

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



**“MERCADO TURISTICO SALVADOREÑO TIPO, ESTRUCTURA Y
CARACTERÍSTICAS”**

PRESENTADO POR GRUPO:

LÓPEZ REVELO, ANGELICA NOEMY

NÚÑEZ VIGIL, GABRIELA BEATRIZ

TREJO, NELSON ANTONIO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

MARZO 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



**“MERCADO TURISTICO SALVADOREÑO TIPO, ESTRUCTURA Y
CARACTERISTICAS”**

PRESENTADO POR GRUPO:

LÓPEZ REVELO, ANGELICA NOEMY

NÚÑEZ VIGIL, GABRIELA BEATRIZ

TREJO, NELSON ANTONIO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

MARZO 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
SECRETARIO GENERAL: MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN
SANDOVAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA: LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA
MENÉNDEZ

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADORA DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE ASESOR: MSC. NORMA YESENIA ECHEGOYÉN

TRIBUNAL EVALUADOR: LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ
LICDA. INGRID ELEONORA PORTILLO

MARZO 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, C.A.

AGRADECIMIENTOS

Siendo los agradecimientos el lugar que se le da a cada persona involucrada en este proceso de titulación, a quien agradezco primeramente es a nuestro Padre Celestial, por darme el ánimo, las personas y la oportunidad de llegar hasta este momento de mi vida, porque sin Él no sería posible nada. A mis padres Edwin López y Sonia Revelo, que son mis pilares como también lo son mis hermanos, abuelos y tías los cuales me apoyan en todo momento con sus palabras de ánimo y también las reprimendas, que me tienen gran paciencia y amor como yo se los tengo.

Angelica Noemy López Revelo

Primeramente, a Dios que a pesar de tantos obstáculos y pruebas en este año me dio la sabiduría necesaria para culminar mi carrera. A mi madre Ana Beatriz Vigil, por ser el principal motor que me impulsa a seguir adelante y jamás me dejó sola en este proceso, ser mi apoyo fundamental y el pilar que ayudó a culminar mi carrera, a mi abuela Rosa Vigil por ser mi segunda madre, por todo el amor que siempre me ha brindado, aconsejarme, impulsándome siempre salir adelante sin importar ninguna situación, a mis hermanos Ariel Vigil y Andrea Vigil, que son unos de mis grandes motivos para seguir adelante. Y por último a todas las personas involucradas en el proceso de esta meta

Gabriela Beatriz Núñez Vigil

Dedico esta monografía a Dios y a mi abuela Isabel Adolí Trejo Serrano, quien desde el cielo guía mi camino. Les dedico todo mi esfuerzo. Un agradecimiento especial a mi mamá Marina Dominga Trejo Serrano, que nunca dejó de ayudarme. A mis amigos de carrera, gracias a ellos a su infinita paciencia dadas mis circunstancias pude llegar lejos, y se los debo a ellos. A mis amigos de la ASECE, Ligia, Mariana, Amidia, Fernando entre otros, ¡Que de una u otra forma me apoyaron siempre que lo necesite me escucharon o dieron unas palabras que cambiaron el rumbo de mi carrera universitaria, mil gracias!

Nelson Antonio Trejo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	ii
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción del Problema	1
2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
2.1. Geográfica	3
2.2. Temporal	4
2.3. Teórica	4
3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
3.1. Limitantes o Viabilidad del estudio	5
3.1.1. Interés personal.	5
3.1.2. Utilidad social.	5
3.1.3. Viabilidad.	6
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	6
4.1. General	6
4.2. Específicos	7
5. CAPITULACIÓN	7
5.1. Capítulo I. El mercado turístico	7
5.1.1. Definición de turismo.	7
5.1.2. Clasificación del turismo	8

5.1.3.	Tipos de turismo.	10
5.1.4.	Estructura del turismo	12
5.1.5.	La importancia de la imagen en el destino turístico	20
5.1.6.	Análisis Teórico	22
5.2.	Capítulo II: Análisis situacional del turismo salvadoreño	26
5.2.1	Definiciones.	26
5.2.2.	Clasificación del turismo.	27
5.2.3.	Tipos de turismo en El Salvador.	31
5.2.4.	Estructura del turismo nacional.	34
5.2.5.	Características del turismo.	37
5.2.6.	Procesos turísticos.	39
5.2.7.	Áreas del turismo con mayor afectación.	40
5.2.8.	Análisis teórico sobre situación del turismo.	42
5.2.9.	Contextualización del capítulo a la realidad investigada.	43
5.3.	Capítulo III: propuesta para la reactivación del turismo en El Salvador	45
5.3.1.	Definición.	45
5.3.2.	Antecedentes de turismo durante el periodo de pandemia.	47
5.3.3.	Tipos de turismo a desarrollar	49
5.3.4.	Estructura, medidas y protocolo de reactivación del turismo	52
5.3.5.	Características a desarrollar para la reactivación del turismo	56

