Existe bastante demora en servir la orden del cliente.

Nombre de la empresa: Pollo Campestre

Rubro que se dedica: Restaurante

Tabla 62. Guía de observación de la empresa Pollo Campestre

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			
3	Infraestructura y esparcimiento.			X	Deterioro en las instalaciones lo cual provoca una imagen poca atractiva a los clientes.
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		Crear mejores condiciones en el área de cocina.
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.	X			
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.	X			
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.	X			
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.	X			
13	Atención al cliente.	X			

Nombre de la empresa: Blue Light Discotec

Rubro que se dedica: Club Nocturno

Tabla 63. Guía de observación de la empresa Blue Light Discotec

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.		X		
2	Accesibilidad.		X		Falta de señalización previa al establecimiento.
3	Infraestructura y esparcimiento.		X		
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.		X		
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		
6	Cumple con uniforme requerido.		X		
7	Protocolo de bioseguridad.		X		
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.		X		Se requiere de mayor control y seguridad.
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.	X			
11	Precios competitivos.	X			
12	Promociones.	X			
13	Atención al cliente.				Carece de personal calificado.

Nombre de la empresa: La Campiña

Rubro que se dedica: Restaurante

Tabla 64. Guía de observación de la empresa La Campiña

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.		X		
2	Accesibilidad.		X		
3	Infraestructura y esparcimiento.		X		Poco ordenamiento en el área de restaurante.
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.			X	El personal de servicio debe de estar atento a limpiar y a recoger la basura que generan los turistas.
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		
6	Cumple con uniforme requerido.		X		
7	Protocolo de bioseguridad.			X	No se cumplen con todas las medidas sanitarias.
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.		X		
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.		X		Mejorar la carta de menú, con enfoque ilustrativo.
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.		X		
13	Atención al cliente.		X		Carece de personal calificado.

Nombre de la empresa: La Piscina

Rubro que se dedica: Hotelería y Restaurante.

Tabla 65. Guía de observación de la empresa La Piscina

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			
3	Infraestructura y esparcimiento.	X			
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.	X			
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.		X		
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.	X			
9	Calidad de productos/servicio.		X		Se requiere mayor eficacia en el servicio de restaurante.
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.		X		Precio fijo del pasadía, el cual es consumible.
13	Atención al cliente.			X	Para mayor satisfacción, servir a tiempo la orden de los clientes.

Nombre de la empresa: Hotel Delfín Dorado

Rubro que se dedica: Hotelería y Restaurante.

Tabla 66. Guía de observación de la empresa Hotel Delfín Dorado

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			
3	Infraestructura y esparcimiento.	X			
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.		X		Mejorar el aseo en los baños.
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		
6	Cumple con uniforme requerido.			X	Poca disciplina en los empleados, es elemental brindar una imagen higiénica y confiable en los clientes.
7	Protocolo de bioseguridad.		X		Se necesita ampliar más las medidas de bioseguridad.
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.		X		
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.		X		
13	Atención al cliente.		X		Carece de personal calificado.

Nombre de la empresa: Hotel Los Mangos

Rubro que se dedica: Hotelería y Restaurante.

Tabla 67. Guía de observación de la empresa Hotel Los Mangos

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.		X		
2	Accesibilidad.			X	No cuenta con señalizaciones previas al establecimiento, largo trayecto en mal estado, (calle de tierra)
3	Infraestructura y esparcimiento.	X			
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.	X			
5	Área trabajo limpia y ordenada.	X			
6	Cumple con uniforme requerido.	X			
7	Protocolo de bioseguridad.		X		
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.		X		
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		Ofrecer menús económicos y combos de hospedaje.
12	Promociones.		X		Precio fijo del pasadía, el cual es consumible.

Nombre de la empresa: Millennium Supermarket

Rubro que se dedica: Comercialización de productos básicos alimentarios.

Tabla 68. Guía de observación de la empresa Millenium Supermarket

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			Fácil acceso, pero no cuenta con señalizaciones previas al establecimiento.
3	Infraestructura y esparcimiento.		X		
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.		X		Poco ordenamiento en la ubicación de los productos.
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		
6	Cumple con uniforme requerido.			X	No, es necesario mejorar la presentación en los empleados e identificarlos.
7	Protocolo de bioseguridad.			X	Hay deficiencia en las medidas de bioseguridad hacía los clientes.
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.				
9	Calidad de productos/servicio.		X		Para optimizar el tiempo, se requiere de más cajas registradoras.
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.		X		
13	Atención al cliente.		X		Demora en el área de cobro.

Nombre de la empresa: Tienda Rodríguez

Rubro que se dedica: Comercialización de productos básicos alimentarios.

Tabla 69. Guía de observación de la empresa Tienda Rodríguez

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.	X			
2	Accesibilidad.	X			No cuenta con señalizaciones previas al establecimiento.
3	Infraestructura y esparcimiento.		X		
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.		X		Poco ordenamiento en la ubicación de los productos.
5	Área trabajo limpia y ordenada.		X		
6	Cumple con uniforme requerido.		X		
7	Protocolo de bioseguridad.			X	Hay deficiencia en las medidas de bioseguridad hacia los clientes.
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.				
9	Calidad de productos/servicio.		X		
10	Visualización de productos/servicios.		X		
11	Precios competitivos.		X		
12	Promociones.		X		

4.4 ENTREVISTA

4.4.1 Entrevista dirigida al alcalde municipal de Jucuarán.

Entrevista dirigida al Alcalde Municipal de Jucuarán

Objetivo: Conocer la situación actual que sostiene el turismo en Jucuarán.

1. ¿Considera que Jucuarán cuenta con el potencial suficiente para impulsar el turismo?

Claro que sí, Jucuarán tiene potencial, cuenta con muchos recursos naturales como abundante vegetación, montañas, playas, paisajes, atractivos turísticos que nos caracterizan como municipio, pero tenemos claridad que se necesita de la inversión privada para incrementar el desarrollo turístico y mejorar la oferta turística.

2. ¿De acuerdo con las estadísticas del municipio, en qué mes o temporada del año han recibido mayor afluencia de turistas y de cuanto es el margen de visitantes?

Las playas son las más visitadas durante el año, pero los meses de verano son los más concurridos, para ser específico en La Playa El Espino, el pico en visitantes lo tenemos durante la Semana Santa con un estimado de 16 mil personas, también en la semana agostina, veinticinco de diciembre y uno de enero hay afluencia de turistas, provenientes de diferentes partes del país y del extranjero, cabe mencionar que en febrero en el marco de las fiestas de Romería en honor a la Virgen de Candelaria se están recibiendo entre 25,000 a 30,000 visitantes.

3. ¿Qué avances ha tenido el sistema vial y que tan efectivo es el transporte colectivo?

El sistema vial en el municipio es eficiente, nosotros hemos venido trabajando desde el 2009, mejorando las vías de acceso en las comunidades que se encontraban en mal estado, en los últimos 5 años se ha tenido el mayor avance en el desarrollo vial. Respecto al transporte colectivo es deficiente, no hay mayor circulación de transporte público en el transcurso del día, solo es horarios específicos, sin embargo, han surgido esfuerzos como la circulación de microbuses y moto taxis que se han vuelto muy efectivos en la zona sur de Jucuarán y en la Playa El Espino.

4. ¿El Concejo Plural y usted como alcalde de turno cuáles han sido las acciones que han implementado para el desarrollo turístico en el municipio?

Las acciones principales Han sido temas de los servicios básicos, temas de iluminación pública, servicio de alumbrado, la producción de energía a sectores turísticos Mejoramiento de las vías de acceso, hemos apertura do calles a sectores turístico, también hemos trabajado muchísimo el tema de las fiestas patronales, recolecciones de desechos sólidos del municipio como el mejoramiento de las jornadas de limpieza y eliminación de focos de concentración de desechos sólidos. De igual forma hemos impulsado las obras municipales con enfoque turístico, como ejemplo tenemos la proyección de la construcción de la primera etapa de un eco parque y la reforestación de esta misma, también las obras de mitigación de la playa el espino por temas de la erosión de la playa se acatado este tipo de tema. Todo esto ha venido a incentivar lo que es tema turista en el nuestro municipio de Jucuarán

5. ¿Qué alternativas se le han brindado a la población Jucuaranense, que contribuyan al desarrollo turístico y a mejorar los ingresos económicos locales?

Dentro de la unidad de turismo, nosotros hemos impulsado y originando espacios de emprendimiento. Con enfoque turístico y le hemos dado crecimiento y trabajando en su fortalecimiento de ello, también motivándolos de manera a que se mantengan el emprendimiento. Aparte también hemos ayudado del tema de infraestructura y servicios básico que es prácticamente que corresponde como gobierno, además de esto nos hemos introducido en temas de acompañamiento de asistencias técnicas, y promoción de los emprendimientos.

6. ¿A parte de los sitios turísticos ya existentes, cabe la posibilidad de construir más, los cuales permitan mayor atracción turística y revitalización económica?

Si, el municipio tiene una gran cantidad de sitios turísticos que pueden ser explotados y que necesitan inversión privada y estamos claro que estos mismo la que continúe construyendo sus hostales, restaurantes y todo aquello que pueda hacer en materia de turismo. Por nuestra parte continuamos tratando de fortalecer los servicios básicos, temas de recolección de desechos sólido, luminarias públicas para poder generar mayor impacto en la seguridad.

Con respecto a la viabilidad y acceso a los distintos lugares de Jucuarán se está buscando solución al tema de infraestructura, donde tenga el valor agregado que tiende a fortalecer el tema de turismo

7. ¿Se han implementado medidas ambientalistas que fomenten la protección y preservación de los recursos naturales?

Si, se está reforestando también prohibiendo la tala de árboles, estamos denunciando y persiguiendo lo que se dedican a esto. igualmente hemos construido campañas de comunicación para concientizar el tema de la protección de los recursos sobre todo la flora y fauna que a sido muy golpeada en nuestro territorio.

8. ¿Se les brindan capacitaciones a los comerciantes que permitan generar confianza y satisfacción a los turistas, atreves de medidas sanitarias y excelente atención al cliente?

Si, desde la unidad de turismo hemos impulsado muchas capacitaciones tanto en el tema de atención al cliente, manipulación de alimentos y como también en la preparación de guías turísticos.

hemos apoyado jóvenes para prepararlos como guías turísticos, sobre todo en la zona costera porque ahí estamos más avanzos en este tema. El tema de higiene nos hacemos acompañar de la unidad de salud para que brinde guías y respectivos señalamientos de salud e higiene para las personas que se dedican a la venta de comida y otros insumos alimenticios preparados sobre todo en el casco urbano y la playa el espino.

9. ¿Qué medidas han implementado para prevenir y evitar la propagación del COVID-19 en el municipio?

Primero que todo nosotros tomamos las medidas preventivas, lanzamos una campaña de concientización en tema de higiene personal, el lavado de manos, medidas preventivas como uso de mascarilla, no tocarse la boca, nariz y ojos. También hemos apoyado a los más vulnerable con insumos para el tema de higiene, asimismo estamos apoyando a las instituciones por la deficiencia que las tienen, nosotros estamos apoyando con insumos como alcohol gel, mascarilla, equipos de protección de bioseguridad y ayudar al personal de salud y estamos manteniendo una campaña permanente para el cuidado personal atreves del aislamiento social.

Con los negocios y emprendimientos que hay en el municipio, hemos estado dando capacitación con respecto al manejo de las medidas de bioseguridad, incluso durante la pandemia estuvimos activo en el trabajo con ellos para el no desarticularlo.

10. ¿La gestión municipal ha previsto la elaboración de un plan que contenga los protocolos necesarios para evitar el contagio de COVID-19 entre los turistas y la población local, al momento que se haga la reapertura al turismo?

Se está trabajando un programa como apoyo de otras instancias en la que nosotros somos parte como ASIBAHIA (Asociación Intermunicipal de los municipios de la bahía de Jiquilisco) para generar una estrategia de carácter preventivo y cuidado a los emprendedores y pequeños empresarios en materia de turismo para el momento que se reciba masivamente a los turistas.

4.5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Al finalizar el análisis, la investigación documental y de campo relacionada con el plan estratégico para el desarrollo turístico del municipio de Jucuarán, departamento de Usulután, año 2020, se plantea las siguientes conclusiones y recomendaciones.

4.5.1. Conclusiones.

- Se determina que los habitantes reconocen que Jucuarán tiene los recursos naturales suficientes para impulsar el desarrollo turístico, convirtiéndolo en un referente en turismo; de montaña y de playa, esto lo convierte en primera opción ante la competencia. Lugares que poseen mayor potencial turístico, son las playas, eco parque y la abundante vegetación, que en gran medida se vuelven fuentes de desarrollo económico para los habitantes del municipio, a su vez demostraron el interés por involucrarse en las actividades turísticas, creando perspectivas diferentes que contribuya al posicionamiento y reconocimiento del municipio.
- De acuerdo a la información recolectada a través de los instrumentos, se identificó que la mayor afluencia de turistas se capta en las Playas, haciendo énfasis en la Playa El Espino, la mayoría de los visitantes provienen de la zona oriental, cabe mencionar que el casco urbano también es visitado en fechas religiosas por la fe y el significado religioso con el que cuenta la Virgen de Candelaria.
- Se observó en el municipio de Jucuarán que no cuentan con señalización en todos los lugares turísticos, que indique u oriente a los turistas a visitar los diferentes lugares que gozan de gran potencial, esto se vuelve una limitante para

el desarrollo del municipio, debido a que no proporcionan más opciones o alternativas para el turista.

- Los habitantes en un 50/50 consideran que la afluencia de turistas si perjudicaría al medio ambiente, mientras la otra mitad indicó que no, sin embargo, para poder desarrollar el turismo en Jucuarán se necesita de mayor presencia de turistas, por lo tanto, se requiere de acciones que concienticen a la población de lo importancia de la protección de los recursos naturales.
- Se concluye, que los turistas preferirían tener una ruta turística que les facilite recorrer los diferentes atractivos del municipio, conociendo y experimentando nuevos lugares de la localidad y hacerlo mediante una guía turística bien identificada que contengan información de todo lo relacionado a turismo. Para los turistas es más factible informarse por redes sociales, la mayoría hace uso del móvil para buscar y descargar información.
- Tanto para los habitantes, como para los turistas es elemental que el gobierno local en conjunto al Comité de Desarrollo Turístico efectúe los protocolos de higiene y de bioseguridad en el municipio, también consideraron elemental que todas las empresas del municipio, como hoteles, restaurantes, tiendas y en los sitios turísticos, se mantengas medidas preventivas ante el COVID-19. Los turistas señalaron que las medidas preventivas les generan confianza y mostraron interés y disposición en visitar los diferentes lugares turísticos de Jucuarán.
- Las empresas del municipio en su mayoría están cumpliendo con las medidas de bioseguridad, toma de temperatura, gel, lavado de manos, zapatera para desinfectar, limpieza en las instalaciones, sin embargo, no todas lo están cumpliendo con amplitud y consistencia.

- Se concluye en la entrevista al Alcalde José Boanerge Carranza; en su testimonio se han ejecutado obras y proyectos para fomentar el turismo, pero se requiere de mayor inversión para poder desarrollar el turismo en el municipio, también manifestó que en el municipio las vías de acceso han mejorado en gran medida, pero que se cuenta con una deficiencia el servicio del transporte colectivo, sin embargo el sector privado han implementado el servicio de moto taxi, posterior hizo referencia que durante la pandemia se tomaron todas las medidas de higiene y de bioseguridad, instalaron puntos de desinfección en desvíos y en vías de mayor tránsito. Se realizaron entregas de paquetes alimenticios, kits de limpieza a la población en general y a su vez entregaron equipos y materiales de bioseguridad a la dirección de salud del municipio.

4.5.2. Recomendaciones.

- El gobierno municipal a través de su gestión o cooperación, debe de crear las condiciones para potenciar el turismo, involucrar a las comunidades para su desarrollo a través de proyectos o programas de mejoramiento en las zonas turísticas, fomentar actividades que contribuyan a los ingresos económicos locales, como actividades, paseo en lancha por los canales del manglar, caminata o senderismo en los cerros, mantenimiento y mejoramiento al eco parque, potenciar a los emprendedores en sus actividades, con el propósito de mejorar la oferta turística, Es vital aprovechar los recursos naturales que posee tanto como en playas y montañas ya que es el único municipio del departamento que tiene ambas cosas.
- Mantener limpio y ordenado el casco urbano, e igual las playas, son los lugares más visitados, por lo tanto, se requiere de generar un ambiente sano y agradable para los visitantes, fomentar los festivales, gastronómicos, culturales y religiosos, para que la permanencia de los turistas sea mayor y se cuente con mayor actividad turística.

- Ubicar señalización al inicio de una ruta turística, en puntos intermedios de la ruta, en los desvíos de carreteras principales, y en el ingreso inmediato al mismo. Es necesario valorar que en el municipio se encuentran sitios turísticos en zonas urbanas y rurales que poseen calles de pavimento y de tierra, en algunas hay mayor fluidez vehicular y el letrero de la señalización debe ser más grande, la ubicación y el tipo de señalización debe de ir de acorde al sitio turístico.
- Para el cuidado de la flora, fauna y todos los recursos naturales, se recomienda hacer campañas de limpieza, realizar charlas con los emprendedores con enfoque de concientización en el cuidado del medio ambiente, el gobierno local deberá instalar basureros que contengan varios depósitos, para desechar el plástico, vidrio y orgánico, estos deben estar ubicados en los diferentes lugares turísticos y a una distancia considerable para que al visitante se le haga factible depositarla inmediatamente, también instalar letreros que contengan mensajes de no votar basura.
- Crear una ruta turística accesible que permita identificar los diferentes lugares turísticos, brindando más opciones a los visitantes para que disfruten de momentos gratos y únicos, ruta que se dará a conocer a través de una guía turística, que contenga información de los lugares, actividades, costumbres, artesanías y gastronomía; y que se publique en redes sociales o por distribución de la municipalidad.
- Crear un manual de protocolo de limpieza y de bioseguridad para que se implemente en el municipio, se dará a conocer a través de la Unidad de Turismo y el Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán, el cual será de contribución para que lo apliquen las empresas y la municipalidad.
- El Comité de Desarrollo Turístico en coordinación con las autoridades correspondientes debe verificar que las empresas cumplan con los protocolos

de higiene y bioseguridad, es necesario enfatizar que se cumplan, para mayor protección de los habitantes y para generar mayor confianza en los turistas.

- Coordinar con las autoridades correspondientes para dar solución a esta problemática y que le resulte favorable a los habitantes y a los turistas movilizarse en el municipio, de lo contrario se vuelve una limitante para desarrollar diferentes actividades. El gobierno municipal debe de buscar los mecanismos de relación y gestión con instituciones como MITUR, CORSATUR, ISTU, para buscar proyectos que promuevan el turismo en Jucuarán y beneficien a la población.

5. CAPITULO V: PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE JUCUARÁN, USULUTÁN, AÑO 2020.

5.1. Resumen Ejecutivo

El Municipio de Jucuarán tiene un gran potencial turístico para poder explotar, desde camping, caminatas, montaña, ecoturismo, playa, viajes en lancha, ranchos de playas, manglares y entre otras actividades, cuenta con una historia bastante rica, así como ser uno de los puntos de enfrentamiento de grupos armados, durante la guerra civil de El Salvador; pero también tiene otras costumbres y tradiciones derivadas de la religión, como son la procesión a la Virgen de Candelaria, y la fiestas patronales a la Virgen de Santa Ana.

Por eso y muchas cosas es considerado un potencial turístico, pero solo queda como oportunidad si esta no se desarrolla para poder atraer a viajeros, extranjeros y turistas para que visiten y vean el encanto con las que cuenta este territorio, por lo que como grupo de trabajo vimos la problemática en la que se encontraba el turismo en la zona y propusimos el estudio “Plan Estratégico para el desarrollo turístico del municipio de Jucuarán, Usuluán 2020”.

Se realizó un diagnostico que muestra la situación actual y los factores del entorno (interno y externo) del municipio, donde se puede describir parte de algunos atractivos turísticos, actividades y la historia que se desarrollan, así también se aplicaron un análisis PESTEL en conjunto con el análisis FODA.

Se plantearon los objetivos estratégicos, junto con las metas que se pueden alcanzar y seguido se plantearon las estrategias junto a las tácticas para poder

desarrollar los objetivos, dentro de esto se plantean soluciones a algunas recomendaciones como son la señalización, una guía turística, rutas turísticas, manual y afiches de prevención COVID-19, talleres de concientización ambiental y de desarrollo de emprendimientos.

5.2. Diagnostico

Para la unidad de turismo del Municipio de Jucuarán, es propio realizar un diagnóstico que denote, la situación actual, la filosofía y los factores del entorno (externo e interno) del municipio y por ende de la unidad.

5.2.1. Situación Actual

Jucuarán cuenta con una trayectoria histórica enriquecedora que lo caracteriza ante los demás municipios. Jucuarán es de origen Ulúa Shucualan que significa “Cerro de las Hormigas Guerreadoras”, en 1550 era habitado aproximadamente por unas 300 personas, en 1682 sufrió una embestida de piratas y provocó que huirán los habitantes aborígenes, luego regresaron y surgió un nuevo asentamiento, posterior en 1936 por decreto de la Asamblea Legislativa Jucuarán obtuvo el título de villa y en 1997 el de Ciudad.

Actualmente Jucuarán cuenta con una extensión territorial de 239.69 kilómetros cuadrados, es el segundo municipio con mayor amplitud territorial del departamento de Usulután, se encuentra dividido por 7 cantones, El Jícaro, El Jutal, El Llano, El Zapote, La Cruz, El Progreso y Samuria, la cabecera de este municipio (Casco urbano) tiene una altitud de 670 metros sobre el nivel del mar.

Jucuarán es un destino turístico, está ubicado entre olas y montañas, su amplio potencial permite brindarles una expectativa diferente a los visitantes. El acceso vial es factible, la carretera litoral conecta con la calle principal que conduce

al municipio, la cual se retoma en el desvío El Espino, al continuar el camino se pasa por el río grande de San Miguel, desde allí empieza el ascenso a Jucuarán, luego se encuentra el desvío el Amatillo donde está la calle que conduce al pueblito (casco urbano) y la otra con destino a Playa EL Espino. Hay 3 rutas del transporte colectivo en horarios específicos; ruta 351: Usulután, Transito, El Espino, 358(A): Usulután, Cantón Cabaña, Jutal y Jucuarán y 358(B): Jucuarán, Samuria y Usulután, ambas rutas viceversa en el recorrido y todas las unidades son buses. Producto de las irregularidades y fallas en el transporte colectivo, surgió el transporte en camión, mejor conocidos como los kias, dicho transporte sale de las comunidades más aledañas del municipio. Los habitantes no cuentan con un transporte efectivo que ofrezca un buen servicio y mayor circulación durante el día, la zona más afectada es el casco urbano y sus alrededores, mientras que en el Espino ha surgido la circulación de las motos taxi que realizan viajes en la zona sur del municipio y en ocasiones fuera del él.

Dentro de los servicios también se encuentran, tres Unidades de Salud catalogadas ECOS familiares en atención primaria y una Unidad de Salud Intermedia, dos ambulancias una del ministerio de salud y la otra de la municipalidad, en el municipio hay acceso a las redes móviles, solo en el casco urbano se cuenta con línea fija, por lo tanto, la mayoría de las familias han optado por el servicio de cable satelital, un 90% de las comunidades cuentan con servicio de electrificación y un 80% con agua potable, en el ámbito de seguridad, hay dos estaciones de la PNC y una del CAM, con esfuerzos coordinados en la municipalidad y el Gobierno Central se ha logrado erradicar la delincuencia e inseguridad, esfuerzos que iniciaron en el año 2015, respecto al sector educación hay 35 sedes educativas, todas ellas del sector público, de las que solo 4 ofrecen educación media y en el Instituto Nacional de Jucuarán (INJU) desde el año 2013 implementaron el bachillerato opción Técnico en Servicios Turísticos.

Jucuarán es uno de los municipios en el país que tiene una planta de tratamiento de aguas residuales, que tiene un enfoque ambientalista, optimiza la gravedad como fuerza conductora y utiliza un tanque imhoff que es más eficiente que un sedimentador, el proyecto se llama Saneamiento de Aguas Residuales del Casco Urbano de Jucuarán, implementado y ejecutado por la cooperación Val-De-Marne, Francia y Alcaldía Municipal, dicho proyecto ha beneficiado 450 familias del sector urbano.

Los niveles de pobreza en el municipio se han ido reduciendo, hay más acceso a los servicios, a través de gobierno municipal se han implementado proyectos y programas comunales en beneficio a las familias más vulnerables y de escasos recursos, transporte gratuito para estudiantes, programa de becas estudiantiles, mejoramiento de viviendas, mejoramiento de caminos vecinales, obras civiles para el esparcimiento y recreación, proyectos de agua potable, energía eléctrica y alumbrado público, programa de fomento a grupo de emprendedores locales, programas agrícolas y pesqueros y huertos caseros.

Jucuarán es un municipio productivo habitado por gente trabajadora, los habitantes de la zona sur, en el sector de la playa se dedican a la actividad pesquera y comercialización de mariscos, en el resto del municipio, la mayoría se dedica a la agricultura cultivo de maíz, frijol, café, entre otros como hortalizas, sin embargo la remesa es fuente de ingreso para las familias Jucuaranenses, de igual forma hay una serie de negocios locales, superes minoristas que venden productos al detalle, ferreterías, farmacias, bazares y un pequeño grupo de empresas que se dedican al rubro de hotelería y restaurante.

Debido a la emergencia COVID-19, los ingresos económicos locales han disminuido y también la actividad económica, en los meses más críticos en la que se estableció cuarentena domiciliar del mes de marzo a julio, el gobierno municipal implementó la entrega de kit de limpieza y paquetes de alimentación para la

población en general. La Asociación internacional de los municipios de la Bahía de Jiquilisco (ASIBAHIA) elaboró un programa, el cual se dio a conocer a través de la Unidad de Turismos de la municipalidad a los emprendedores y empresarios, cuyo objetivo informar y concientizar, esto, permitió establecer medidas preventivas y protocolos de bioseguridad, al momento que se hizo la reapertura al turismo, evitando el contagio de COVID-19 en la población y turistas.

En materia de turismo Jucuarán tiene potencial, posee los recursos naturales suficientes para mejorar la oferta turística. La zona costera es un maravilloso ecosistema donde se encuentra el sitio turístico con mayor afluencia turística, La Playa El Espino, cuenta con más de 10 kilómetros de longitud, de arena color gris, es catalogada la mejor playa de El Salvador, se caracteriza por su amplia planicie y sus variadas mareas, a lado Norte y Este colinda con la tierra de Jucuarán, por el lado Oeste con la Bocana La Chepona donde se puede apreciar los canales del manglar, árboles que miden aproximadamente 30 metros de altura, dentro de los cuales se encuentra las seis especies de mangle, lugar donde habitan animales exóticos y al sur con el Océano Pacífico. En la playa El Espino se encuentra la mayor parte de los negocios, restaurantes, hoteles, cabañas y ranchos para descansar y degustar de la rica gastronomía, lugares que brindan pasadía y alojamiento. Sin embargo, se requiere de implementar medidas que regulen la recolección de desechos sólidos que genere un ambiente saludable para los habitantes y turistas, en las fechas donde hay mayor afluencia de turistas es donde surgen más acumulación de basura, ya que en gran medida el visitante lanza la basura en cualquier lugar, la falta de concientización y de basureros en diferentes puntos contribuyen a la contaminación, la municipalidad junto a las comunidades implementan campañas de limpieza pero no son suficientes para erradicar esta situación. En años anteriores por parte de la Unidad de Turismo en fechas como Semana Santa, en las fiestas agostinas, 25 de diciembre y 1 de enero solicitaban una colaboración económica al turista para la ordenanza y limpieza de la playa, de igual manera le brindaban bolsas para la recolección de basura.

La playa La Bocanita y El Salamar son otros sitios que gozan de una tranquilidad para compartir en familia, cuando baja la marea se puede apreciar los bellos paisajes que la rodean, estas playas carecen de reconocimiento y de infraestructura turística. En la zona sur oriente del municipio hay más opciones tropicales, playa El Salto, playa Punta Mango, playa La Ventana, situadas en terrenos rocosos con pendientes casi verticales, que conforman hermosos acantilados con una vista excepcional, en estas playas se forman altos oleajes ideales para practicar surf, también es viable el senderismo. El acceso vial hacia estas playas no está en buenas condiciones, la calle es de tierra y en algunas se tiene que caminar por veredas para llegar hasta su destino. Estas playas reciben poca afluencia de turistas, cuentan con ciertos hoteles y restaurantes, así como el alquiler de ranchos o casas de descanso.

Por otra parte, en el trayecto de la carretera que conduce al casco urbano y playa El Espino se pueden apreciar vistas y paisajes impresionantes, donde se observa parte de la playa El Espino y la Chepona. No hay miradores de uso público para que la gente pueda disfrutar con mayor plenitud.

El casco urbano está ubicado en las alturas de Jucuarán, durante el año se goza de un clima agradable y fresco, aunque en el periodo de invierno se presencia una temperatura baja y abundante neblina en las zonas montañosas, es un lugar ideal para salir del entorno habitual, en dicho lugar hay hostales, restaurantes, comedores, pupuserías y cafetería. Antes de la pandemia el día domingo un grupo de emprendedores se ubicaba en la calle principal, frente a la alcaldía, a vender productos, artesanías, comida y bebida, así mismo en ciertos meses se realizan festivales gastronómicos, culturales y religiosos, entre los más reconocidos está; el festival de maíz, café y cacao.

Jucuarán cabecera no cuenta con afluencia de turística, excepto en el marco de las fiestas de Romería en especial el 2 de febrero, día de la Virgen de Candelaria, fiestas que obtienen una cantidad significativa de visitantes tanto como feligreses y turistas, debido a la tradición y fe, por lo tanto, el comercio es efectivo en ese periodo. En el mes de julio son las fiestas patronales, cada 26 de dicho mes se festeja en honor a la Virgen de Santa Ana, fiestas que cuentan con menor presencia de personas.

La abundante vegetación y las bajas temperaturas se vuelven un atractivo turístico para los amantes del buen clima. El cerro el Faro es ideal para el turismo de montaña, es de alta elevación cuenta con una altitud de 750 m.s.n.m, desde la cima se observa una vista panorámica de Intipucá y volcán Chaparrastique, en la misma zona se encuentra el Cerro el Vigía y la Cueva el Duende, una de las más antiguas e históricas. El acceso a ambos lugares es por medio de sendas, en las cuales no hay mantenimiento de poda y tampoco hay señalización.

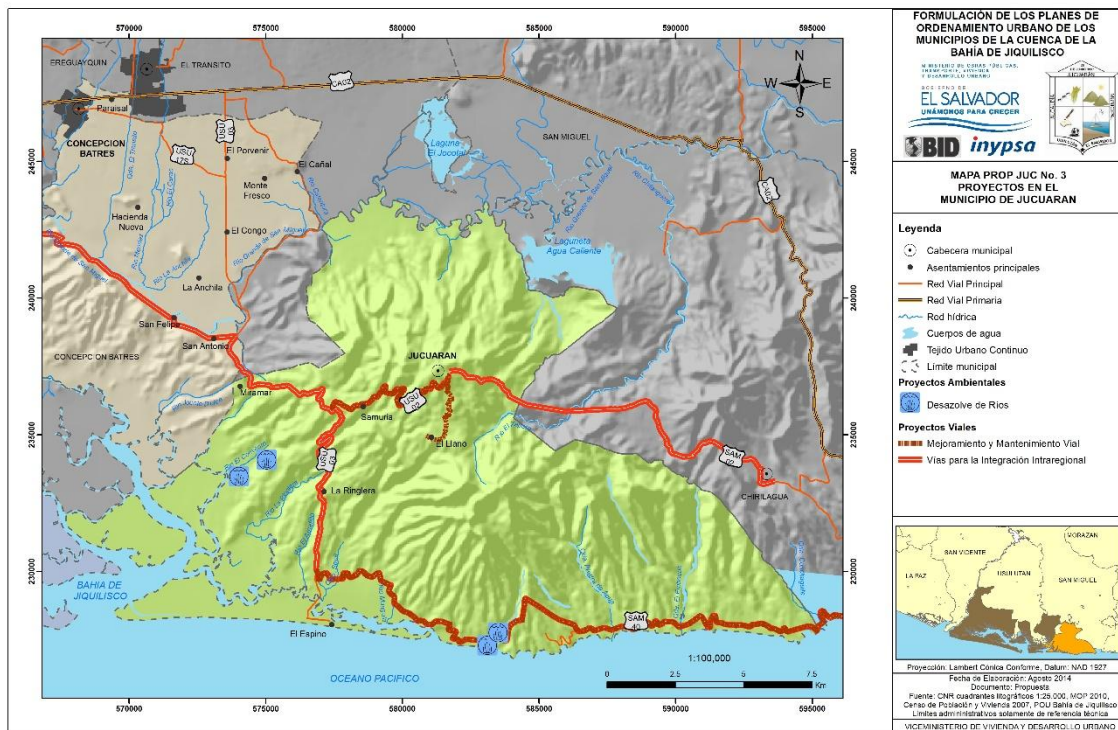
Cerro El Mono es el más alto tiene una altura de 772 metros sobre el nivel del mar, este cerro muy reconocido por su historia, por la existencia de monos arañas y diferentes especies de animales silvestres, este cerro es famoso porque fue asentamiento de la guerrilla durante el conflicto armado en El Salvador, aún se encuentran tatú (cuevas y túneles) que servían de refugio para los guerrilleros. El cerro El Mojón, La Misión y Pueblo Viejo, son más opciones de senderismo y de aventura extrema.

Otro sitio turístico es el Ecoparque, ubicado al norte de Jucuarán a 100 metro del (INJU), un lugar para compartir con amigos y familiares, ofrece un mirador en el cual se puede apreciar de una agradable vista a la laguna El Jocotal, el Borbollon, al volcán Chaparrastique, y demás serranías, en un campo amplio donde se puede acampar. El acceso es bastante rustico la calle no está en buen estado.

Dentro de la reserva natural, se tiene la cascada el Guazmo es un nacimiento de agua, donde se forma una poza de agua fría, ideal opción para el turismo de montaña, además tiene historia basada en leyendas y mitos. Ubicada en el cantón El Jícaro caserío La Ringlera, se camina aproximadamente 30 minutos.

Jucuarán goza de una serie de lugares turísticos los cuales necesitan que se les genere las condiciones necesarias, con el objetivo que obtengan mayor reconocimiento y posicionamiento turístico, es necesario el mejoramiento en las vías de acceso, actualmente no hay una señalización turística efectiva, que indique cada uno de los sitios turísticos. El desarrollo turístico no se ha efectuado en gran medida a pesar que se cuenta con el potencial, las instancias inmediatas respecto a turismo en el municipio y que mantienen esfuerzos en esta área es la Unidad de Turismo Municipal y el Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán.

Ilustración 70. Mapa del Municipio de Jucuarán, señalada vía de acceso al municipio



Fuente: Extraído de informe Geoportal Desarrollo Territorial y Urbanismo, Ministerio de Vivienda; http://observatorio.vivienda.gob.sv/www/prov/wf_prov.aspx?idp=8&idh=7

5.2.2. Análisis de Factores del Entorno

El análisis de los factores de entorno consistió en la identificación de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del municipio de Jucuarán mediante la comisión de turismo de la alcaldía municipal, es necesario en la creación de un plan estratégico siempre el análisis de ciertos factores externos como internos. Por lo que se utilizan distintos métodos para poder analizar estas fuerzas.

Primero que nada, el análisis externo es de tener en mucha importancia a la hora de plantear objetivos y estrategias al largo plazo, por la sencilla razón de que cualquier cambio en ellos, puede afectar directamente el mercado y el entorno en el que se desenvuelve la asociación, de tal modo que cualquier cambio incide directamente en el desarrollo del plan estratégico; por lo cual nos auxiliamos del método PESTEL (Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Legal).

Para el análisis interno del municipio para la comisión de turismo, se utiliza un análisis FODA, que trata propiamente dicho de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puedan existir; el análisis FODA estudia tanto lo interno como lo externo y se logra apreciar como ciertas oportunidades pueden capitalizarse para ser una fortaleza, o amenazas transformarse en debilidades; de esta forma un buen entendimiento de estos factores es crucial para crear objetivos y estrategias al corto, mediano y largo plazo.

5.2.2.1. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL ayuda a generar una idea del entorno macroeconómico y ayuda a identificar las oportunidades y amenazas de las organizaciones, en este caso de la unidad de turismo del municipio de Jucuarán; de esta forma se pudo reconocer todos aquellos factores externos a la unidad de turismo, sobre los que se tiene muy poca o nula influencia, pero al tener información sobre ello se consigue aminorar los efectos de las amenazas e incrementar el afecto a las oportunidades

5.2.2.1.1. Factores Políticos

La organización de la alcaldía municipal de Jucuarán es centralizada, dando la toma de decisiones al alcalde que en el momento de la investigación y planeación estratégica era José Boanerge Carranza Correas y su consejo municipal, así como también la comisión de turismo del municipio en temas relacionados a esta unidad que reporta a la alcaldía; el municipio está dividido en 7 cantones El Jutal, El Júcaro, El Llano, El Zapote, La Cruz, El Progreso y Samuria.

La alcaldía municipal mediante la unidad de turismo del municipio de Jucuarán ha hecho andar proyectos para incentivar el turismo en la zona, como son la construcción de vías de acceso, alumbrado público, recolección de basura y apoyo en las fiestas patronales, así como creación de pequeñas ferias gastronómicas y de emprendimiento.

De la misma manera se ha logrado un apoyo con otros organismos gubernamentales, como son el ministerio de turismo y ministerio de medio ambiente, buscando incentivar el turismo en la bahía de Jiquilisco y concientizando sobre el hábitat de los manglares y la importancia de estos.

También por medio de la unidad de turismo se incentiva la inversión privada en varios lugares del municipio, para que se construyan nuevos hostales o centro turísticos para los visitantes; cabe mencionar la construcción del ecoparque en Jucuarán que busca a incentivar el turismo en la zona del casco urbano. Todos estos proyectos son parte de las apuestas que está haciendo el gobierno local desde la unidad de turismo del municipio.

Y con la activación de las políticas de turismo del nuevo gobierno se espera que incentiven toda la franja costera del oriente de la bahía de Jiquilisco, apoyando con inversión pública, en la construcción de infraestructura y vías de acceso, esto claramente aumentaría el turismo en la zona; y que va de acuerdo a políticas de la unidad de turismo de poder ofrecer a los turistas una experiencia más diversificada al momento de visitar el municipio.

Una de las mayores preocupaciones para el turismo, es el conflicto del gobierno central con el local, por diferencia en ideas, prioridades y la visión, de la manera en que se pueda presentar esto afecta el desarrollo el turismo, al no crear una perspectiva favorable a largo plazo para inversionistas nacionales como internacionales; los conflictos políticos tienen que ser superados antes de poder crear una política de turismo para que el trabajo en equipo sea posible.

5.2.2.1.2. Factores económicos.

El turismo como tal es un negocio de 2 billones de dólares alrededor del mundo, forma parte de la economía y la sostenibilidad de varios países en vías de desarrollo, es una de las actividades económicas con gran importancia del mundo;

y por lo tanto se le tiene que brindar una atención en los planes estratégicos y desarrollo de las regiones activamente turísticas.

Por tanto, algunas actividades económicas menores que están en interrelación con el turismo como son la hostelería, los restaurantes, parques temáticos y de diversión, bares, discotecas y transporte, forman parte de este gran rubro que es el turismo, por tanto, las implicaciones económicas que afecten a estas actividades también vienen a repercutir en el turismo.

Principalmente en El Salvador, la economía basada en turismo ha sido fuertemente golpeada durante el año 2020, por crisis sanitarias, referentes a la pandemia de COVID-19, vino a obligar a los países de la región junto con El Salvador, a cerrar sus economías, las entradas y salidas del país lo que fue a afectar gravemente este sector de la economía.

La ayuda del gobierno ha ayudado a disminuir la carga fiscal y económica que tienen los dueños de estos establecimientos, pero siempre existirá algunas bajas dentro de esta actividad, por lo que primordial en un planteamiento de estrategias es el crear, desarrollar e innovar en nuevas formas de hacer negocio y llamar más turistas, creando una oferta turística atractiva para los usuarios, todo esto recae en tácticas dirigidas al turismo por parte del gobierno central y local.

Los inversionistas nacionales como internacionales, tienen la posibilidad de poder invertir en turismo dentro de la zona de estudio, tanto el gobierno central como la alcaldía ofrece incentivos fiscales para que estos puedan trabajar y desarrollar proyectos en estas zonas turísticas, de esa forma se crean más fuente de empleos y la circulación monetaria ocurre dentro del municipio, activando un crecimiento económico.

5.2.2.1.3. Análisis Sociocultural

El municipio de Jucuarán cuenta con una población amable y dedicada al trabajo, y tienen la visión colectiva de mejorar el municipio, para que más personas conozcan los atractivos, tradiciones y costumbres de este hermoso municipio.

Jucuarán se caracteriza por ser un municipio donde las creencias religiosas están bien arraigadas, por mencionar las celebraciones católicas que se realizan en la Parroquia de Santa Ana, como son las festividades a la Santísima Virgen de Candelaria estas empiezan días antes a finales de enero y terminan el 2 de febrero, según opiniones de los pobladores y del alcalde para estas fiestas se reciben cerca de 50,000 personas solo en el casco urbano; también se disfrutan de las fiestas patronales en honor a Santa Ana, que se llevan a cabo la semana del 26 de Junio.