5.3.6.	Estrategias implementadas para reactivación del sector.	57
5.3.7.	Medidas a tomar para la satisfacción del turista frente a la situación	62
5.3.8.	Contextualización del capítulo a la realidad investigada	64
6.	CONCLUSIONES	66
7.	GLOSARIO	68
8.	REFERENCIAS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación del turismo	9
Tabla 2: Llegada de turistas internacionales 2018-2020	44
Tabla 3: Estimaciones turísticas durante el período de pandemia	48
Tabla 4: Afectados por pandemia	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Turismo tradicional, muelle del puerto de la Libertad.	11
Figura 2: Lanzamiento de marca destino “El Salvador”	22
Figura 3: Ruta arqueológica	28
Figura 4: Ruta fresca- San Ignacio	30
Figura 5: Tipos de turismo en El Salvador.	32
Figura 6: Instituciones que estructuran el turismo	37
Figura 7: Turismo LGTB en América Latina	50
Figura 8: Mapa de riesgo de contagio diciembre 2020.	52
Figura 9: Fases de reapertura para el sector turismo de El Salvador	54
Figura 10: Lineamientos generales de bioseguridad.	55
Figura 11: Oferta comercial de la banca pública	58
Figura 12: Recomendaciones para el viajero	63
Figura 13: Mapa de situación epidemiológica de Unión Europea y Schengen	65

RESUMEN EJECUTIVO.

El turismo es un sector que en los últimos tres años ha encontrado un dinamismo más elevado en los diferentes países del mundo. Disfrutar de diversos paisajes, monumentos, ciudades, pueblos entre otros, es una de las metas que más se hace presente en la actualidad, convirtiendo al consumidor día con día en alguien más exigente y que demandara una mayor participación en cada etapa en el proceso.

El Salvador no es la excepción en esta situación, siendo el sector turístico uno de los que mayor participación tiene en la economía de los salvadoreños. Teniendo en cuenta que el desarrollo de este representara un esfuerzo en conjunto tanto de gobierno como de todos los involucrados en este sector. En este proyecto monográfico se presenta el mercado turístico salvadoreño, cuáles es su estructura, las instituciones involucradas, los actores que llevan al turismo a ser un sector competitivo respecto a otros países, las características más importantes y diferenciadoras con los que cuenta El Salvador, así como casos comparativos con países de la región y del mundo.

En el año 2018 y 2019 el turismo creció de un 5.8% a un 6.5% en su participación, convirtiéndose así en los años con mayor crecimiento del sector, sin embargo a partir de marzo del 2020 este sector se paralizó completamente debido a una pandemia que atacaba el país de manera repentina cerrando fronteras y lugares turísticos como primer medida, es así como el turismo es duramente afectado teniendo pérdidas de las cuáles se estima su recuperación en 10 a 12 años aproximadamente.

El sector turismo es uno de los más afectados por diversas razones ya sea ambientales como terremotos, lluvias, o factores como la economía, política entre otros siendo de los más vulnerables, especialmente cuando pertenece a un país subdesarrollado también se ha comprobado que tiene alto índice de recuperación, es por eso que por medio de las instituciones y actores pertenecientes se están implementando diferentes estrategias que permitan que el sector se recupere de gran manera en el menor tiempo posible.

INTRODUCCIÓN

La presente monografía se refiere al mercado turístico el cuál es uno de los sectores más importantes para un estado, tanto en el ámbito económico, como en su cultura, sociedad y otros factores que intervienen en la imagen que tiene nacional o internacionalmente las personas sobre un país, contribuyendo tanto en desarrollo económico como en relaciones que le favorezcan en diferentes ámbitos a una nación.

En El Salvador el turismo ha tomado mucho auge en los últimos tiempos, en el año 2018 el país presentó un incremento turístico del 16% en comparación con el año anterior, generando un ingreso de \$1,472.52 millones en turismo internacional. En cuanto al medio de transporte que usan los turistas para ingresar a El Salvador, el 42 % de las personas entran al país vía aérea y el 58 % vía terrestre.