Dentro de otras festividades tenemos la semana santa, se hacen procesiones y misas en la iglesia católica del municipio, así como los turistas nacionales y extranjeros disfrutan de las playas del espino durante sus días de libre, es uno de los momentos del año de cuando Jucuarán recibe mayor afluencia de turistas, según el alcalde durante estas celebraciones se reciben cerca de 100,000 personas en todo el municipio, siendo los días de más afluencias el viernes santo, el sábado de gloria y el domingo de resurrección.

Dentro otros factores el municipio se encuentra altamente alfabetizado; De acuerdo a los datos del Ministerio de Educación correspondientes al año 2020, en Jucuarán se encontraban 35 sedes educativas, todas ellas del sector público, de las que 3 ofrecen educación media, esto da cabida a unos 3100 estudiantes matriculados en el sector.

La variedad gastronómica del municipio también la identifica como un atractivo turístico de El Salvador, la yuca frita, frijoles, carnes, maíz, pescados, mariscos, productos lácteos, enchiladas, pupusas y tamales, son algunos de los manjares que se pueden encontrar en Jucuarán, así mismo al visitar la zona de la playa el espino resalta más la comida de playa, sopas de mariscos, cocteles de conchas, camarones, pescado frito y así como algunos postres congelados, minutas y sorbetes artesanales.

En todos los lugares, sitios, unidades y zonas turísticas del territorio nacional siempre se encuentra con una problemática que es la seguridad, debido a la historia de El Salvador debido a la delincuencia es considerado un país peligroso, por lo que estos municipios que tienen atractivos turísticos a veces se limitan a visitar debido al tema de seguridad, Jucuarán no es la excepción durante su momento era considerado un municipio peligroso, así como la mayoría del territorio nacional, pero debido a las medidas de seguridad que implementaron gobiernos anteriores en 2014-2019, y las medidas del actual gobierno junto con la ayuda del gobierno municipal, se ha podido disminuir en mayor medida este factor; dentro de esto podemos encontrar agentes del CAM (Policía municipal), así como una unidad de policía turística (POLITUR) que patrullan la zona del espino, y agentes de la policía nacional civil, repartidos por todo el municipio.

5.2.2.1.4. Análisis Tecnológico

Los factores tecnológicos son decisivos hoy en día, pues la velocidad de mejora tecnológica es brutal, hay que ser consciente que la tecnología que se está desarrollando ahora va a cambiar nuestro futuro inmediato. Por lo mismo la interrelación de este factor con el turismo es importante, porque el uso de las

tecnologías en un sector aumenta drásticamente la información que se puede obtener de este.

Las redes sociales son un buen ejemplo del uso de la tecnología, para poder presentar información detallada, en estos se puede promocionar, hablar, subir videos, imágenes, de cientos de lugares turísticos, y hasta da la oportunidad de alianzas comerciales entre restaurantes y playas, hoteles y el sector transporte; o las entidades públicas con todo lo ya mencionado. Por lo mismo el buen uso de estos medios genera una nueva atención a ciertos lugares, que crean el deseo de visitar, explorar y disfrutar.

También podemos hablar de medios impresos y audiovisuales, como la televisión, la radio y los periódicos; forman gran parte de las costumbres arraigadas de las personas a la hora de conocer lugares, pero hoy en día, niños, jóvenes y adultos son más de las vistas en redes sociales.

La unidad turística de la alcaldía de Jucuarán, crea varias oportunidades para poder dar a conocer el municipio, como entrevistas en televisión en ciertos programas de opinión y de turismo; blogs en páginas web que dan a conocer el municipio y todos sus atractivos, y más que nada hoy en día en redes sociales como Facebook y YouTube.

Otros avances en la tecnología y turismo, podemos mencionar el uso y desarrollo de las apps, en este sentido mencionamos algunas como Google Maps, con esta aplicación tenemos una impresión 2D de un mapa satelital de ciertos lugares que nosotros queramos conocer, como vías de acceso, lugares turísticos, restaurantes, hasta actividades turísticas; de este modo se convierte en una de las principales apps para planificar viajes turísticos, en vez de ir a una agencia de viajes.

Las aplicaciones de lugares turísticos como hoteles, restaurantes, que dan la bienvenida al cliente, sin tenerlo presente; podemos observar el menú, la ubicación del local, los servicios que ofrecen, precios y promociones del lugar, y si todo está bien, se puede realizar una reservación; esto genera un cambio y desarrolla oportunidades para capitalizar clientes potenciales.

5.2.2.1.5. Análisis Ecológico

Jucuarán cuenta con una reserva de vida silvestre en la bahía de Jiquilisco administrada por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales que protege a los manglares y a los animales que viven ahí; para esto el MARN tiene en la zona a 3 guardabosques que dan patrullajes constantes en la zona. La unidad de medio ambiente de la alcaldía, se promueva al cuidado de este hábitat, así como se realizan campañas de concientización ambiental.

También se cuenta con un vivero municipal, existe un programa de forestación de árboles en conjunto a las comunidades, también se realizan campañas de limpieza permanente, en quebradas, zonas públicas, playas y caminos; todo esto con el objetivo de cuidar y preservar el medio ambiente, y se cree una imagen limpia del municipio a los turistas.

Dentro de otros proyectos que ha implementado la alcaldía están la planeación y construcción de saneamiento y tratamientos de aguas residuales; con el fin de que las familias de los 7 cantones de Jucuarán, mejoren su calidad de vida, así como el cuidado al medio ambiente, al no contaminar ríos, ojos de agua y la playa. También se crea una nueva posibilidad a las poblaciones de tener agua limpia en sus hogares.

Otra dato a mencionar es la geografía del terreno donde se encuentra el municipio al ser un país tropical es amenazado con la presencia de huracanes, tormentas tropicales que afectan el turismo de manera permanente, como ejemplo en el invierno de 2020, la amenaza del Huracán ETA que avanzo por Nicaragua hacia honduras, pasando cerca de El Salvador; otro factor como la cercanía a la placa tectónica el coco, denota actividad sísmica en la región, como la presencia de una cadena volcánica que atraviesa todo el país.

5.2.2.1.6. Análisis Legal

El análisis legal, se refiere a todas las leyes vigentes que tienen que ser cumplidas o que generan un beneficio para la institución directa o indirectamente. Por lo primero tenemos los impuestos que recaudan la alcaldía municipal de los cuales asigna un porcentaje a los proyectos de la unidad de turismo, seguido de esto también podemos mencionar las leyes que afectan la inversión privada en ciertas partes del municipio que buscan incentivar el turismo en la zona.

Antes que nada, todas las empresas están obligadas a pagar cierto impuesto por operaciones ordinarias, como son el IVA, pago a cuenta, o el Impuesto sobre la renta, entre otras contribuciones especiales que se encuentran en rubros específicos de la economía; estas son limitantes en el presupuesto de un proyecto de inversión turística, por lo mismo el gobierno ha creado durante los últimos años leyes y reformas que incentiven la inversión turística.

Algunos aspectos legales en beneficio de la inversión contemplados en la Ley de Turismo. Podemos mencionar al Art.2. Literal E) “Es Aquel proyecto o plan maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Ministerio 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 la Ley de Turismo”. En este artículo detalla que el estado beneficia la inversión en proyectos de interés turístico nacional.

Así mismo en el Art. 22 de la misma Ley de Turismo regula los procedimientos que se aplican tanto para inversiones mayores y menores de \$50,000.00 dólares de los estados unidos de América; y en el Art. 36 enlista los incentivos fiscales que estos pueden optar como la “Exención del impuesto sobre Transferencias de Bienes Raíces”, “Exención de los derechos arancelarios a la importación”, “Exención del pago del impuesto sobre la renta” y la “Exención parcial de los impuestos municipales”; cada uno de estos incentivos tienen su momento y periodicidad para hacerse beneficiarios de ellos.

De la misma manera que hay beneficios se espera que exista una retribución al Estado después de haber optado de estos, como se expresa en el Art. 37 de la misma Ley de Turismo que menciona “Todas las empresas beneficiadas con los incentivos establecidos, deberán contribuir con un 5% de las ganancias obtenidas durante el período de exoneración, dicho porcentaje será agregado a las contribuciones especiales establecidas en esta Ley para la promoción del turismo”.

5.2.2.2. Análisis FODA

Tabla 70 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. Variedad de lugares turístico algunos sin ser descubiertos.</p> <p>F2. Clima agradable.</p> <p>F3. Limpieza y saneamiento del municipio.</p> <p>F4. Convenios para el desarrollo municipal (ASIBAHÍA).</p> <p>F5. Cooperaciones con países extranjero.</p> <p>F6. Reserva Natural de la Bahía de Jiquilisco en su territorio municipal.</p>	<p>D1. Muy poca inversión en el turismo por parte del gobierno local.</p> <p>D2. No dispone de rutas turísticas.</p> <p>D3. Algunas calles en mal estado.</p> <p>D4. Escasa publicidad turística.</p> <p>D5. Poca iniciativa de emprendimiento en los habitantes.</p> <p>D6. Limitado el acceso a calles hacia los lugares turísticos.</p> <p>D7. Limitada la movilización para recorrer lugares turísticos.</p> <p>D8. Condicionada la seguridad.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Reactivación de lugares turísticos.</p> <p>O2. Programas de emprendimiento en los habitantes.</p> <p>O3. Programas gubernamentales (pueblos vivos).</p> <p>O4. Reconocimiento de los lugares turísticos y mayor captación de turistas.</p> <p>O5. Creación de manual de protocolos de limpieza y bioseguridad (por pandemia actual).</p>	<p>A1. Surgimiento de lugares turísticos en municipios aledaños.</p> <p>A2. Catástrofes ambientales (huracanes, tsunami, terremotos)</p> <p>A3. Aumento en la inseguridad del municipio.</p> <p>A4. Crisis sanitarias como Pandemias.</p>

Fuente: Elaboración propia en base a información recopilada en el capítulo V.

5.3. Propuesta

5.3.1.1. Misión

Impulsar el desarrollo turístico sostenible en las comunidades y en el municipio de Jucuarán, promover y fomentar la veracidad social y cultural que posee cada sitio turístico, contribuir al mejoramiento de la oferta turística a través de iniciativas que permitan mayores ingresos económicos locales, concientizar e inculcar la importancia del cuidado y preservación de los patrimonios naturales y culturales.

5.3.1.2. Visión

Mayor organización, articulación y competitividad en el sector turismo, que Jucuarán sea reconocidos como un destino turístico a nivel nacional e internacional, contar con mayor demanda turística y mejoras en los ingresos económicos locales.

5.3.1.3. Valores

- ✓ **Responsabilidad:** Buscar fuentes de desarrollo para el sector turismo y cumplir con los compromisos contraídos, del mismo modo velar para que se efectúen de la mejor manera.
- ✓ **Honestidad:** Actuar con veracidad en las diferentes acciones que se lleven a cabo.
- ✓ **Responsabilidad ambiental:** Es vital fomentar la educación ambiental a través de charlas o capacitaciones a las comunidades involucradas

directamente a la actividad turística, implementar medidas que regulen la contaminación al medio ambiente y que contribuyan a la preservación de los recursos naturales.

- ✓ **Trabajo en equipo:** Incorporar a miembros o líderes de las comunidades que habitan en lugares turísticos y hacerlos partícipes.
- ✓ **Justicia:** Velar porque no surjan casos arbitrarios que perjudiquen al medio ambiente, regular y sancionar a las empresas que dañen los recursos naturales de igual forma indagar ante el incumplimiento del pago de impuestos.
- ✓ **Solidaridad:** Brindar espacios de asesoría donde los emprendedores y pequeños empresarios puedan tener alternativas que contribuyan al desarrollo turístico y a la actividad económica.
- ✓ **Compromiso:** Apostarle al desarrollo turístico buscando mecanismo que contribuyan a fortalecer dicho sector, a través del gobierno local, nacional y demás entidades competentes.

5.4. Objetivos Estratégicos de la Propuesta

5.4.1. Objetivo General

- Proporcionar un plan estratégico que fomente e impulse el desarrollo turístico en el municipio de Jucuarán.

5.4.2. Objetivos Específicos

- Implementar mecanismo de promoción a través de una guía turística y estrategias de marketing que impulsen los lugares, emprendimientos y actividades turísticas que se encuentran en las comunidades del municipio de Jucuarán.
- Proponer un sistema de señalización turística informativa que indique los diferentes atractivos, lugares y actividades de interés en el municipio de Jucuarán.
- Proponer medidas preventivas y de bioseguridad para la implementación en los sitios turísticos del municipio de Jucuarán.
- Efectuar alternativas para regular la contaminación del medio ambiente, y que contribuyan a la concientización y preservación de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.

5.5. Metas de la Propuesta.

5.5.1. Meta General

Implementar el Plan Estratégico que ayude a impulsar el desarrollo turístico en el municipio de Jucuarán.

5.5.2. Metas Específicas.

- Implementar al 100% una guía turística que ayude a informar y profundizar más acerca de la oferta turística que ofrece el municipio de Jucuarán.
- Crear en un 100% rutas turísticas, que ayuden a los turistas y viajeros a disfrutar de los atractivos y actividades que se pueden realizar o ver en el municipio de Jucuarán.
- Implementar y organizar talleres que contemplen la puesta en marcha y creación de planes de negocio para incrementar en un 100% el emprendimiento innovador en el municipio de Jucuarán.
- Implementar al 100% el sistema de señalización informativa turística, que dé a conocer los distintos lugares turísticos y las vías de acceso.
- Implementar al 100% medidas sanitarias y de bioseguridad a la Unidad de Turismo del municipio, como afiches y un manual de prevención COVID-19.
- Desarrollar talleres que contemplen temas como cuidado al medioambiente, reciclaje, cuidado y preservación de las reservas naturales, campañas de limpieza, con la finalidad de mejorar en un 100% el conocimiento de lo de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.

5.6. Estrategia Propuesta

Tabla 71. Estrategias propuestas

Factor	Objetivo Estratégico	Propuesta estratégica
1. Promoción turística	Implementar mecanismo de promoción a través de una guía turística y estrategias de marketing que impulsen los lugares, emprendimientos y actividades turísticas que se encuentran en las comunidades del municipio de Jucuarán.	Creación de una guía turística que contenga de los principales sitios turísticos, rutas turísticas, actividades, y costumbres del municipio de Jucuarán.
2. Señalización turística	Proponer un sistema de señalización turística informativa que indique los diferentes atractivos, lugares y actividades de interés en el municipio de Jucuarán.	Proporcionar un sistema de señalización turística informativa, que dé a conocer los distintos lugares turísticos, en lugares visibles del municipio, como carreteras.
3. Prevención sanitaria	Proponer medidas preventivas sanitarias y de bioseguridad para la implementación en las unidades turísticas del municipio de Jucuarán.	Proporcionar medidas sanitarias y de bioseguridad a la unidad turística del municipio, así como afiches que describan protocolos de limpieza.

4. Contaminación ambiental	Efectuar alternativas para regular la contaminación del medio ambiente, y que contribuyan a la concientización y preservación de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.	Proporcionar medidas del cuidado del medioambiente, así como información de los recursos naturales de la zona tanto a la población del municipio como a turistas nacionales o extranjeros.
----------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia

5.6.1. Estrategia: Promoción turística

5.6.1.1. Táctica: Guía Turística del Municipio de Jucuarán

La Guía Turística es uno de los principales requisitos que se esperan de zonas turísticas en desarrollo, para que le puedan brindar a los habitantes, exploradores y viajeros conocimientos sobre los lugares, actividades costumbres, tradiciones y rutas turísticas que esperan encontrar en su travesía por el municipio.

Muchas veces la Guía Turística hoy en día está pensada para viajes reales; por lo que algunos lugares, digitalizan estos instrumentos, para presentarlos a los turistas, es una forma de accesibilidad más económica y de fácil transporte en los teléfonos celulares; principalmente en formato PDF o en galería de imágenes y se distribuyen mediante redes sociales o en las páginas web de las zonas turísticas.

5.6.1.1.1. Acción.

Debido a la oferta turística con la que cuenta el municipio y que en gran medida no se ha dado a conocer, se elaboró una Guía Turística con el propósito de resaltar cada uno de los lugares, en la guía se plantea una imagen verídica de los sitios turísticos y una breve descripción de la misma, así mismo se incorporó fechas relacionadas a festividades y a patrimonios culturales en el municipio de Jucuarán.

GUIA TURISTICA 2021



JUCUARÁN

Primera
Edición



Guía Turística del Municipio de Jucuarán.

Jucuarán un destino turístico lleno de riqueza natural, ubicado entre olas y montañas, el lugar ideal para disfrutar en familia y amigos, en este municipio se encuentran atractivos turísticos como playas, canales en el manglar, cerros con vistas panorámicas, cuevas, historia, cultura, gastronomía y sobre todo un clima cálido y fresco.

A continuación, te presentamos el potencial turístico del que goza este municipio y para que tú seas participe de él.

Atractivos Turísticos:



- **Cabecera Municipal.**

Jucuarán que en Ulúa Shucualan significa “Cerro de las Hormigas Guerreadoras”, en 1997 dejó de ser Villa y se convierte en Ciudad, es un pueblito encantador con un clima fresco y en el periodo de invierno se goza de abundante neblina y de una temperatura baja. En él se encuentra una serie de negocios, como restaurantes, hostales, comedores y pupuserías, lo mejor de todo que se observa unos bonitos paisajes en el trayecto que conduce hasta dicho lugar, está a 23 kilómetros de la carretera litoral, desvió El Espino y luego a 7 kilómetros del desvió El Amatillo.



Unidad de turismo de la Alcaldía de Jucuarán



- **Playa El Espino.**

Esta playa llegó a ubicarse en los primeros lugares más visitados en El Salvador, conocida popularmente como una de las mejores playas del país, con más de 10 kilómetros de longitud, cuenta con una amplia planicie, arena color gris y variado oleaje, ideal para poder disfrutar de un baño, apreciando un espectacular atardece o amanecer. En la zona se encuentran servicios de hoteles, cabañas, ranchos y restaurantes, a tan solo 26 kilómetros de la carretera litoral, desvío El Espino.



- **Bocana La Chepona.**

Un rincón mágico ubicado al oeste de la isla Playa El Espino, La Chepona es una desembocadura del río Grande de San Miguel, la belleza de este lugar no es solo su playa, si no también todo el ecosistema que existe a su alrededor, su acceso es mediante la calle que conduce a Playa El Espino.



- **El Manglar.**

Jucuarán cuenta con un extenso bosque salado, una extraordinaria reserva de Mangle, es preciso decir que existe un potencial turístico en esta zona que permite implementar y fomentar actividades turísticas tales como los paseos en lancha por los canales del Manglar, disfrutando de una panorámica diferente, de la flora, árboles que miden aproximadamente 30 metros de altura y fauna marina con especie de animales exóticos.



Unidad de turismo de la Alcaldía de Jucuarán



- **La Bocanita.**

es un lugar tranquilo retirado del bullicio, idóneo para apreciar bellos paisajes y cuando la marea baja se forman pozas de agua, esta playa queda al sur del municipio de Jucuarán, en el cantón el Jícaro. El acceso a la calle que te llevará a este encantador lugar, se toma en el desvío Los Meléndez.



- **Playa El Salamar**

Una extensa playa en el caserío el Salamar, cantón el Llano, luego de pasar por la Bocanita, te encontraras con este lugar paradisiaco, para compartir un grato momento rodeado de la naturaleza.



- **Playa el Salto.**

Es una hermosa playa virgen, que se encuentra después de playa el Salamar, ubicada en medio de dos farallones, en la comunidad, el caballito, cantón el Llano. Lugar protegido por la municipalidad, debido al habita de muchos animales en este sector, si eres amante de las aventuras no puedes dejar pasar esta oportunidad, se camina por senderos aproximadamente 30 minutos hasta llegar a este estupendo lugar.





- **Playa Punta Mango.**



Playa reconocida por su alto oleaje, visitada por bastantes turistas nacionales y extranjeros que les gusta practicar el Surf, también se puede practicar senderismo ya que al contorno tiene un área rocosa y montañosa, está ubicada en la zona sur oriente de Jucuarán. Servicios de hoteles, alquiler de casas, ranchos o habitaciones y ricos platillos para degustar, en especial los mariscos.



- **Playa La Ventana.**

Esta peculiar playa está situada en la zona sur oriente de Jucuarán, donde se conforman hermosos acantilados con pendientes casi verticales debido a que el terreno es rocoso, este rincón mágico es ideal para el turismo de playa. Está Ubicada en Caserío el Majague, cantón El Zapote.



- **Poza El Guazmo**

Tiene una cascada muy alta que conforma una poza de agua, que es producto de un nacimiento de agua, ideal para el turismo de montaña, además tiene historia basada en leyendas, uno de ellos es que al fondo dela poza se encuentran tamales hirviendo. Ubicada en el cantón El Jícaro caserío La Ringlera, se camina aproximadamente 30 minutos.



Unidad de turismo de la Alcaldía de Jucuarán



- **Eco Parque, Jucuarán.**

El Eco Parque es un lugar agradable para visitar con amigos y familiares, en este sitio se hay un mirador en el cual se puede apreciar una vista hermosa hacia el volcán Chaparrastique y a la Laguna el Jocotal, así mismo las serranías de Jucuarán, está ubicado costado norte del casco urbano a 100 metros del Institucional de Jucuarán (INJU), también es apto para acampar con un clima agradable.