Es por eso que en el capítulo 1 se desarrollan puntos clave para poder entender el mercado turístico, cuáles son los tipos de turismo que existen, sus características y cuáles son las tendencias que en los últimos años han tomado una gran importancia en este sector. Así como también algunos aspectos enfocados en el desarrollo del trabajo como es su delimitación, situación problemática, justificaciones entre otras.

La importancia de la imagen turística es otro de los aspectos que se aborda en el presente capítulo, tomando en cuenta que esta es la que representa el momento de la verdad en la elección de un destino para el turista, como ésta es percibida ya sea de forma positiva o negativa y de qué manera contribuye o afecta esta imagen.

El capítulo 3 de la monografía El Mercado turístico salvadoreño, tipo, estructura y características; presenta en diferentes puntos la situación actual por la cual pasa el turismo del país, a raíz de una situación de pandemia la cuál afecto directamente a este sector desde la paralización del turismo nacional hasta el cierre de aeropuertos, puertos y el comercio a nivel mundial.

La disminución de la renta de los clientes potenciales supone una reducción de la demanda de servicios turísticos; y en una situación emergencia sanitaria como la actual, obliga al "encierro" de las personas en sus casas para evitar contagios, tanto empresas como trabajadores, de todos los sectores de actividad, se ven implicadas; se calcula que el sector turismo en la pandemia ha perdido aproximadamente 44% de empleos, es decir un estimado de 132,000 empleos de una base de 300,000 empleos (directos e indirectos).

Las instituciones correspondientes trabajan en diferentes estrategias que contribuyan a la reactivación del turismo, desde medidas de bioseguridad, las cuales son aplicadas en cada sector buscando las maneras de las cuales penetrar en mayor medida al mercado meta que desean llegar, tomando en cuenta estrategias de marketing digital, campañas de promoción, entre otras.

La presentación de casos de países del continente europeo donde el turismo ha sido reactivado por medio de diferentes medidas y estrategias sostenibles a corto y largo plazo, logrando de esa manera una mejor visión para este sector y la situación económica con la que cada país depende de este sector.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo tiene un interés muy alto en el desarrollo económico de los países de Centroamérica gracias a sus tradiciones, atractivos turísticos y culturales, teniendo como meta atraer turistas a sus países contando con una competencia constante, y mostrando su imagen que está asociada a su calidad, seguridad y seriedad en sus productos o servicios como también atributos al público distinguiendo su país de los demás.

1.1. Descripción del Problema

La actividad turística en El Salvador está fuertemente enlazada con el concepto del desarrollo sectorial, que representa el esfuerzo de las comunidades que enfrentan los desafíos de la modernización en su economía, esta debe de contar con una reestructuración productiva, con las transformaciones científicas y tecnológicas, que busquen la apertura de los mercados, significativamente en las zonas.

A consecuencia de lo anterior, este proyecto pretende brindar al lector información en la que se reconozca El Salvador como uno de los principales destinos turísticos de Centroamérica, de esta forma mostrar una imagen positiva buscando el desarrollo económico; atrayendo a los turistas y todo público interesado en conocer, y adquirir la riqueza cultural y productiva de los distintos departamentos, destacando y promoviendo una mejor imagen y bien posicionada para el país.

Desafortunadamente el fomento al turismo se ha visto cortado por la actual pandemia del virus Covid-19 (SARS-CoV-2), esto tomó al mundo entero por sorpresa, creando una disminución económica en el desarrollo económico local del país, debido a los bajos índices de turismo, caída de ingresos por este rubro, generando pocas posibilidades de inversión en la zona y el estancamiento económico.

En los diferentes sectores económicos se han diseñado protocolos a seguir para evitar un aumento en los contagios y mejorar la seguridad; la calidad y servicio en la atención a

turistas; dentro del sector turístico teniendo como prioridad la bioseguridad del viajero, como la del empleador con la finalidad de facilitar un nuevo impulso nacional en materia turística.

Es importante que estos protocolos sean ajustables a la realidad económica y financiera, en los sistemas de planificación internacional de organizaciones y países, brindando al sector un nuevo papel facilitador como principal en el desarrollo turístico, las ideas de proyectos que puedan generar en la búsqueda de oportunidades para convertir una situación macro que no se puede controlar, en una oportunidad de mejora en el servicio turístico.