- **Cerro El Faro.**

El cerro el Faro, es de alta elevación cuenta con una altitud de 750 m.s.n.m, desde la cima se observa una vista panorámica de Intipucá, volcán Chaparrastique y el caco urbano, esta aproximadamente a 500 metros del casco urbano.



- **Cerro El Vigía.**

Desde la cima de este cerro de observa el casco urbano de Jucuarán, el imponente Volcán Chaparrastique, Laguna El Jocotal y la zona costera. Este cerro era utilizado por los aborígenes para vigilar la zona costera y sus alrededores ante la invasión de los españoles.





- **Cueva el Duende.**

La cueva más antigua del municipio de Jucuarán, de hecho, es la primera de la que se tuvo conocimiento. Según informes, tiene de profundidad 400 metros aproximadamente, es reconocida por su mitología basada en historias y leyendas, como haciendas malditas, almas perdidas, personas que volaban en canastos e inclusive la existencia del Duende, entre otras historias, la cueva fue utilizada como refugio para mujeres y niños en la invasión y conquista española.



- **Cerro El Mono**

El cerro El Mono es conocido por ser el cerro más alto del municipio con una altura de 772 metros sobre el nivel del mar aproximadamente, famoso por su historia durante el conflicto armado en El Salvador, ya que fue campamento de guerrilleros, en el aún se encuentran tatús (cuevas y túneles), tal vez con suerte se puede encontrar con un Mono araña. En la cima de este cerro se observa una hermosa vista panorámica de nuestra costa y nuestro pueblo.





Costumbres y tradiciones:

- 2 de febrero día de la Virgen de Candelaria, fiestas de romería que tienen un periodo de celebración de dos semanas aproximadamente, las cuales se festejan en la Parroquia municipal y sus alrededores del casco urbano.
- 26 de junio día de la Virgen de Santa Ana, fiestas patronales del Municipio Jucuarán, que tienen un periodo de celebración de dos semanas aproximadamente, se festejan en la Parroquia municipal y sus alrededores del casco urbano.
- 20 de enero día de San Sebastián Mártir, fiestas patronales de la Parroquia La Ringlera, que tienen un periodo de celebración de una semana, se festejan en Comunidad la Ringlera, Cantón el Jícaro.
- 3 de mayo, en diferentes comunidades del municipio de Jucuarán se celebra el día de la cruz, es una celebración religiosa donde se anuncia la llegada de la época lluviosa y el inicio de cultivos.

Otras actividades.

- Festival del Café y Cacao.
- Festival del Maíz.
- Feria de emprendedores.



5.6.1.1.2. Presupuesto sobre la implementación y distribución de una guía turística del municipio de Jucuarán.

Tabla 72 Presupuesto sobre la implementación y distribución de una guía turística del municipio de Jucuarán - Anual

N°	Ítems	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Impresión	Impresión de la guía turística del municipio de Jucuarán	Folletos encuadernados	150	\$1.00	\$150.00
2	Distribución digital	Subir el contenido del PDF a Google drive y posterior publicidad en redes sociales	Días publicitados mediante herramienta de anuncios de Facebook	180*	\$1.00	\$180.00
Total						\$330.00

Fuente: Elaboración propia.

* 180 DIAS ANUALES/12 MESES = 15 DIAS MENSUALES

Se considera que lo calculado en el presupuesto anterior de la tabla 72. Es para la puesta en marcha del año 2021, y que este servirá para hacer el primer volumen de la guía turística 2021 del municipio de Jucuarán, por lo que se proyecta aumentar en el presupuesto \$60.00 de manera anual correspondientes a la distribución digital, para su realización de los siguientes volúmenes para el año 2022 y 2023

5.6.1.2. Tactica: Ruta Turística del Municipio de Jucuarán



Al turista siempre hay que fomentarle los lugares que gozan de potencial turístico, brindarle información de cada sitio con el objetivo de generar interés en ellos. En Jucuarán existe una serie de atractivos turísticos que no gozan de mecanismos de promoción, es por ello, que se vuelve necesario implementar una Ruta Turística que contribuya a impulsar el desarrollo local.

La mayoría de encuestados tanto los habitantes de Jucuarán, como los turistas, manifestaron la importancia de contar con una Ruta Turística que facilite hacer un recorrido y visitar los diferentes lugares turísticos del municipio.



5.6.1.2.1. Acción

A continuación se muestra la Ruta Turística que incluye turismo de montaña y de playa, ideal para que los turistas visiten diferentes lugares en el mismo viaje. A través de esta ruta se obtendrá mayor afluencia de turistas ya que es una opción para grupos familiares, parejas, grupos de amigos e incluso para excursiones.

Tabla 73 Ruta turística propuesta para el Municipio de Jucuarán

Ruta Turística.	Atractivo turístico y tiempo de duración.	características.	Destinos incorporados en la ruta.	acciones por realizar para su mejor desempeño.
	Paseo histórico, en la naturaleza y zona montañosa.	Recorrido en el parque de Jucuarán y sus alrededores, visita a la Parroquia municipal.	<ul style="list-style-type: none"> • Cabecera municipal. • Eco Parque. 	<p>Corto plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Protocolos de bioseguridad y distanciamiento social.
 <p>Eco Parque, Jucuarán</p>	Periodo de tiempo de 2 a 3 horas	Caminata a través de las calles del pueblo hasta llegar al Eco Parque de Jucuarán, donde se aprecian vistas	<ul style="list-style-type: none"> • Cerro El Faro. • Cerro El Vigía. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inducción y entrenamiento a los guías locales, para que expliquen con veracidad lo cultural

		espectaculares y se disfruta un buen clima.		y social que posee cada lugar turístico.
		Caminata al Cerro El Faro, desde la cima se observa el Volcán Chaparrastique y la Laguna El Jocotal. Este cerro es referente del municipio.		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear áreas para acampar en los lugares turísticos.
		Vista desde el Cerro El Vigía donde se puede apreciar la naturaleza y ofreciendo la vista excepcional del volcán Chaparrastique, la Laguna El Jocotal y una parte de la zona costera.		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinación con la PNC para mantener la seguridad de la zona. ✓ Mejorar la movilidad hacia los sitios turísticos ofrecidos (moto taxis).
	<p>Recorrido por la zona Costera</p> <p>De 4 a 5 horas.</p>	Playa El Espino, la mejor playa con más de 10 kilómetros de longitud y amplia planicie, ideal para degustar de ricos platillos y disfrutar de un ambiente cálido.	<ul style="list-style-type: none"> • Playa El Espino. • Bocana La Chepona. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar medidas sanitarias y ambientales, como basureros en los sitios turísticos y mensajes de concientización en el cuidado y preservación del medio ambiente.

		<p>Bocana La Chepona, aparte de ser una playa hermosa también cuenta con unos bellos paisajes, este lugar se conecta con playa el espino y la bahía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Canales del Manglar. 	<p>Mediano plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar las señalizaciones necesarias dentro de la ruta.
		<p>Canales del manglar, son ideales para dar un recorrido por lancha y apreciar la flora y fauna.</p>		<p>Largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La Unidad de Turismo y administración Municipal coordinar con entidades correspondientes para el mantenimiento en las vías de acceso.

Fuente: Elaboración propia

5.6.1.2.2. Presupuesto sobre la promoción de rutas turísticas del municipio de Jucuarán.

Tabla 74 Presupuesto sobre la promoción de rutas turísticas del municipio de Jucuarán - Anual

N°	Ítems	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Distribución digital	Subir el contenido del PDF a Google drive y posterior publicidad en redes sociales	Días publicitados mediante herramienta de anuncios de Facebook	120*	\$1.00	\$120.00
Total						\$120.00

Fuente: Elaboración propia

* 120 DIAS ANUALES/12 MESES = 10 DIAS MENSUALES

Se considera que lo calculado en el presupuesto anterior de la tabla 74. Es para la puesta en marcha del año 2021, y que este servirá para hacer el primer volumen de la ruta turística 2021 del municipio de Jucuarán, por lo que se proyecta aumentar en el presupuesto \$60.00 de manera anual con el objetivo de incrementar la distribución digital en redes sociales, para su realización de los siguientes volúmenes para el año 2022 y 2023

5.6.1.3. Táctica: Formación a emprendedores

Partimos del concepto de emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades del presente en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad”.

El emprendedor es aquella persona que ve, promueve y aprovecha las nuevas oportunidades en los negocios, arriesgando para poner en práctica sus sueños, planes e ideas. Las consecuencias económicas ocasionadas por la pandemia han sido (y siguen siendo) aplastantes para muchos empresarios y personas que han perdido sus empleos. En Jucuarán no es de excepción, sin embargo, existen formas de poder sobresalir nuevamente y una de ellas es el emprendimiento.

Según los cuestionarios presentados a los habitantes, existe una disposición de los mismos habitantes en querer participar en capacitaciones de emprendimiento. Si bien es necesario preparar a las personas y aumentar el comercio en el municipio para poder ofertarle a la demanda turística que generara el plan turístico. El objetivo de estos talleres es dar a los emprendedores conocimientos y habilidades necesarios para crear, desarrollar y poner en marcha su idea de negocio. El contenido de este taller será específico para impulsar su idea de negocio por ello se presentamos a continuación se presentará su contenido en 2 jornadas presenciales a seguir.

- **¿Qué negocio montamos?**

Se discutirán los principales problemas a los que nos enfrentamos como emprendedores, así como el análisis del por qué se invierte. Se discutirá sobre la identificación de la oportunidad de negocio y el espacio para nuevas ideas, sobre el emprendedor y la iniciativa emprendedora, y sobre desarrollar un plan de negocios.

- **¿Qué necesitas saber antes de montar el negocio?**

Se introduce al participante en el proceso de construcción del plan de negocios. Mediante un ejercicio sencillo se le enseña al participante a definir su plan

de mercadeo: considerar hacer un previo análisis del mercado, la competencia y los consumidores; definir el producto, objetivos de ventas, precios, mercados meta y posicionamiento; definición de estrategias de distribución y comunicación, y de la viabilidad financiera del plan de mercadeo.

También se discutirá sobre los recursos operativos y organizacionales que deben considerarse en nuestro emprendimiento. Mediante un ejercicio sencillo se le enseña al participante a definir el modelo financiero del negocio: Estados Financieros, manejo del efectivo, capital de trabajo, ¿Cuánto dinero se necesita?, financiamiento y aportes de capital, presupuesto.

5.6.1.3.1. Acción

Tabla 75 Cuadro Resumen de taller: "Formación de Emprendedores" - Cuatrimestral

TALLER: FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES	
TEMA DEL TALLER	FORMACION DE EMPRENDEDORES
EJECUTOR	Alcaldía Municipal de Jucuarán.
CAPACITADOR	Escolero consultores- Dora Alicia Escolero
DURACIÓN	16 horas (2 jornadas de 8 horas)
LUGAR	Alcaldía municipal de Jucuarán, Barrio El Calvario 1, Calle Principal.
DIRIGIDO A	Toda persona interesada en adquirir herramientas que le permitan impulsar su idea emprendedora y convertirla en realidad
OBJETIVO	Proporcionar a cada participante los conocimientos básicos necesarios para confeccionar un plan de negocios que aumente sus posibilidades de éxito.
PUNTOS A TRATAR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientar a los participantes en el proceso de encontrar/evaluar oportunidades, y en considerar estrategias de entrada y salida. ✓ Revisar y poner en práctica los aspectos financieros que debe considerar el plan de negocios, así como discutir sobre su financiamiento y su valoración. ✓ Suministrar las herramientas necesarias para tomar decisiones que les ayuden a alcanzar sus metas de negocio.
INVERSIÓN	Costo del pasado ida y vuelta hacia el Salón de Usos Múltiples de la Alcaldía Municipal de Jucuarán. (\$1.00)

Fuente: Elaboración propia

5.6.1.3.2. Presupuesto asociado a la realización de la táctica.

Tabla 76 Presupuesto Asociado a la realización del taller "Formación para Emprendedores" - Cuatrimestral

PRESUPUESTO DE TALLER: FORMACION PARA EMPRENDEDORES				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel Bond	Resma de papel	1	\$4.25	\$4.25
Lapiceros	2 caja (12 unid.)	2	\$1.80	\$3.60
Certificados	Cartulina Opalina	10	\$0.50	\$5.00
Proyector	1 proyector	1	\$0.00	\$0.00
Honorarios Del Capacitador	Hora	16	\$25.00	\$400.00
Refrigerio Incluyendo Al Capacitador	Agua	2 fardo de agua	\$4.50	\$9.00
	Pan con pollo	22	\$0.50	\$11.00
	Jugo	1 caja	\$7.00	\$7.00
Transporte	Pasaje de ida y vuelta	2 días ida y vuelta (10 personas)	\$1.00 por día	\$20.00
imprevisto	%		\$15.00	\$15.00
Total, del presupuesto				\$474.85

Fuente: Elaboración propia

5.6.2. Estrategia: Señalización Informativa Turística.

Es necesario mejorar la accesibilidad, seguridad y los tiempos de desplazamiento para conocer los destinos turísticos, por lo tanto, es importante implementar un sistema de señalización que contribuya a resaltar cada uno de los lugares turísticos de Jucuarán y obtener mayor captación de turistas.

La señalización informativa turística en el municipio es deficiente, no hay un sistema de señalización que brinde cobertura a todos los lugares turísticos y que oriente al visitante.

5.6.2.1. Acción

El objetivo de ampliar las señalizaciones en el municipio es para impulsar la movilización de los turistas y a toda persona que transita en las carreteras con el fin de orientarlos a los diferentes atractivos turísticos de la localidad.

Por medio de la señalización informativa se indica a los usuarios con anticipación la aproximación de los lugares de interés turísticos, así como actividades, servicios turísticos y relacionados. Este tipo de señalización es de clasificación vertical, es decir, que son placas fijadas en postes o estructuras adyacentes a ella de color azul con pictogramas, íconos, números y palabras organizadas de color blanco, es probable que se utilicen otros colores dependiendo la información que se debe dar a conocer.

En Jucuarán la señalización tiene que ser ubicada al inicio de una ruta turística, en puntos intermedios de la ruta, en los desvíos de carreteras principales, y en el ingreso inmediato al mismo. Es necesario valorar que en el municipio se encuentran sitios turísticos en zonas urbanas y rurales que poseen calles de

pavimento y de tierra, la ubicación y el tipo de señalización debe de ir de acorde a las zonas, en algunas acomodándose a la fluidez del tránsito.

La señalización debe de apagarse a los siguientes criterios.

- No saturar de información el letrero.
- Hacer uso de pictogramas e iconos en las señalizaciones que se asocien al lugar de destino.
- Ubicar la señalización en puntos visible y de mejor captación para el visitante.
- Mayor tamaño en las señalizaciones ubicadas en las calles donde hay mayor fluidez vehicular.
- Colocar señalizaciones donde no obstruya los paisajes.
- La señalización turística no deberá llevar publicidad.
- En el casco urbano las señalizaciones no deben obstruir el acceso a las viviendas.
- Evitar la duplicidad de señalización con otros sectores.

La importancia de colocar señalizaciones informativas, consiste en dar a conocer los servicios como, hospedaje, restaurantes, actividades recreativas, emergencia y auxilio, playas, montañas, etc. Brindar alternativas a los visitantes de una forma segura e incluso prevenir accidentes de tránsito, debido a que las calles de la localidad, son de alto riesgo por la proximidad de curvas sucesivas, curvas pronunciadas y zonas de derrumbe, por tal razón la señalización informativa contribuirá a que el visitante haga un mejor recorrido en el municipio.

A través de La Unidad de Turismo, la municipalidad deberá coordinar y gestionar con el Ministerio de Turismo (MITUR) y el Ministerio de Obras Públicas (MOP) para la implementación de esta propuesta en el municipio de Jucuarán. Seguidamente se muestra el tipo de señalización a implementar.

Ilustración 71 Infografía de señales de información de tránsito



Fuente: Recopilado de señales informativas aprobadas por el Ministerio de Obras Publicas

Ilustración 72 Infografía de señales de información de tránsito



Fuente: Recopilado de señales informativas aprobadas por el Ministerio de Obras Publicas

5.6.3. Estrategia: Prevención Sanitaria

En diciembre de 2019, se conoció la amenaza de una pandemia que modificara el estilo de vida de las personas, y la forma de hacer negocios, la mayoría de las organizaciones no estaban listas para enfrentar la situación que se vivió provocada por el COVID-19; en El Salvador se decretó una cuarentena nacional en marzo de 2020, lo que paralizó toda actividad económica, incluido el turismo quedó paralizado; en el municipio de Jucuarán no fue excepción, y se aplicaron protocolos de bioseguridad para manejar la pandemia, pero estos solo podían ayudar con el control de las entradas y salidas, para poder disminuir los contagios en la zona.

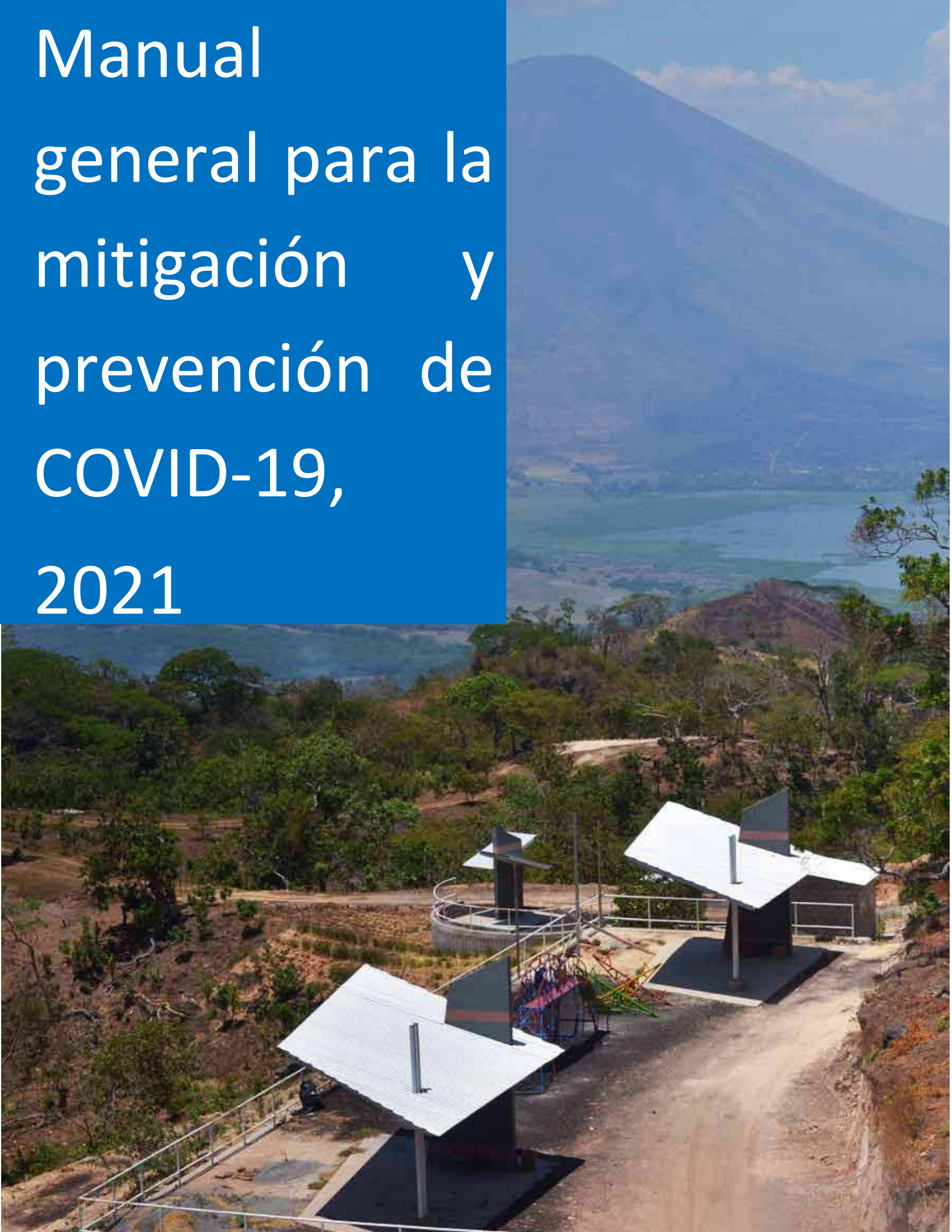
5.6.3.1. Táctica: Manual General para la mitigación y prevención del COVID-19

Conscientes de que no existe medida alguna que por sí sola detenga o limite la capacidad de transmisión del coronavirus COVID-19, es necesaria la aplicación de medidas y la participación comprometida de toda la población para limitar su propagación. En dicho sentido, existen estrategias de protección a la salud e higiene a ser implementadas en espacios cerrados, a fin de guiar a sus responsables (empresas y entidad municipal) con acciones simples que produzcan espacios saludables; esta estrategia la va aplicar la alcaldía municipal.

5.6.3.1.1. Acción.

Por lo consecuente se propone un manual general para la mitigación y prevención de COVID-19; que contiene conocimiento general del virus, medidas de mitigación y prevención y medidas en espacios de alta concentración de personas. El cual se subirá como documento PDF a Google drive, para su posterior distribución digital, así mismo se realizarán 10 impresiones encuadernadas.

Manual general para la mitigación y prevención de COVID-19, 2021



CONTENIDO

- 1.** Lo que debemos saber sobre COVID-19
- 2.** Medidas de mitigación y prevención
 - 2.1 Medidas de higiene
 - 2.2 Filtro de Supervisión
 - 2.3 Sana distancia
- 3.** Medidas en espacios de alta concentración y/o movilidad de personas
 - 3.1 Espacios recreativos y/o comerciales
 - 3.2 Refugios y albergues
 - 3.3 Estaciones y unidades de transporte público
- 4.** Información a la población

1. Lo que debemos saber sobre COVID-19

Los coronavirus son una familia de virus que causan enfermedades que van desde el resfriado común hasta enfermedades respiratorias más graves, circulan entre humanos y animales. A veces, puede surgir una nueva cepa de coronavirus capaz de provocar enfermedades en los humanos, como sucedió con el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SARS), en Asia en febrero de 2003³ y, el Síndrome Respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV), en el Medio Oriente en 2012⁴. COVID-19 es una enfermedad causada por el virus de nombre SARS-CoV-2.

○ ¿Cómo se transmite COVID-19?

El SARS-CoV-2 se transmite de una persona infectada a otras, a través de las gotitas de saliva expulsadas al hablar, toser o estornudar y dichas gotas caen sobre ojos, nariz o boca de una persona sana. Dado que el virus sobrevive en diversas superficies, se transmite también al manipular objetos contaminados por el virus (manos, mesas, celulares, etc.) y después tocar alguna parte de la cara como ojos, nariz y boca.

○ ¿Quiénes están en riesgo de sufrir complicaciones o enfermedad grave COVID-19?

Hasta el momento la evidencia en otros países muestra que tienen mayor riesgo de complicaciones o enfermedad grave:

- Personas adultas mayores de 60 años cumplidos
- Personas con enfermedades crónicas de tipo cardio-respiratorias, diabetes, hipertensión, obesidad mórbida
- Personas con inmunosupresión: cáncer, VIH, trasplante de órganos, mujeres en tratamientos de fertilidad, entre otros.
- Fumadores (principalmente aquellos diagnosticados con EPOC)

○ ¿Cuáles son los síntomas del nuevo coronavirus COVID-19?

Si durante los últimos siete días ha presentado:

- **Dos de los siguientes síntomas:**
 - **Tos**
 - **Fiebre**
 - **Dolor de cabeza**
- Acompañado de al menos uno de los siguientes síntomas:
 - Dolor o ardor de garganta
 - Dolores musculares

³ Centros para el Control y Prevención de Enfermedades-CDC. <https://www.cdc.gov/sars/about/fs-sars-sp.html>

⁴ Organización Mundial de la Salud. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-\(mers-cov\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-(mers-cov))

- Dolores de las articulaciones
- Escurrecimiento nasal
- Ojos rojos
- Dolor de pecho
- Dificultad para respirar o falta de aire (casos graves)

Es importante señalar que **al igual que con otros virus respiratorios**, las infecciones por **coronavirus regularmente se contagian** sólo **cuando** las personas **presentan síntomas** de la enfermedad, **sin embargo, se consideran en riesgo** aquellas personas que estuvieron **en contacto con una persona enferma dos días antes** del inicio de los síntomas.

Ante la presencia de síntomas respiratorios, se recomienda:

- Informarse en <https://covid19.gob.sv/> ó al número 132
- No automedicarse, debido a que se ha evidenciado que los antigripales pueden esconder los síntomas
- En caso de requerirlo, acudir a recibir atención médica
- Seguir las indicaciones del personal de salud
- Lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón
- Al toser y estornudar, cubrir nariz y boca con el ángulo interno del brazo, o con un pañuelo desechable
- Quedarse en casa para una pronta recuperación (en caso de que el personal médico sospeche que usted tiene COVID-19, se recomienda al menos 14 días)
- Si requiere salir de casa por una situación extrema necesaria, use correctamente el cubreboca
- Incrementar la ingesta de líquidos, sobre todo agua simple
- No saludar de mano, abrazo o beso
- Llevar consigo alcohol gel para el aseo frecuente de las manos

○ ¿Cómo se trata COVID-19?

Hasta el momento no hay un tratamiento específico para COVID-19, solo se indican medicamentos para aliviar los síntomas, es importante que, ante la presencia de síntomas de enfermedad respiratoria con datos de alarma como dificultad para respirar, se debe acudir a recibir atención médica inmediata.

○ ¿Cómo se puede prevenir el contagio de COVID-19?

La prevención de las enfermedades respiratorias, incluyendo el COVID-19, requieren de medidas de higiene personal y del entorno, y en caso de presentar síntomas respiratorios, la atención de la salud y el resguardo protector en el hogar.

Cada uno de nosotros a nivel individual y comunitario, jugamos un papel

importante para reducir la exposición y transmisión del virus, por ello es necesaria la implementación de medidas de higiene personal y del entorno.

2. Medidas de mitigación y prevención

Estas medidas disminuyen la velocidad de transmisión o contagio, reducen la sobredemanda de servicios de atención médica y el número de casos; su objetivo central es incrementar la protección a los grupos en mayor riesgo y vulnerabilidad como las mujeres embarazadas, personas mayores de 60 años cumplidos, personas con enfermedades crónicas cardiopulmonares, inmunodeprimidas, con obesidad mórbida entre otras.

Las acciones que se proponen en los primeros escenarios implican que NO sean canceladas todas las actividades cotidianas, lo que podría afectar la dinámica económica nacional, frente a una reducción en el empleo y el decrecimiento en la generación de ingresos de las personas y las empresas.

Las medidas de mitigación que está realizando el sector salud se dividen en:

- *Médicas* que se refieren a la atención oportuna en caso de enfermedad y a los servicios médicos.
- *No médicas* en las cuales tiene injerencia directa la población, es decir, acciones encaminadas a lograr cambios de hábitos o comportamientos para evitar riesgos y proteger la salud.

Estas medidas de mitigación son:



Estas medidas deberán realizarse a lo largo del periodo de contingencia, variando la frecuencia con que se realicen de acuerdo con el escenario epidemiológico en la que se encuentre el inmueble.

2.1 Medidas de higiene

Las medidas básicas de higiene personal y del entorno que deben de realizarse siempre y que protegen no solo del coronavirus SARS-CoV-2 sino también de diversas enfermedades infecciosas son:

- Lavarse las manos frecuentemente con agua y jabón (de 10 a 20 veces diarias), al llegar de la calle, periódicamente durante el día, después de tocar áreas de uso común, después de ir al baño, tocar dinero y antes de comer o preparar alimentos.
- Cubrirse la nariz y la boca con un pañuelo desechable o con el ángulo interno del brazo, al toser o estornudar. En caso de tener sintomatología respiratoria es necesario lavarse las manos después de limpiarse la nariz.
- Resguardo protector en casa cuando se tienen padecimientos respiratorios y acudir a recibir atención médica si se presentan síntomas de enfermedad grave (fiebre continua y dificultad para respirar).
- Nunca escupir en el suelo. Si es necesario escupir, hacerlo en un pañuelo desechable, tirarlo a la basura y lavarse las manos.
- Mantener la higiene adecuada de los entornos (albergues, oficinas, centros de reunión, etc.), ventilarlos y permitir la entrada del sol.
- No tocarse nariz, boca y ojos con las manos sucias.
- No saludar de beso, mano o abrazo
- Lavar y/o planchar frecuentemente bufandas, guantes, abrigos, rebozos, batas, pashminas, mandiles, etc., de preferencia después de cada uso.

a. **Lavado de manos frecuente con jabón y agua**

Es importante lavarse las manos con la técnica correcta ya que:

- El virus SARS-CoV-2 sobrevive en superficies lisas que tocamos con las manos; manteniendo por ese tiempo su capacidad de contagiar.
- Disminuye hasta en un 45% las consultas médicas por infecciones respiratorias.⁵
- Utilizar agua y jabón, contribuye a evitar el contagio.
- No sólo protege de COVID-19, sino de otras enfermedades

El uso de gel antibacterial con base de alcohol mayor al 60% es también efectivo para la eliminación de virus y bacterias, y **se recomienda su uso cuando no se tenga** la oportunidad de lavarse las manos con **agua y jabón**

Al finalizar NO aplicar crema para manos, ya que esto ocasiona que los virus permanezcan adheridos por más tiempo a la piel y, por lo tanto, es más factible diseminarlos al tocar los objetos o superficies.

Lave sus manos, antes de:

- Tocarse los ojos, la nariz o la boca
- Preparar y consumir alimentos o bebidas

⁵ Fuente: www.cdc.gov/handwashing/esp/why-handwashing.html

- Iniciar las actividades de trabajo, escuela o cotidianas

Antes y después de:

- Salir de un sitio cerrado concurrido

Después de:

- Estornudar y toser
- Ir al baño
- Tocar animales
- Estar en contacto con personas enfermas
- Tocar manijas, barandales públicos, botones de elevador
- Usar objetos como llaves, monedas, billetes
- Revisar pacientes en caso de ser personal de salud,
- Manejar objetos de oficina de uso común, como teclados de computadora, impresoras, engrapadoras, teléfonos etc.



b. Usar el estornudo de etiqueta

Al toser o estornudar, cubrirse la nariz y la boca con el ángulo interno del brazo o, con un pañuelo desechable (después tirar el pañuelo y lavar las manos).

El virus de COVID-19 viaja a través de las gotitas de saliva que se expulsan al estornudar o toser hasta a 1.5 metros de distancia por lo que, se debe de utilizar la técnica correcta para estornudar o toser, ya que:

- Se evita contagiar a otras personas.
- Limita la liberación de gotitas de saliva al ambiente
- Evita que las manos se contaminen con saliva.



Nunca cubrirse boca y nariz con las manos, ya que el virus puede quedar en ellas.

En caso de utilizar pañuelo desechable para limpiarse la nariz o taparse la boca, se deben tirar inmediatamente en el bote de basura; si el pañuelo es de tela, se debe lavar diariamente.


c. Resguardo en casa

Es importante que quien tenga alguna enfermedad respiratoria, permanezca en casa, y acuda a la unidad de salud a recibir atención médica en caso de presentar alguno de los síntomas de enfermedad grave (fiebre continua y dificultad para respirar) y siga las indicaciones que le proporcione el personal de salud.

Esta medida es una de las más importantes a seguir debido a que una persona enferma es fuente de contagio y al acudir a lugares concurridos puede llegar a transmitir el virus a un gran número de personas. Asimismo, al estar enfermo es más susceptible a contraer otras enfermedades de vías respiratorias ocasionadas por bacterias. Por otra parte, al quedarse en casa la recuperación es más rápida y se pueden evitar complicaciones.

¿Por qué quedarme en casa cuando tengo una infección respiratoria?

- Una persona enferma es **fuentes de contagio**
- Al acudir a lugares concurridos puedes **contagiar a otras personas**
- La **recuperación** es más rápida



d. Mantener la higiene adecuada de los entornos ventilarlos y permitir la entrada del sol

Es necesario limpiar los espacios cerrados, así como las superficies que pueden estar contaminadas con gotitas de saliva, ya que es la manera como se evita la transmisión del virus.

La supervivencia del virus que causa COVID 19, varía de acuerdo con el tipo de superficie en el que se deposita, convirtiéndose en otra fuente de exposición si estas no se limpian adecuada y frecuentemente.

La evidencia científica muestra que el COVID 19 sobrevive hasta:

- Tres horas sobre la piel
- 12 horas en superficies porosas, tales como telas (ropa, sábanas, manteles) o papel
- 48 horas en superficies lisas como pisos, paredes, pasamanos, puertas, sillas o butacas, ventanas, mesas, mosaicos de baño

Tomando en cuenta estos tiempos, es indispensable incrementar la frecuencia y el tipo de medidas higiénicas que deben implementarse en espacios cerrados. De inicio, para lograr una higiene adecuada de los entornos y superficies donde se desempeñan las actividades cotidianas, es necesario que primero se realice una limpieza con agua y jabón, ésta eliminará la suciedad y hará efectivo el proceso de desinfección. Los procedimientos de limpieza son los que habitualmente se realizan, se puede usar cualquier jabón disponible comercialmente, el agua puede ser fría o tibia, o según se recomiende en la etiqueta del producto de limpieza utilizado.

Las **medidas de higiene de los espacios cerrados** son muy importantes para evitar la propagación del virus y el contagio. Además de la limpieza permanente (con agua y jabón) del entorno y de las superficies, es necesario realizar procesos de desinfección.

La desinfección de superficies debe hacerse diariamente antes de iniciar las actividades del sitio cerrado y antes de cerrar. La frecuencia de la limpieza y desinfección se determinará dependiendo del escenario en el que se encuentre el inmueble y el flujo de personas.

La solución de hipoclorito de sodio de uso común, (cloro comercial) es un desinfectante eficaz para la desinfección de superficies. Es un producto económico y seguro para la limpieza de viviendas, oficinas, albergues, auditorios, y locales comerciales, cines, restaurantes entre otros.

Para su uso, se requiere agua y herramientas de limpieza. Se recomienda preparar una solución desinfectante bajo las siguientes indicaciones:

Para un litro de solución desinfectante es necesario:

- ❑ Llenar una botella con un litro de agua limpia
- ❑ Agregar una cucharada cafetera de cloro comercial⁴
- ❑ Tapar la botella y agitar
- ❑ Etiquetar la botella indicando que contiene agua clorada
- ❑ Dejar reposar 30 minutos antes de utilizarla
- ❑ **Guardar el recipiente en un lugar oscuro y fuera del alcance de los niños**
- ❑ Esta solución podrá ser utilizada durante un mes para realizar la limpieza de superficies

Aplicar esta solución en pisos y superficies (después de la limpieza con jabón), referentemente con un paño humedecido con la solución, y dejar que la superficie permanezca húmeda hasta que seque naturalmente. Es importante evitar los métodos de limpieza y/o desinfección que producen vapores o aerosoles, o que dispersan el polvo en áreas, ya que se puede propiciar la dispersión del virus.

Los tapices y pisos con alfombra se deben aspirar previos al tratamiento de desinfección utilizando de preferencia aspiradoras equipadas con filtros HEPA10. En caso de contar con un equipo de desinfección, éste deberá tener un programa de mantenimiento preventivo permanente, a fin de asegurar su buen funcionamiento.

Seguir los procedimientos para garantizar las características de efectividad de las soluciones de limpieza (jabones, detergentes, desinfectantes), como: usar cubetas separados para las soluciones como jabones, detergentes, desinfectantes y el agua para enjuagar, cambiar con frecuencia las soluciones, reemplazar paños sucios por paños limpios, utilizar artículos de limpieza de microfibra.



- **Si es factible, ventilar todas las áreas de los sitios cerrados.**

Hay que asegurar que no haya obstrucción ni apilamiento de materiales y equipo en las ventanas que obstruya la ventilación e iluminación natural de las áreas.

Si existe aire acondicionado mantener el clima con una gradación entre los 24° y los 26° C. y una humedad entre 50 y 60%. Se deberá realizar el programa de mantenimiento específico para cada sistema, en especial limpieza de filtros. Se recomienda utilizar los filtros HEPA.

Otras recomendaciones en la limpieza de espacios:

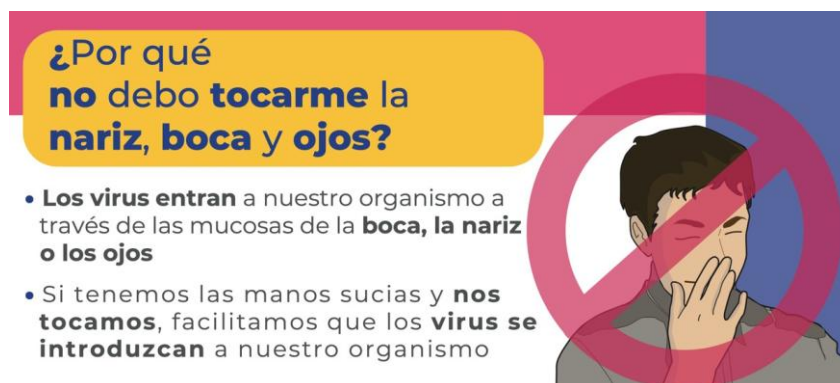
- No se debe mezclar detergente con solución clorada o con otros productos ya que pueden producir gases tóxicos.
- La solución de detergente y el agua deben ser renovadas en los diferentes espacios y el número de veces que sea necesario.

e. Lavar frecuentemente bufandas, guantes, abrigos, rebozos, corbatas, chalinas, pashminas, batas, mandiles, etc. de preferencia después de cada uso

Lavar las prendas de vestir, ya que el virus puede permanecer hasta 12 horas en una prenda y al tocarla se puede reiniciar el ciclo de contagio, antes de ser utilizadas nuevamente; o planchar la prenda a 70°C por 4 segundos para garantizar la inactivación del virus presente en la ropa.

f. No tocarse nariz, boca y ojos con las manos sucias

Al tener las manos sucias si nos tocamos la boca, nariz y ojos, facilitamos que el virus se introduzca a nuestro organismo.



g. Nunca escupir en el suelo. Si es necesario escupir, hacerlo en un pañuelo desechable, tirarlo a la basura y lavarse las manos

Porque al hacerlo se expulsa el virus que produce COVID-19 quedando en el ambiente y esto se convierte en una fuente de exposición y posible transmisión del virus hacia todas las personas (familiares, amigos y compañeros de trabajo).

¿Por qué no debo escupir?

- Al hacerlo se **expulsan virus**, que quedan en el ambiente



2.2 Filtro de supervisión

El objetivo de instalar a la entrada de cada sitio cerrado un filtro de supervisión es garantizar que las personas que ingresen a los inmuebles no representen un riesgo potencial de contagio para el resto de las personas en los mismos.

Este filtro consiste en colocar a la entrada de cada inmueble un módulo en el que a cada una de las personas que ingresan se les realice un cuestionario rápido sobre su estado de salud, se les aplique gel antibacterial, se dé información sobre las medidas de mitigación del COVID-19, y le indique la ubicación de las unidades de salud más cercanas

- **Para instalar el módulo para el filtro de supervisión se necesita**
 - Contar con una mesa o escritorio cubierto con un mantel o paño de tela. En caso de no disponer de ello, deberá limpiar la superficie de la mesa cada 4 horas con una solución clorada (ver la sección de medidas preventivas, limpieza del entorno).
 - Las sillas que se coloquen para los encargados de aplicar el filtro deberán de cumplir con una sana distancia de un metro y medio de distancia.
 - El personal designado para aplicación del filtro deberá utilizar bata no estéril y mascarilla quirúrgica; En caso de encontrarse en el escenario 3, deberá utilizar respirador N95 y colocárselo correctamente, siguiendo las instrucciones de su uso.

Si hay varios accesos al inmueble deberá haber un filtro de supervisión para cada uno de ellos o solo se designa uno de estos y se cierran los demás.

Para evitar las conglomeraciones en los filtros de supervisión, las personas deberán hacer una fila y guardar una distancia de por lo menos dos brazos entre una persona y otra; dependiendo del número de trabajadores se recomienda establecer flexibilidad en los horarios del personal.

○ **Requerimientos para instalar el filtro de supervisión**

En el módulo del filtro de supervisión deberá contar con:

- Agua, jabón o bien gel antibacterial (base alcohol mayor al 60%); y una solución clorada para mantenerlo limpio y desinfectado
- Pañuelos desechables
- Bote de basura con tapa para los desechos (se deberá evitar acumulación de los desechos)
- Termómetro (sin mercurio), puede ser digital, infrarrojo o tiras plásticas

Si el personal que aplica el filtro de supervisión no fuera profesional de la salud, y detecta alguna persona con fiebre y síntomas respiratorios, este deberá remitirla al servicio médico más cercano para su valoración.

Se deberá aplicar gel antibacterial a todas las personas que ingresen al inmueble.

2.3 **Sana distancia**

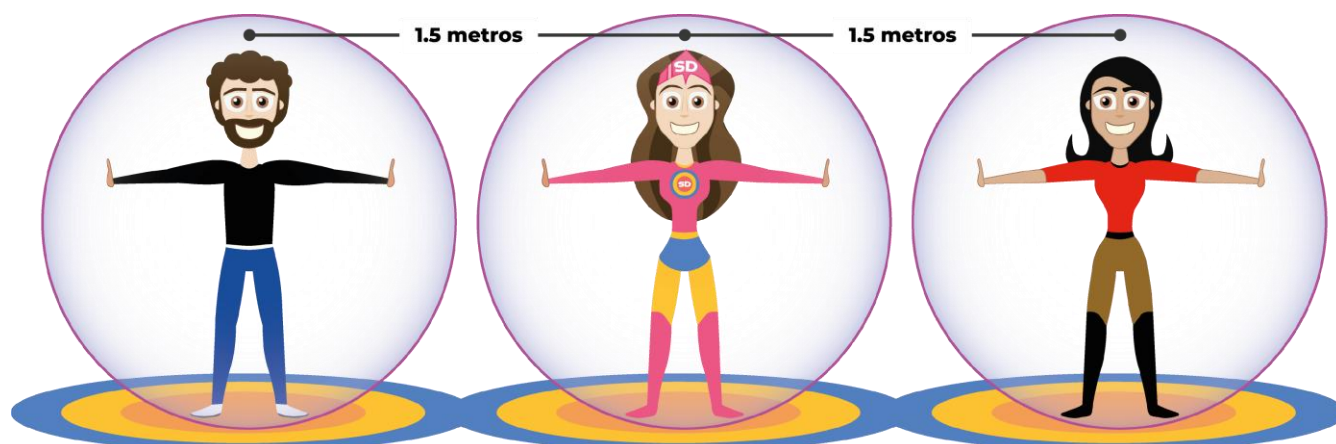
Las medidas de sana distancia son todas aquellas ***medidas sociales establecidas para reducir la frecuencia de contacto entre las personas para disminuir el riesgo de propagación de enfermedades transmisibles.***

Estas medidas se toman para determinar cuándo y dónde se pueden reunir las personas para detener o disminuir la propagación de enfermedades contagiosas⁶ ayudando a reducir el contacto con el virus. COVID-19 se trasmite a través de pequeñas gotitas suspendidas en el aire que, al ser expulsadas del organismo por la boca y la nariz a través de la tos, los estornudos o al hablar pueden depositarse en las superficies y contagiar a otras personas que tiene contacto con ellas. Al estornudar pueden recorrer una distancia de hasta 1.5 metros a una velocidad estimada de entre 30 y 45 metros/segundo, y puede depositarse en manos y superficies.

Ante la fácil propagación del virus, es necesario establecer factores de protección y distancia entre las personas en los diferentes inmuebles de convivencia, a partir de:

Escenario	Sana distancia mínima	Distancia adicional	Distancia total
1	1.50 m	0.30 cm	1.80 m
2	1.50 m	0.45 cm	1.95 m
3	1.50 m	0.75 cm	2.25 m

⁶ Gobierno de Ontario, 2008; Santa Clara Valley Public Health Department, 2009.



Para mantener una sana distancia y reducir la probabilidad de exposición y por lo tanto de contagio, se sugieren distancias de: 1.50, 1.80, 1.95 y 2.25 m. de acuerdo el escenario epidemiológico.

3. Medidas en espacios de alta concentración y/o movilidad de personas.

En los espacios de alta afluencia o concentración de personas se recomiendan medidas preventivas específicas para evitar la propagación del virus y con ello reducir el número de casos de COVID 19 en el país.

Las personas responsables de la administración y organización de cada espacio tanto público como privado, serán los responsables de la implementación de las acciones recomendadas siguiendo el escenario con el objetivo de contribuir con la prevención y detección oportuna de casos. Cada instancia, empresa u organización establecerá lineamientos prevención, mecanismos de información interna y dará a conocer las medidas de protección para la población que asiste a dichos espacios.

3.1. Espacios recreativos y/o comerciales

- El personal que labora en cada espacio debe cumplir con las medidas de higiene
- En los todos los accesos al inmueble se establecerá un módulo de control que cumpla con las características antes descritas.
- En todos los espacios se dará información y se buscarán mecanismos para garantizar la Sana Distancia en cada escenario.
- La limpieza (con agua, jabón y solución desinfectante) y el mantenimiento de las instalaciones en general son centrales en todos los escenarios.

Los servicios sanitarios deben contar con: papel higiénico, agua potable, jabón antibacterial para lavado de manos, alcohol en gel y toallas de papel para el

secado de manos, equipo de deben contar también los sanitarios móviles.

- El acceso y afluencia de personas se implementará a partir de los escenarios, por ejemplo: Reducción al 50% el aforo y suspender las actividades de venta directa de boletos y alimentos.

3.2. Estaciones y unidades de transporte público

Las empresas de transporte, concesionarios y cualquier prestador de servicio público y/o privado de transporte debe tomar medidas especiales para minimizar el riesgo de contagio tanto de sus empleados, de los pasajeros y como del público en general. Estas medidas incluyen al personal involucrado directamente en el transporte como las personas conductoras, personal de limpieza, oficina y otras personas involucradas en la prestación del servicio.

Se deberán tomar las siguientes medidas:

- Implementar acciones de limpieza y desinfección de las unidades: microbuses, autobuses, taxis, vagones del metro u otros medios de transporte, así como las terminales de pasajeros.
- Proporcionar información directa a los usuarios por diferentes medios sobre las medidas que se toman para minimizar el riesgo de contagio.
- Proporcionar gel desinfectante a empleados, usuarios o acceso a servicios sanitarios con agua y jabón.
- Los vehículos se deben limpiar al inicio y final de la jornada, utilizando la solución desinfectante (cloro comercial con agua)
- Los vehículos colectivos, de más de 30 pasajeros y con trayectos de más de 3 horas, deben ser desinfectados con regularidad a lo largo de la jornada.
- El aire acondicionado, debe utilizarse con acceso al aire externo a la unidad.
- Fomentar la ventilación natural en unidades y estaciones.

4. Información a la población

Es necesario proporcionar información a todas las personas que ingresan a un sitio cerrado, así como a los empleados, los clientes o usuarios, con la finalidad de concientizarlos del beneficio de aceptar e implementar las medidas de mitigación tanto en los lugares donde trabajan o acuden, como en sus propios hogares.

De igual forma, invitar a las personas a no ingresar al inmueble en caso de presentar algún síntoma de enfermedad respiratoria (resguardo en casa), ya que de lo contrario podría generarse un contagio masivo.

Cualquier otra información se puede encontrar en la página que habilita el Gobierno de El Salvador <https://covid19.gob.sv/> ó al número 132.

5.6.3.1.2. Presupuesto sobre la implementación y distribución del manual de mitigación y prevención COVID-19.

Tabla 77 Presupuesto sobre la implementación y distribución del manual de mitigación y prevención COVID-19 - Anual

N°	Ítems	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Impresión	Impresión del manual de mitigación y prevención COVID-19.	Folletos encuadernados	150	\$1.50	\$225.00
2	Distribución digital	Subir el contenido del PDF a Google drive y posterior publicidad en redes sociales	Días publicitados mediante herramienta de anuncios de Facebook	60	\$1.00	\$60.00
Total						\$285.00

Fuente: Elaboración propia

Se propuso que la implementación de esta estrategia se realice al inicio de cada año, actualizando información importante de acorde a los sucesos relacionados a la pandemia COVID-19, por lo que se espera el seguimiento y control al final de cada año, para poder determinar el tiempo y duración de esta estrategia para años posteriores.

5.6.3.2. Táctica: Afiches informativos para la prevención del COVID-19

Como bien se conoce algunos aspectos de la transmisión del COVID-19, por lo mismo se tiene que tener una campaña informativa sobre el virus, ya es en este

caso a través de afiches y publicaciones en las redes sociales del municipio de Jucuarán; todo esto con la idea que ayude a prevenir la propagación del COVID-19.

5.6.3.2.1. Acción.

El Gobierno de El Salvador, presenta algunos diseños de afiches que dan solución sobre la desinformación del virus, pero como grupo de tesis, se propuso la unidad de turismo aplicar algunos diseños de afiches que seguidamente se presentan.

Ilustración 73 Afiche de prevención COVID-19 Mixto

COVID-19
CORONAVIRUS DESCUBIERTO EN 2019

¿QUÉ ES?
La enfermedad del coronavirus 2019 (Covid-19) es una afección respiratoria muy contagiosa que se puede propagar de persona a persona. El virus que causa el Covid-19 es un nuevo coronavirus que se identificó muy recientemente durante la investigación de un brote en Wuhan, China.

SÍNTOMAS

- Fiebre
- Tos seca
- Falta de aire
- Cansancio
- Dolor de cabeza
- Malestar

CONSEJOS DE PREVENCIÓN
¿QUÉ PUEDO HACER PARA PROTEGERME?

ALCOHOL GEL
Utiliza alcohol gel en caso de no poder lavarte las manos al tocar superficies y al ingresar a establecimientos.

HIGIENE
Lava tus manos de forma frecuente con agua y jabón o soluciones alcoholicas.

SECRECIONES
Utiliza pañuelos desechables para toser o estornudar o usa la cara interna del codo.

EVITA TOCAR
Procura no tocarte la cara (ojos, boca y nariz) para evitar que puedan entrar virus o bacterias.

DISTANCIA
Evita el contacto con personas contagiadas o que presenten síntomas.

LIMPIEZA
Limpia y desinfecta los objetos y superficies que suelen ser muy utilizados.

VIGILA TU ESTADO DE SALUD
Si presentas síntomas o tienes dudas al respecto ponte en contacto y sigue las instrucciones.
EN CASO DE DUDA O EMERGENCIA LLAMA AL NÚMERO **132**

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 74 Afiche de prevención COVID-19 "Como desechar la mascarilla correctamente"



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 75 Afiche de prevención COVID-19 "¿Qué es?"

COVID-19

CORONAVIRUS DESCUBIERTO EN 2019

¿QUÉ ES?

La enfermedad del coronavirus 2019 (Covid-19) es una afección respiratoria muy contagiosa que se puede propagar de persona a persona. El virus que causa el Covid-19 es un nuevo coronavirus que se identificó muy recientemente durante la investigación de un brote en Wuhan, China.



The illustration shows a woman with dark hair, wearing a blue shirt and a yellow cardigan, looking unwell with her hand on her forehead. She has a red nose and a sad expression. White lines represent a cough or breath. Surrounding her are several green, spiky virus particles. A blue and red thermometer is shown in the top right corner of the yellow box.

SÍNTOMAS

- Fiebre
- Tos seca
- Falta de aire
- Cansancio
- Dolor de cabeza
- Malestar



Unidad de turismo de la Alcaldía de Jucuarán

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 76 Afiche de Prevención COVID-19 "Consejos de prevención"

CONSEJOS DE PREVENCIÓN

¿QUÉ PUEDO HACER PARA PROTEGERME?





ALCOHOL GEL

Utiliza alcohol gel en caso de no poder lavarte las manos al tocar superficies y al ingresar a establecimientos



HIGIENE

Lava tus manos de forma frecuente con agua y jabón o soluciones alcohólicas.



SECRECIONES

Utiliza pañuelos desechables para toser o estornudar o usa la cara interna del codo.



EVITA TOCAR

Procura no tocarte la cara (ojos, boca y nariz) para evitar que puedan entrar virus o bacterias.



DISTANCIA

Evita el contacto con personas contagiadas o que presenten síntomas.



LIMPIEZA

Limpa y desinfecta los objetos y superficies que suelen ser muy utilizados.



VIGILA TU ESTADO DE SALUD

Si presentas síntomas o tienes dudas al respecto ponte en contacto y sigue las instrucciones.

EN CASO DE DUDA O EMERGENCIA LLAMA AL NÚMERO
132

Fuente: Elaboración propia

5.6.3.2.2. Presupuesto de implementación y distribución de afiches prevención COVID-19

Tabla 78 Presupuesto sobre la implementación y distribución de afiches prevención COVID-19 - Bimensual.

N°	Ítems	Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
1	Impresión	Impresión de afiche Prevención de COVID-19	Afiche tamaño A3	15	\$1.00	\$15.00
2	Impresión	Impresión de afiche Prevención de COVID-19	Afiche tamaño Carta	50	\$0.25	\$12.50
3	Distribución Digital	Subir el contenido a las redes sociales y promocionalos en estos medios.	Días publicitados	30	\$1.00	\$30.00
Total						\$57.50

Fuente: Elaboración propia

El contenido de los afiches sea actualizado de acuerdo a las indicaciones giradas por las instituciones competentes, así como su distribución digital e impresión será bimensual, por lo que dure la pandemia COVID-19. De acuerdo a la propuesta se les dará seguimiento a 3 años.

5.6.4. Estrategia: Sensibilización Ambiental

5.6.4.1. Táctica: Taller para la sensibilización ambiental

La problemática actual respecto a la contaminación, talas de manglares, ha hecho que el medio ambiente tenga cambios irreversibles y haya un aumento de preocupación de las personas por las posibles consecuencias que provoca con el medio que rodea a los habitantes de la zona. Es por ello por lo que se necesita una forma de comunicar el cuidado y concientizar a la población y fortalecer el cuidado de nuestro medio ambiente y asimismo de lograr un efecto multiplicador para erradicar estas malas prácticas.

Se impartirá talleres con el fin de forjar o que despierten una conciencia ambiental a través de las sensibilizaciones sobre las consecuencias que pueden tener nuestras acciones en el medioambiente, dentro de la temática podemos mencionar algunas recomendaciones al cuidado del medio ambiente, la bahía de Jiquilisco como un recurso natural turístico y al manejo de desechos sólidos.

- **¿Qué es el cuidado del medio ambiente?**

Según (Pueblos, 2017) El origen de la frase medio ambiente, proviene directamente del latín que establece su significado plenamente como “medius” y “ambiens”; dando el concepto de “lo que se encuentra a ambos lados”. Es así como el cuidado del medio ambiente representa a todas aquellas conductas que los seres vivos deben tomar en pro a la salud de la naturaleza, con el fin de hacerlo un medio con más oportunidades y más provechos que satisfacen la vida de todas las generaciones. Así mismo además de permitirse definir el medio ambiente como un todo, el mismo se divide en un ambiente físico, biológico y socioeconómico; cada uno de ellos también requieren de cuidados, los cuales deben prevalecer a través del tiempo y por todos los que integran el entorno.

En relación a los 3 ambientes que hacen parte del medio en su totalidad; se tiene en primer lugar el ambiente físico constituido y definido por el clima, los entornos geológicos y la contaminación. Por otra parte, cuando se habla de ambiente biológico se hace referencia a la población humana; así como a la flora, la fauna y el líquido vital, el agua; mientras que el ambiente socioeconómico incluye la ocupación laboral, los ámbitos de urbanización y desastres, comprendiendo que todas ellas en su mayoría son ocasionadas por las actividades del hombre o también; por efectos de la naturaleza.

- **¿Cuál es la importancia del cuidado del medio ambiente?**

Según (Pueblos, 2017) Es imposible mantener un ambiente cuidado, cuando todo lo que lo constituye se encuentra alterado y cuando ninguno de ellos es capaz de darse cuenta del daño. Con un buen cuidado y lo mejor; con una excelente estrategia de educación ambiental, la protección en todos los medios naturales cada vez irá recobrando mucha más fuerza y con ello; se podrá definir el cambio de un lugar habitable para todos los seres vivos y por un tiempo ilimitado; sabiendo que ese es el punto clave a mejorar por parte de todos los que conforman cualquier tipo hábitat. La vida en general está implicada netamente con la salud del ambiente, siendo necesario trabajar para conseguir su vitalidad; disminuyendo todos los riesgos que cada día hacen que se deteriore en toda su extensión, para darle protagonismo a las fortalezas y todas las medidas posibles que conseguirán en lugar ideal para todos. ¡Un mundo verde!

- **¿Cómo cuidar el medio ambiente?**

Según (Pueblos, 2017) Para conseguir que el ambiente empiece a recuperarse de todos los daños que ha vivido a lo largo del tiempo y de la contaminación por las actividades humanas; es importante cumplir con ciertas medidas y en todos los aspectos; ya que haciéndolo al pie de la letra el tiempo de vida se duplicará; manteniendo la calidad del ambiente disponible para todos los seres vivos.

- Ahorrar energía en casa
- Reciclaje dentro de los lugares de trabajo
- Separar la basura y colocarla en respectivos depósitos
- Plantar arboles

- **Reserva Natural de la Bahía de Jiquilisco**

Según (Naturales, 2016) La Reserva de Biósfera Xirihualtique – Jiquilisco tiene 101,607 hectáreas y fue nominada como tal el 18 en septiembre del 2007 por el Programa Hombre y Biósfera (MAB) de la UNESCO. Esta Reserva está situada en los departamentos de Usulután (en 10 municipios) y San Miguel (en 2 municipios), su zona núcleo está integrada por las Áreas Naturales Protegidas: Chaguantique, El Tercio, Ceiba Doblada, Complejo Nancuchiname, Normandía, La Redención, San Carlos Bahía de Jiquilisco e Isla San Sebastián.

Dentro de la Reserva se pueden ubicar playas, manglares, bosques de exuberante vegetación. En la zona se pueden observar infinidad de aves acuáticas, cocodrilos, venado cola blanca, tortugas marinas, tucanes, triguillos, monos arañas y otras muchas especies de fauna de claro atractivo. En estos ecosistemas se desarrolla un sinnúmero de procesos naturales fundamentales para el mantenimiento de los servicios ambientales que brindan a las comunidades, y son además la base de los medios de vida de la mayor parte de las comunidades locales

de la zona. En la Reserva de la Biosfera Xirihualtique – Jiquilisco se conservan dos procesos fundamentales que contribuyen a la conservación de los paisajes y los ecosistemas. El primero es la presencia de la mayor extensión de manglares de El Salvador. Este ecosistema es prioritario también a nivel mundial, porque representan el 46.82% de los Manglares de la Costa Norte del Pacífico Seco en Mesoamérica, una ecoregión cuyo estado ha sido declarado Crítico / En Peligro (WWF 2006).

Ilustración 77 Manglares de la Reserva Natural Bahía de Jiquilisco



Fuente: Extraído de imágenes del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales “https://www.marn.gob.sv/wp-content/uploads/13048084_1157354557619161_6991946435487570557_o.jpg”

En este sitio y encuentra compuesta por un mosaico de ecosistemas y agro ecosistemas, que van desde la conservación y utilización de manglares en la zona costera hasta la producción de caña de sal, camarón, coco, caña de azúcar,

ganadería a pequeña escala y granos básicos y hortalizas en las zonas de transición y tampón. Los ecosistemas naturales componen un conjunto dinámico de ecosistemas costero marinos y ecosistemas terrestres de remanentes de bosques naturales, en donde en muchos casos puede observarse la transición entre ecosistemas “dulces y salados”.

5.6.4.1.1. Acción.

Tabla 79 Cuadro Resumen de taller: "Sensibilización Ambiental" - Trimestral

TALLER: SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL	
TEMA DEL TALLER	SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL
EJECUTOR	Comisión municipal del medio ambiente de Jucuarán.
DURACIÓN	3 horas
LUGAR	Alcaldía municipal de Jucuarán, Barrio El Calvario 1, Calle Principal.
DIRIGIDO A	10 personas
OBJETIVO	Forjar una conciencia ambiental a través de la sensibilización sobre las consecuencias que pueden tener nuestras acciones en el medio ambiente.
PUNTOS A TRATAR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ comprensión básica del ambiente en su totalidad, ✓ sensibilidad y conciencia del ambiente en general y de los problemas conexos. ✓ adquirir valores y un profundo interés por el ambiente, que los impulse a participar activamente en su protección y mejoramiento. ✓ desarrollar buenos hábitos en relación con el ambiente y a adquirir las aptitudes necesarias para resolver los problemas ambientales. ✓ desarrollen su sentido de responsabilidad y a que tomen conciencia de la urgente necesidad de prestar atención a los problemas del ambiente, para asegurar que se adopten medidas adecuadas al respecto.
INVERSIÓN	Costo del pasaje ida y vuelta hacia la casa comunal de Jucuarán. (\$1.00)

Fuente: Elaboración propia

5.6.4.1.2. Presupuesto asociado a la realización de la táctica.

Tabla 80 Presupuesto Asociado a la realización del taller "Sensibilización ambiental" - Trimestral

PRESUPUESTO DE TALLER: SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel Bond	páginas de papel bond	10	\$0.03	\$0.30
Lapiceros	una caja (12 unid.)	12	\$1.80	\$21.60
Certificados	páginas De Papel Especial	10	\$0.50	\$5.00
Proyector	1 proyector	1	\$0.00	\$0.00
Honorarios Del Capacitador	Horas	12	\$2.00	\$24.00
Refrigerio Incluyendo Al Capacitador	fardo jugo el valle (12 unidades)	1	\$4.50	\$4.50
	pan con pollo	11	\$0.50	\$5.50
	fardo de botella de agua (12 unidades)	1	\$4.50	\$4.50
Transporte	Transporte ida y vuelta	10	\$1.00	\$10.00
Imprevisto	%		\$5.00	\$5.00
Total del presupuesto				\$80.40

Fuente: Elaboración propia

5.7. Plan de Acción

Tabla 81 Plan de Acción de las estrategias propuestas de la Planeación Estratégica para mejorar el desarrollo turístico del Municipio de Jucuarán 2020

Objetivos Estratégicos	Estrategia propuesta	Metas	Táctica propuesta	Costo de realización	Duración	Responsable
Implementar mecanismo de promoción a través de una guía turística y estrategias de marketing que impulsen los lugares, emprendimientos y actividades turísticas que se encuentran en las comunidades del municipio de Jucuarán.	Creación de una guía turística que contenga los principales sitios turísticos, rutas turísticas, actividades, y costumbres del municipio de Jucuarán; Así como la implementación de talleres que contribuyan a la formación de los emprendedores.	Implementar al 100% una guía turística que ayude a informar y profundizar más acerca de la oferta turística que ofrece el municipio de Jucuarán.	Crear, imprimir y distribuir por distintos medios digitales y físicos una guía turística	\$ 330.00	Anual	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal
		Crear en un 100% rutas turísticas, que ayuden a los turistas y viajeros a disfrutar de los atractivos y actividades que se pueden realizar o ver en el municipio de Jucuarán.	Crear y compartir rutas turísticas del municipio de Jucuarán, que serán anexadas a la guía turística creada.	\$ 120.00	Anual	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal
		Implementar y organizar talleres que contemplen la puesta en marcha y creación de planes de negocio para incrementar en un 100% el	Se organizan talleres para mejorar las capacidades de los emprendedores mediante su	\$ 474.85	Cuatrimestral	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal

		emprendimiento innovador en el municipio de Jucuarán	formación técnica de planes de negocios.			
Proponer un sistema de señalización turística informativa que indique los diferentes atractivos, lugares y actividades de interés en el municipio de Jucuarán.	Proporcionar un sistema de señalización turística informativa, que dé a conocer los distintos lugares turísticos, en lugares visibles del municipio, como carreteras.	Implementar al 100% el sistema de señalización turística, que dé a conocer los distintos lugares turísticos y las vías de acceso.	Se propuso la gestión de más sistemas de señalizaciones informativas turísticas en el municipio de Jucuarán.	\$ 0.00	Un año	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal
Proponer medidas preventivas sanitarias y de bioseguridad para la implementación en las unidades turísticas del	Proporcionar medidas sanitarias y de bioseguridad a la unidad turística del municipio, así como afiches que describan protocolos de limpieza.	Implementar al 100% medidas sanitarias y de bioseguridad a la Unidad de Turismo del municipio, como afiches y un manual de prevención COVID-19.	Redactar, imprimir y distribuir por distintos medios un manual de mitigación y prevención COVID-19	\$ 285.00	Anual	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal

municipio de Jucuarán.			Diseñar, imprimir y distribuir afiches de prevención COVID-19	\$ 57.50	Bimensual	Unidad de Turismo de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal
Efectuar alternativas para regular la contaminación del medio ambiente, y que contribuyan a la concientización y preservación de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.	Proporcionar medidas del cuidado del medioambiente, así como información de los recursos naturales de la zona tanto a la población del municipio como a turistas nacionales o extranjeros.	Desarrollar talleres que contemplen temas como cuidado al medioambiente, reciclaje, cuidado y preservación de las reservas naturales, campañas de limpieza, con la finalidad de mejorar en un 100% el conocimiento de lo de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.	Organizar y Proponer la realización de un taller para generar sensibilización ambiental	\$ 80.40	Trimestral	Unidad de Medio Ambiente de Jucuarán, con apoyo de la Alcaldía Municipal

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de la Planeación Estratégica para mejorar el desarrollo turístico del Municipio de Jucuarán.

Señalización Turística	Se propuso la gestión de más sistemas de señalizaciones informativas turísticas en el municipio de Jucuarán.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Prevención Sanitaria	Redactar, imprimir y distribuir por distintos medios un manual de mitigación y prevención COVID-19	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Diseñar, imprimir y distribuir afiches de prevención COVID-19	■	□	■	□	■	□	■	□	■	□	■	□
Prevención en la contaminación ambiental	Organizar y Proponer la realización de un taller para generar sensibilización ambiental	■	□	□	■	□	□	■	□	□	■	□	□

Fuente: Elaboración propia en base a la duración de las diferentes tácticas y actividades del plan de acción.

5.9. Presupuesto de la Propuesta

Tabla 83 Presupuesto en base a las tácticas derivadas de las estrategias propuestas 2021 - 2023

N°	TÁCTICA PROPUESTA	INVERSION INICIAL (ENERO 2021)	2021	2022	2023	INVERSION TOTAL
1	Crear, imprimir y distribuir por distintos medios digitales y físicos una guía turística Tabla 72	\$ 330.00	\$ 330.00	\$390.00	\$450.00	\$1,170.00
2	Crear y compartir rutas turísticas del municipio de Jucuarán, que serán anexadas a la guía turística creada Tabla 74	\$ 120.00	\$ 120.00	\$180.00	\$240.00	\$540.00
3	Se organizan talleres para mejorar las capacidades de los emprendedores mediante su formación técnica de planes de negocios Tabla 76	\$ 474.85	\$ 1,424.55	\$ 1,424.55	\$ 1,424.55	\$4,273.65
4	Redactar, imprimir y distribuir por distintos medios un manual de mitigación y prevención COVID-19 Tabla 77	\$285.00	\$ 285.00	\$ 285.00	\$ 285.00	\$855.00
5	Diseñar, imprimir y distribuir afiches de prevención COVID-19 Tabla 78	\$ 57.50	\$ 345.00	\$ 345.00	\$ 345.00	\$1,035.00
6	Organizar y Proponer la realización de un taller para generar sensibilización ambiental Tabla 80	\$ 80.40	\$ 321.60	\$ 321.60	\$ 321.60	\$ 964.80
Totales		\$1,347.75	\$ 2,826.15	\$2,946.15	\$3,066.15	<u>\$8,838.45</u>

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de la Planeación Estratégica para mejorar el desarrollo turístico del Municipio de Jucuarán.

5.10. Seguimiento y Control del Plan de Acción.

Para efecto de medir y controlar los logros obtenidos con la implementación del plan estratégico para impulsar el desarrollo turístico en Jucuarán, se utilizó los siguientes indicadores para cada objetivo estratégico, cabe destacar que este plan se concretara a un tiempo de 3 años correspondientes a un periodo del gobierno municipal; El plan es prorrogable y/o renovable anualmente hasta que la comisión de turismo de la Alcaldía Municipal de Jucuarán lo estime conveniente, las estrategias planteadas tienen esta facilidad, de poder realizar un seguimiento desde un punto ya iniciado, y solo ir actualizando año con año, disminuyendo drásticamente costos de planeación y de recursos, por lo que se espera que este siga funcionando desde 5 a 10 años en el futuro y con distintas administraciones.

Tabla 84 Seguimiento y Control del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico del Municipio de Jucuarán.

Objetivos	Estrategias	Tácticas	Indicadores	Actividades de Seguimiento y Control
Implementar mecanismo de promoción a través de una guía turística y estrategias de marketing que	Creación de una guía turística que contenga de los principales sitios turísticos, rutas turísticas,	Crear, imprimir y distribuir por distintos medios digitales y físicos una guía turística	<ul style="list-style-type: none"> Afluencia Turística o nivel de turistas que llegan al municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Llevar el control o estimado de los turistas que visitan al municipio para estar preparados en las estaciones con mayor afluencia turística en el futuro.
		Crear y compartir rutas turísticas del	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento de las rutas turísticas 	

impulsen los lugares, emprendimientos y actividades turísticas que se encuentran en las comunidades del municipio de Jucuarán.	actividades, y costumbres del municipio de Jucuarán.	municipio de Jucuarán, que serán anexadas a la guía turística creada.	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance • Interacciones • Me gusta a la pagina 	<ul style="list-style-type: none"> • Estar renovando anualmente la guía turística junto con la creación o mejoramiento de las rutas turísticas en el municipio.
		Se organizan talleres para mejorar las capacidades de los emprendedores mediante su formación técnica de planes de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de nuevas empresas en el municipio • Mayor participación de la población 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un seguimiento de los nuevos emprendimientos que se ponen en marcha dentro del municipio • Mantener capacitaciones de puesta en marcha y planes de negocio, así como la creación de talleres para incentivar la producción y la autosostenibilidad de los pobladores del municipio.
Proponer un sistema de señalización turística informativa que indique los	Proporcionar un sistema de señalización turística informativa, que dé a conocer	Se propuso la gestión de más sistemas de señalizaciones informativas turísticas en el	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa • Incremento de la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con el Ministerio de Obras Publicas la colocación e inversión de señales informativas dentro de las rutas turística de Jucuarán.

diferentes atractivos, lugares y actividades de interés en el municipio de Jucuarán.	los distintos lugares turísticos, en lugares visibles del municipio, como carreteras.	municipio de Jucuarán.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de los turistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar un registro de los lugares con mayor afluencia turística, para darle un seguimiento más adecuado en señalización a estos.
Proponer medidas preventivas y de bioseguridad para la implementación en las unidades turísticas del municipio de Jucuarán.	Proporcionar medidas sanitarias y de bioseguridad a la unidad turística del municipio, así como afiches que describan protocolos de limpieza.	<p>Redactar, imprimir y distribuir por distintos medios un manual de mitigación y prevención COVID-19</p> <p>Diseñar, imprimir y distribuir afiches de prevención COVID-19</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de enfermedades respiratorias • Comunicados del gobierno central 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorear las fluctuaciones de los nuevos casos referentes a enfermedades respiratorias. • Mantenerse informado de comunicado del gobierno central, de acuerdo a la emergencia COVID-19 (de esto depende la continuidad de la estrategia)
Efectuar alternativas para regular la	Proporcionar medidas del cuidado del	Organizar y Proponer la realización de un	<ul style="list-style-type: none"> • Preservación y cuidado de los ecosistemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorear cual problema que ocurra dentro de la reserva

contaminación del medio ambiente, y que contribuyan a la concientización y preservación de los recursos naturales del municipio de Jucuarán.	medioambiente, así como información de los recursos naturales de la zona tanto a la población del municipio como a turistas nacionales o extranjeros.	taller para generar sensibilización ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de los desechos sólidos. • Educación medioambiental de la población. 	<p>natural y actuar en consecuencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener al día la recolección de desechos solidos • Mantener y mejorar en la medida de lo posible capacitaciones sobre los recursos naturales del municipio de Jucuarán.
--	---	---	--	---

Fuente: Elaboración propia en base a la propuesta de la Planeación Estratégica para mejorar el desarrollo turístico del Municipio de Jucuarán.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2012). *Ley de Medio Ambiente Decreto N° 233, Diario Oficial N°211, Tomo 397*. San Salvador.
- Acosta Uribe, B., Barrientos Gutiérrez, N., & Pulido Criollo, F. (2017). *MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN TURÍSTICA: Aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja*. Ciudad de Mexico: Universidad Autonoma de Mexico.
- Alemán Bonilla, C. D., & Martínez Medrano, F. R. (2008). *Diseño de un plan estratégico para el sector turismo que sirva de apoyo en el desarrollo económico de las micros y pequeñas empresas dentro del casco urbano del municipio de la Palma, Chalatenango*. San Salvador: Universidad de El Salvador.
- Alfaro Cazares, C. I., Díaz Martínez, G. C., & Sánchez, C. d. (2010). *Diseño de un plan estratégico de marketing para impulsar el turismo en el municipio de Berlín, Departamento de Usulután (para optar por título de pregrado)*. San Miguel: Universidad de El Salvador, Facultad Multidisciplinaria Oriental.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Cazeres, C. I., Martinez, G. C., & Sánches, C. d. (2010). *Diseño De Un Plan Estratégico De Marketing Para Impulsar El Turismo En El Municipio De Berlín, Departamento De Usulután, Durante El Año 2010*. San Miguel: Universidad de El Salvador.
- Cordova Zamora, M. (2003). *Estadística: Descriptiva e Inferencial, Aplicaicones*. Lima, Perú: MOSHERA S.R.L.
- Cortada, D. M. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. España: Agencia Española de Cooperación Internacional.
- David, F. R. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Economía, M. d., & Censos, D. G. (2007). *VI Censo de Población y V de Vivienda 2007*. San Salvador.

flores, I. (2018). *blogs*. Obtenido de <http://florencianur.blogspot.com>

Gómez, H. S. (2008). *Gerencia Estratégica*. Bogotá, D.C: 3R Editores.

Ibarra, J. B. (2011). El inicio del turismo en El Salvador. En J. B. Ibarra, *PERSPECTIVAS Y TENDENCIAS DEL TURISMO EN EL SALVADOR 1930 - 2008* (Primera ed.). Alameda Roosevelt #3031 San Salvador, El Salvador Centroamérica: EDITORIAL UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA.

J.Stanton, W., Etzel, M. J., & J.Walker, B. (2007). *Fundamentos De Marketing* . Mexico D.F.: McGraw Hill.

Juarez Duarte, J., Yle Martinez, A., Florez Arco, A., & Inzunza Caceres, S. (2012). *Estadística: Exploración de datos*. Culiacan, Mexico: Once Rios.

Ley de CORSATUR, D. N. (1996).

Ley de Fomento a la Industria Turística . (1967). *DECRETO N° 367*.

Ley de Turismo, D. N. (s.f.). *Decreto No. 899*.

Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo . (1961). *DECRETO N° 469*.

Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador. (1993). *DECRETO N° 513*.

Millán, J. J., & Rodríguez, M. T. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica*. España: Díaz de Santos.

Monje Álvarez, C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Guía Didáctica*. Neiva, Huila, Colombia: Universidad Surcolombia.

Morán Delgado, G., & Alvarado Cervantes, D. (2010). *Métodos de Investigación* (Primera Edición ed.). Ciudad de Mexico, Mexico: Pearson Educación.

Morato, I. D. (26 de Marzo de 2012). *Artículos de Indira*. Obtenido de Planeacion Estrategica - Nocturno:

<http://indiradelgado.blogspot.com/2012/03/indiradelgado-morato.html#:~:text=La%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20en%20la,para%20sacar%20provecho%20de%20las>

Moreno, J., Segura, G., & Inman, C. (1998). *Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad*. El Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLACDS).

Münch Galindo, L. (2011). *Planeación Estratégica, El rumbo hacia el éxito*. Mexico: trillas .

Muñoz Grande, H. (1 de Mayo de 2004). *Universidad de Colima*. Obtenido de https://recursos.ucol.mx/tesis/presupuesto_proyecto_investigacion.php

Naturales, M. d. (23 de Enero de 2016). *MARN*. Obtenido de <https://www.marn.gob.sv/reserva-de-biosfera-xiriualtique-jiquilisco/>

OMT. (1993). *Asamblea General de Turismo*. Bali, Indonesia.

OMT. (1999). *Guía para administradores locales: desarrollo turístico*. España.

OMT Organizacion Mundial del Turismo. (2011). *Introduccion al Turismo*. OMT.

Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y Modelos. *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*(ISSN: 1405-8626), 291-314. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=401/40180113>

Panosso Netto, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo Conceptos, modelos y sistemas*. Mexico: Trillas.

Pearce, D. (2016). Modelos de Gestión de Destinos. Sintesis y Evauacion. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9.

Pueblos, C. (30 de Septiembre de 2017). *Cumbre Pueblos*. Obtenido de <https://cumbrepuebloscop20.org/medio-ambiente/cuidado/>

Salvador, M. d. (2008). *VI Censo de Poblacion y V de Vivienda 2007*. San Salvador: Direccion General de Estadistica y Censos.

Santos, O., & Glauber, E. (2007). *Modelos teóricos aplicados al turismo*. Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Shutterstock. (04 de Septiembre de 2017). *Universia*. Obtenido de Noticias Universia:

<https://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

Social, M. d. (2004). *Ley General de Prevención de Riesgos en los lugares de Trabajo, Decreto N°254*. San Salvador.

Turismo, M. d. (2013). *Política Nacional de Turismo*.

universidad de america latina. (2008). desarrollo del turismo. *ANTOLOGÍA DE INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL TURISMO*.

ANEXOS

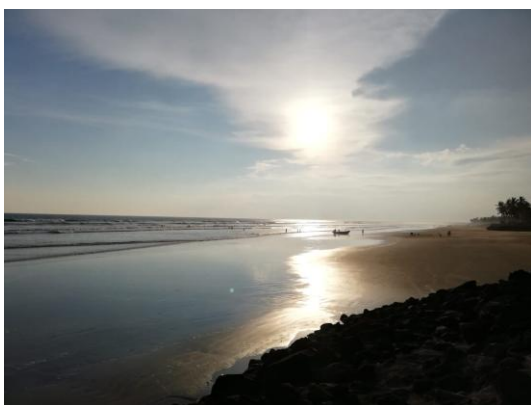
Anexo 1. Visita de Campo realizada en el mes de octubre



Grupo de estudio en la playa el espino



Vista de playa desde el rancho los cocos



Vista de Playa



Vista de paisaje desde carretera hacia Jucuarán casco urbano



Hostal Doña Consuelo



Parroquia a la Virgen de Santa Ana



Grupo de estudio en parroquia a la Virgen de Santa Ana



Grupo de estudio con fondo del parque de Jucuarán



Parque de Jucuarán



Interior de Parroquia a la Virgen de Santa Ana

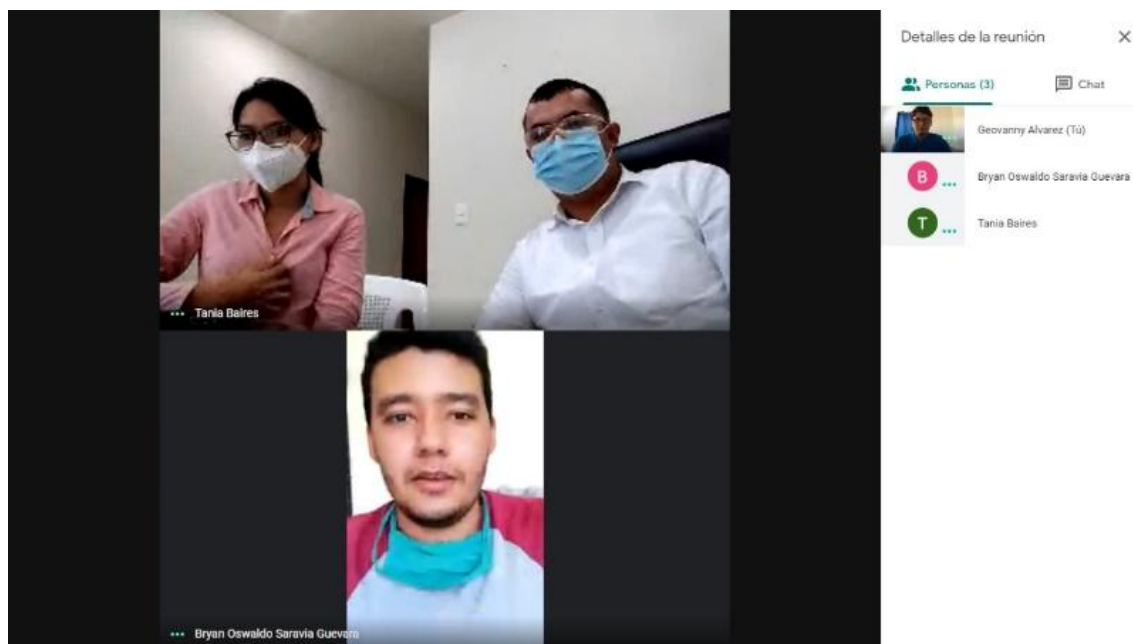


EcoParque de Jucuarán



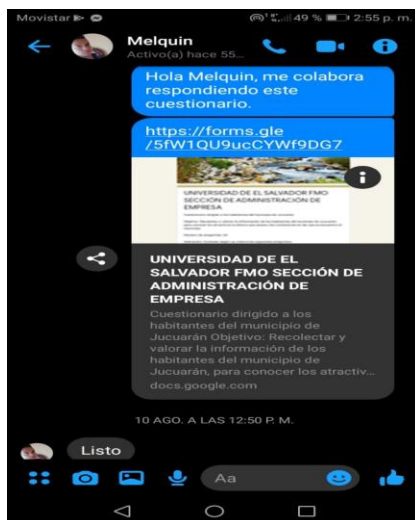
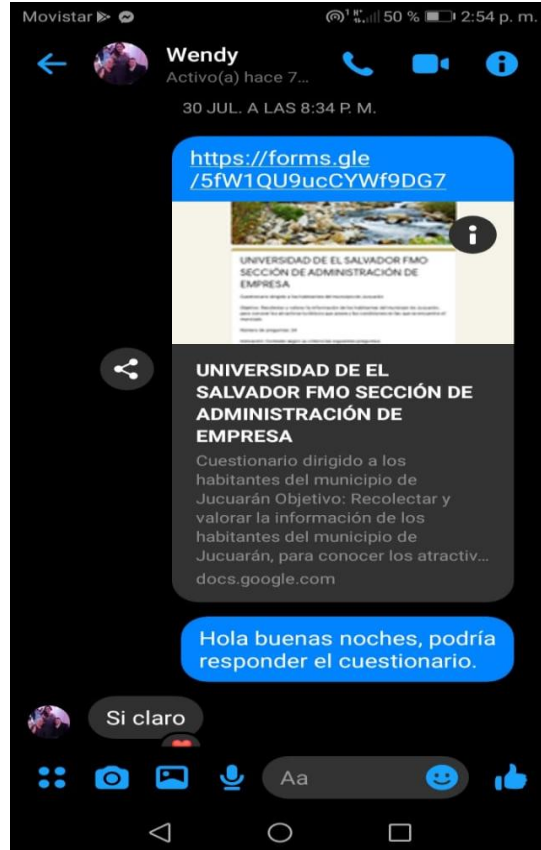
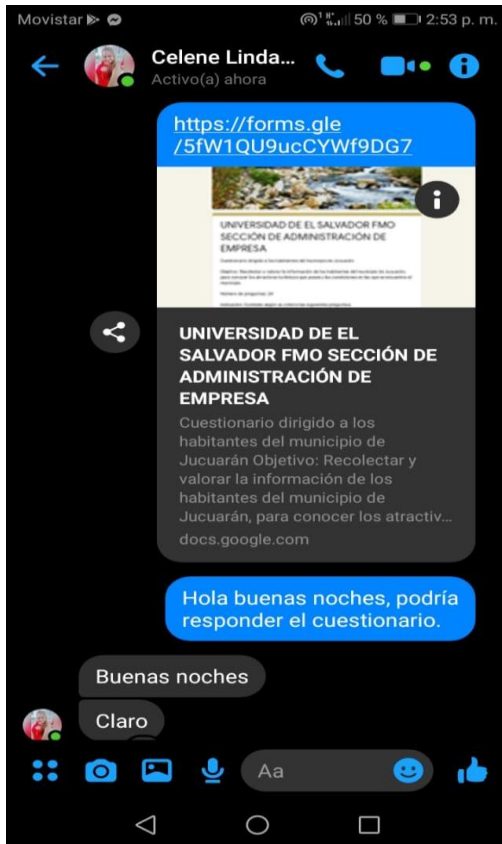
Vista a la laguna del jocotal desde el EcoParque de Jucuarán.

Anexo 2. Entrevista realizada por los integrantes del Grupo de Tesis al Alcalde Municipal de Jucuarán.

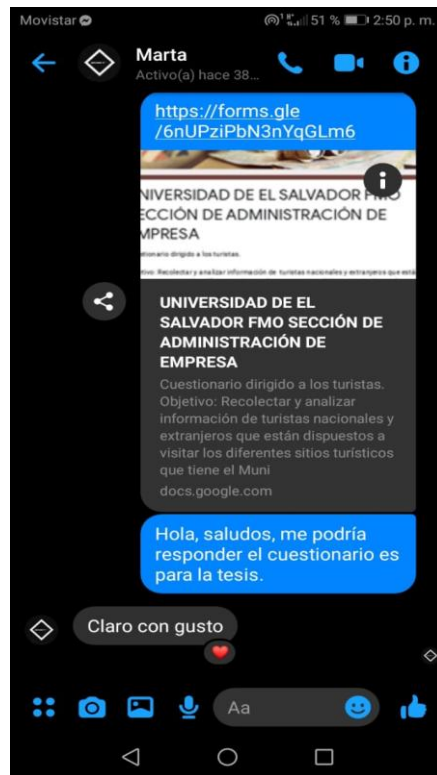
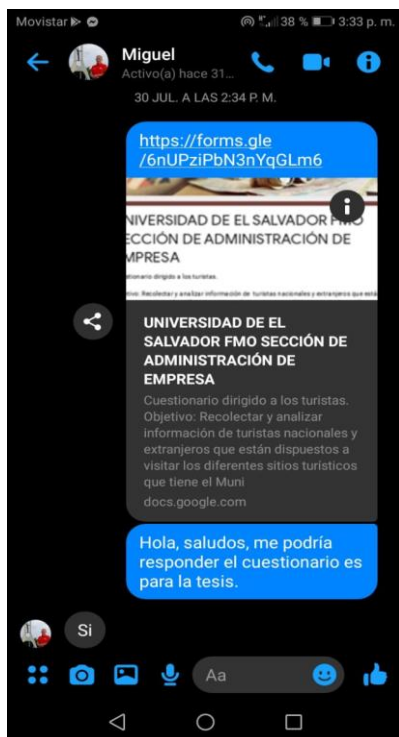


Anexo 3. Capturas de pantalla de las encuestas realizadas en línea para la recolección de datos, dirigido a los habitantes del municipio de Jucuarán y a los Turistas.

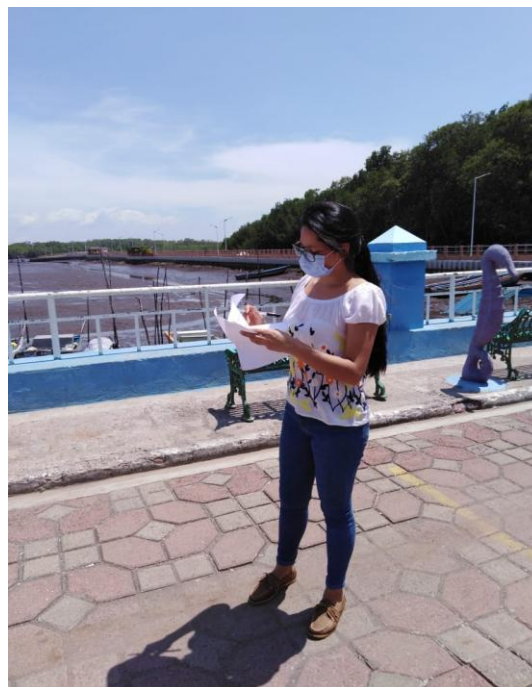
✓ Habitantes del Municipio de Jucuarán.



✓ Turistas nacionales y extranjeros.



Anexo 4. Guía de observación en los Municipios catalogados como mercado Competidor.



Muelle y Malecón Puerto El Triunfo

Anexo 5. Guía de observación a empresas del municipio de Jucuarán.

Hotel La Piscinas: Medidas de Bioseguridad

Anexo 6. Cuestionario Dirigido a habitantes del municipio de Jucuarán.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cuestionario dirigido a habitantes del municipio de Jucuarán

Objetivo: recolectar y valorar la información de los habitantes del municipio de Jucuarán, para saber cuáles son los atractivos turísticos que posee.

Indicación: Conteste con un "X" según su criterio las siguientes preguntas.

Edad: _____

Sexo _____

**1. El municipio de Jucuarán cuenta con una gran riqueza natural
 ¿Considera usted que podría ser aprovechada para el turismo?**

Si _____

No _____

2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que posee el municipio de Jucuarán?

Marque las que sean necesarias.

Factores	Marque con una X
Playas	
Restaurantes	
Hoteles	
Montañas	

Mirador	
Senderismo (caminada)	
Área de acampar	
Ecoparque	
Aprecia abundante vegetación	
Amabilidad de las personas	
Centro históricos	

3. ¿Cuál de los siguientes lugares del municipio de Jucuarán recibe mayor afluencia turística?

Playas ____

Casco urbano ____

Montañas ____

4. ¿De dónde proviene la mayor afluencia de turistas?

Región oriental ____

Región occidental ____

Región central ____

Extranjero ____

5. ¿Qué clase de turistas visitan con mayor frecuencia Jucuarán?

Clases de turistas		Marque con una x
Individual		
Parejas		
Colectivo	Familia	
	Excursiones	
	Grupo de amigos	

6. ¿Considera usted que la afluencia de turistas afecta la conservación del medio ambiente?

Sí ____

No ____

7. ¿Es oportuno que La Unidad de Turismo de la municipalidad cree programas con iniciativas turísticas, donde los habitantes de las comunidades sean vinculados y contribuya a los ingresos económicos locales?

Sí ___

No___

8. ¿Qué tipos de actividades culturales se realizan en Jucuarán?

Marque las que sean necesarias.

Actividades	Marque con una x
Festival gastronómico	
Festival de maíz	
Festival religioso	
Festival del café y cacao.	

Otros (Especifique)_____

9. ¿Estaría de acuerdo que el Gobierno Municipal en conjunto al Comité de Desarrollo Turístico de Jucuarán, fomenten la reactivación turística, promoviendo y efectuando los protocolos de bioseguridad necesarios para evitar el COVID-19?

Sí___

No___

10. ¿Es fundamental que las empresas conserven las medidas preventivas y sanitarias ante el COVID-19, conforme se vaya reactivando el turismo y la economía del municipio?

Sí ___

No___

11. ¿El Gobierno Municipal ha impulsado y ejecutando proyecto para el desarrollo turístico?

Si ____

No ____

12. ¿Cree usted que el desarrollo del turismo en Jucuarán generaría beneficios económicos para los habitantes?

Sí ____

No ____

13. ¿Estaría de acuerdo que a los turistas se les aplique una contribución especial y que los ingresos se destinen para el mantenimiento de las zonas turísticas del municipio?

Sí ____

No ____

14. ¿Considera que los ingresos recaudados en concepto de impuestos contribuyen a la ejecución de obras de desarrollo en el municipio?

Sí ____

No ____

15. ¿Existen en Jucuarán ventas de productos artesanales?

Si ____

No ____

16. ¿Si respuesta es positiva ¿qué tipo de artesanías se venden?

Producto		Marque con una x
Textiles Artesanales	Pulseras	
	camisas	
	Bufandas	
	Sombreros	
Artesanía en Barro	Ollas	
	Comales	
	Jarras	
obras de arte palmeño		

Otros (Especifique) _____

17. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación para la elaboración de productos artesanales?

Si ____

No ____

18. ¿Si su respuesta es positiva ¿sobre qué tipo de artesanías le gustaría capacitarse?

19. ¿Cuál es el estado actual de las vías de acceso a Jucuarán?

ACCESO	MARQUE CON UNA X
MALO	
REGULAR	
BUENO	
MUY BUENO	
EXCELENTE	

20. ¿Considera que Jucuarán posee señalización en las zonas de turismo?

Si__

No__

21. Si su respuesta anterior es si ¿Cómo califica esas señalizaciones?

CALIFICACIONES	MARQUE CON UNA X
Están en buen estado	

Están en mal estado	
Están ubicadas en lugares visibles	
No están ubicadas en lugares visibles	
Son suficientes	
Son pocas	
Se leen con claridad	
No se leen con claridad	

22. ¿Conoce usted algún lugar donde se pueda encontrar información turística en Jucuarán?

Si__

No__

23. ¿Qué tipo de servicios se encuentran en el municipio de Jucuarán?

Marque las que sean necesarias.

Servicios	Marque con x
Agua potable	
Energía eléctrica	
Unidades de salud	
Farmacias	
Ambulancia	
Estación de bomberos	
Seguridad policial	
Supermercados	
Mercados municipales	
Bancos	
Cajeros automáticos	
Servicios de Internet residencial	
Servicios de redes móviles	
Telefonía fija	
Telefonía móvil	

24. ¿Qué tipo de proyectos de desarrollo turístico le convendría al municipio de Jucuarán?

Marque las que sea convenientes

Proyectos	Marque con x
Infraestructura turística	
Señalización turística	
Personal calificado	
Seguridad turística	
Todas las anteriores.	

Anexo 7. Cuestionario Dirigido a turistas.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Cuestionario dirigido a los turistas.

Objetivo: Recolectar y analizar información de turistas que están dispuestos a visitar los diferentes sitios turísticos que tiene el Municipio de Jucuarán.

Indicación: Marque con una **X** la opción que considere de su preferencia.

Sexo: F____ M____ **Edad**_____ **Lugar de residencia:** _____

1. ¿Cuál de las siguientes opciones le motiva al visitar el municipio de Jucuarán, que en Ulúa significa, Cerro de las Hormigas Guerreadoras?, puede marcar las que sean de su preferencia.

- a) Playas_____
- b) Montañas_____
- c) Gastronomía_____
- d) Historia_____
- e) Ecoparque de Jucuarán_____
- f) Casco urbano_____

2. ¿Ha leído o a escuchado acerca del municipio de Jucuarán?

- a) Si_____
- b) No_____

3. ¿Por qué medio se dio cuenta de los atractivos turísticos de Jucuarán?

- a) Redes sociales_____
- b) Televisión_____
- c) Radio_____
- d) Hojas volantes_____

4. ¿Es de su conocimiento, que Jucuarán cuenta con más playas a parte de la reconocida Playa El Espino?

- a) Si_____
- b) No_____

5. ¿De cuánto suele ser su estadía al visitar un lugar turístico??

- a) Medio día_____
- b) Un día_____
- c) Dos días o más_____

6. ¿Qué tipo de alojamiento turístico es de su preferencia?

- a) Hoteles_____
- b) Hostales_____
- c) Cabañas_____
- d) Camping_____

7. ¿Con quién frecuenta salir de paseo?

- a) Pareja_____
- b) Familiares_____
- c) Amistades_____
- d) Otros_____

8. ¿En qué tipo de transporte se moviliza?

- a) Transporte propio_____
- b) Transporte privado_____
- c) Transporte turístico_____
- d) Transporte colectivo_____

9. ¿Al visitar un lugar turístico que aspectos considera importantes?, puede marcar las de su preferencia.

- a) Higiene y limpieza_____
- b) Atención al cliente_____
- c) Ubicación_____
- d) Precio_____
- e) Comodidad_____

10. ¿Cuál de las siguientes opciones considera fundamental para que Jucuarán cuente con mayor posicionamiento turístico?

- a) Señalización turística_____
- b) Seguridad turística_____
- c) Infraestructura turística_____
- d) Personal calificado_____
- e) Todas las anteriores_____

11. ¿Le gustaría tener una ruta para recorrer los diferentes lugares turísticos de Jucuarán?

- a) Si_____
- b) No_____

12. ¿A su elección que tipo de comida prefiere degustar?

- a) Mariscos_____
- b) Comida Típica _____
- c) Comida propia del municipio_____
- d) Bufete_____
- e) Comida rápida_____

13. ¿A usted le gusta comprar artesanías o recuerdos alusivos al lugar que visitó?

- a) Si_____
- b) No_____

14. ¿Usted suele pagar con tarjeta electrónica?

- a) Si_____
- b) No_____

15. ¿Qué actividades turísticas de mayor atracción y diversión le gustaría experimentar?

- a) Paseos en lancha por los canales del manglar_____
- b) Caminatas (cerros, pozas y cuevas) _____
- c) Festivales gastronómicos_____
- d) Festivales culturales_____

16. ¿Estaría de acuerdo con pagar un precio por la entrada a los sitios turísticos?

- a) Si_____
- b) No_____

17. ¿Está dispuesto/a hacer reservaciones previas al lugar a visitar y evitar la aglomeración de personas?

- a) Si_____
- b) No_____

18. ¿Considera fundamental que el municipio de Jucuarán cuente con diferentes puntos de controles sanitarios, para evitar el contagio de COVID-19?

- a) Si_____
- b) No_____

19. ¿Al momento que se haga la reapertura al turismo, está dispuesto a visitar lugares turísticos que cumplan con las especificaciones sanitarias?

- a) Si_____
- b) No_____

20. ¿Le gustaría visitar los lugares paradisiacos de Jucuarán?

- a) Si_____
- b) No_____

Anexo 8. Entrevista dirigida a alcalde municipal de Jucuarán.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Entrevista dirigida al Alcalde Municipal de Jucuarán

Objetivo: Conocer la situación actual que sostiene el turismo en Jucuarán.

- 11. ¿Considera que Jucuarán cuenta con el potencial suficiente para impulsar el turismo?**
- 12. ¿De acuerdo con las estadísticas del municipio, en qué mes o temporada del año han recibido mayor afluencia de turistas y de cuanto es el margen de visitantes?**
- 13. ¿Qué avances ha tenido el sistema vial y que tan efectivo es el transporte colectivo?**
- 14. ¿El Concejo Plural y usted como alcalde de turno cuáles han sido las acciones que han implementado para el desarrollo turístico en el municipio?**
- 15. ¿Qué alternativas se le han brindado a la población Jucuaranense, que contribuyan al desarrollo turístico y a mejorar los ingresos económicos locales?**

16. **¿A parte de los sitios turísticos ya existentes, cabe la posibilidad de construir más, los cuales permitan mayor atracción turística y revitalización económica?**
17. **¿Se han implementado medidas ambientalistas que fomenten la protección y preservación de los recursos naturales?**
18. **¿Se les brindan capacitaciones a los comerciantes que permitan generar confianza y satisfacción a los turistas, a través de medidas sanitarias y excelente atención al cliente?**
19. **¿Qué medidas han implementado para prevenir y evitar la propagación del COVID-19 en el municipio?**
20. **¿La gestión municipal ha previsto la elaboración de un plan que contenga los protocolos necesarios para evitar el contagio de COVID-19 entre los turistas y la población local, al momento que se haga la reapertura al turismo?**

Anexo 9. Guías de Observación del mercado competidor

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

GUÍA DE OBSERVACIÓN SOBRE EL MERCADO COMPETIDOR

Municipio:

Observadores:

N°	Ítem	Calificación				Observaciones
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Ubicación geográfica.					
2	Vías de acceso.					
3	Comercio del municipio.					
4	Desarrollo turístico del municipio.					
5	Calidad del transporte público.					
6	Medios de comunicación: señal telefónica, radio y TV.					
7	Reconocimiento y posicionamiento del municipio en redes sociales.					
8	Servicios básicos: agua potable, luz eléctrica, aguas negras, educación.					
9	Seguridad ciudadana.					
10	Recursos naturales y potencial turístico.					
11	Limpieza del municipio					
12	Señalización turística					

Anexo 10. Guías de Observación para empresas del municipio de Jucuarán.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE JUCUARÁN

Nombre de la empresa:

Rubro que se dedica:

Indicación: observar si la ejecución de las actividades marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo con la escala establecida (excelente, bueno, mala)

Objetivo: observar y evaluar las actividades de la empresa.

N°	Ítem	Calificación			Observaciones
		Excelente	Buena	Mala	
1	Ubicación geográfica.				
2	Accesibilidad.				
3	Infraestructura y esparcimiento.				
4	Aseo e higiene en el establecimiento comercial.				
5	Área trabajo limpia y ordenada.				
6	Cumple con uniforme requerido.				
7	Protocolo de bioseguridad.				
8	Servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, aguas negras, seguridad.				
9	Calidad de productos/servicios.				
10	Visualización de productos/servicios.				
11	Precios competitivos.				
12	Promociones.				
13	Atención al cliente.				

Anexo 11. Cronograma de Actividades

Tabla 85. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MARZO			ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE		
	Semana s			Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas						
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Planteamiento del problema.	■	■	■																															
Delimitación de la investigación.				■																														
Formulación de los objetivos.					■																													
Formulación de la hipótesis.						■																												
Operacionalización de las variables.							■																											
Marco referencial.								■	■																									
Tipo de investigación.										■																								
Fuentes de Información.											■																							
Población y diseño de la muestra.												■																						
Técnicas e instrumentos para la recopilación de información.													■	■																				
Elaboración de los instrumentos.														■	■																			
Presentación del Anteproyecto															■																			
Estrategia para efectuar el trabajo de campo, ante pandemia COVID-19																■																		
Levantamiento de encuesta en línea.																	■	■	■															
Visitas de campo																			■	■														
Procesamiento de la información																				■	■	■												
Análisis de la información.																							■	■	■									
Elaboración de propuesta																								■	■	■								
Presentación de la propuesta																											■							
Presentación del Informe final																														■				
Exposición y defensa																																	■	

Fuente: Elaboración propia en base a programación de actividades.

Anexo 12. Presupuesto del Proyecto

Tabla 86. Presupuesto financiero de recursos y necesidades

Tipo	Categoría	Recurso	Descripción	Fuente financiadora	Monto
Recursos Disponibles	Mobiliario y Equipo	Equipo	Computadoras personales de escritorio de los miembros del grupo investigativo	Personal	-
		Equipo	Teléfonos Móviles o celulares de los miembros del grupo	Personal	-
		Equipo	Impresora multifuncional para la impresión de folletos, formularios, avances y trabajo final.	Personal	-
	Maquinaria	Vehículo	Para traslado de los miembros del grupo, a las visitas de campo o al campus universitario.	Personal	-
Recursos Necesarios	Papelería y Útiles	Papelería	2 RESMAS de papel de papel bond base 20, 98% blancura, marca Facela	Grupo de trabajo	\$ 7.00
		Consumibles	Tinta para impresora Epson L575	Grupo de trabajo	\$ 24.00
		Útiles	Lapiceros y libretas	Grupo de trabajo	\$3.75
	Gastos de trabajo de campo	Gasolina	Para traslados	Grupo de trabajo	\$ 40.00
		Mascarillas	De protección y uso personal en las visitas de campo.	Grupo de trabajo	\$10.00
		Alcohol Gel	Desinfección de manos.	Grupo de trabajo	\$10.00
	Gastos de trabajo desde casa	Internet	Para la comunicación entre miembros, así como edición, recopilación de la información virtual	Grupo de trabajo	\$ 36.00
TOTAL, DEL PRESUPUESTO					<u>\$ 130.75</u>

Fuente: Elaboración Propia en base a datos de recursos disponibles y necesidades