En los últimos años el turismo de El Salvador recibió a más de 2.5 millones de personas entre enero y diciembre del 2018, según datos compartidos por el Ministerio de Turismo (MITUR). Esto significa que el turismo internacional en el país creció un 12.9 % en relación con el registro de 2017, cuando los turistas que ingresaron al país fueron 2.2 millones.

El ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán, dijo que los ingresos por turismo extranjero en 2018 fueron de \$1,472.52 millones, que representó un crecimiento de 16 % comparado con 2017.

"Este ha sido el mejor año de la última década de trabajo; ha sido muy positiva y favorable. Hemos consolidado a El Salvador como destino turístico y las estadísticas nos confirman que vamos avanzando en buena dirección", expresó Duarte.

Por su parte, el viceministro de Turismo, Roberto Viera, dio algunos detalles sobre el perfil de los turistas que visitaron al país el año pasado. Mencionó que de Centroamérica vino el 58 % de turistas; de Norteamérica, el 35 %; y de los "mercados emergentes" representan un 7 %. "Es de resaltar que antes Suramérica no aparecía en estos datos y ahora sí lo está haciendo", agregó.

En cuanto al medio de transporte que usan los turistas para ingresar a El Salvador, Viera dijo que el 42 % de las personas entran al país vía aérea y el 58 % vía terrestre. "Hemos incrementado la cifra de ingreso vía aérea. Generalmente el turista que entra al país en avión tiene más noches de estadía y un gasto mayor", añadió el vice titular. (SICA, 2019)

Se ha convertido en una fuente de ingresos importantes dentro de la economía nacional, la oferta hacia la población ha ocasionado, un aumento de sitios y bellezas turísticas que antes no contaban con una imagen propia, esto ha provocado en una forma más agresiva la explotación de las áreas.

Con estrategias se favorece el incremento de la producción de bienes y servicios a través de la integración de cadenas de valor, que apoyan de manera decidida y el sector turismo no es la excepción, por lo tanto, por medio de esta investigación se identifican estrategias, medidas y procesos a tomar en cuenta, adaptando sus diferentes culturas, economía, y su sector turismo para contener y mejorar el servicio.

2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La monografía presenta una delimitación geográfica, temporal y teórica, estableciendo espacio territorial, de tiempo y las teorías en la cuáles está basado el documento.

2.1. Geográfica

Según el tema aprobado el estudio contempla el territorio de El Salvador, esto debido a que las comparaciones entre turismo internacional ayudaron a comprender mejor el desarrollo económico de las zonas turísticas es por eso que en la monografía se presentan diferentes casos de países y su desarrollo turístico.

El Salvador busca trabajar desde diferentes escalas geográficas: con distintas localizaciones, y municipios en todo El Salvador y su territorio nacional, teniendo en

cuenta los grupos de municipios circunvecinos, estando ligados unos con otros, en un departamento o una región.

2.2. Temporal

La monografía se desarrollara mediante fuentes secundarias como estudios, estadísticas, reportes, libros entre otros, elaborados desde el año 2010 hasta el año 2020.

2.3. Teórica

Para el desarrollo de la monografía se recopila información de documentos de carácter nacional obtenida de fuentes y, publicaciones oficiales con el fin de obtener el conocimiento e beneficios en el sector turismo; estrategias brindadas en pro de un mejoramiento ante la sociedad, en tal sentido, se mencionan algunos documentos utilizados durante la elaboración de este estudio, que incluye diversas fuentes consultadas tanto como libros, informes, e investigaciones realizadas con la finalidad de dar una nueva perspectiva del sector turismo.

- Informe Situación de la empresa salvadoreña frente a la emergencia COVID-19, Círculo de investigación de innovación y emprendimiento, departamento de administración de empresas, Autor: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas UCA.
- El impacto del COVID-19 en la economía de El Salvador: algunas consideraciones de política macroeconómica para hacer frente a la crisis. Autor: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.
- Plan Nacional de Turismo 2020. Autor: Ministerio de Turismo El Salvador.
- La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador. Autor: Ministerio de Turismo El Salvador.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene como objetivo abordar los diferentes tipos de turismo que desarrolla nuestro país, con la finalidad que luego del estado de emergencia, se realicen cambios significativos en el turismo cambiando su forma de viajar, debido a la situación mundial actual, sin embargo; el país tiene que buscar soluciones ante esta situación, ofrecer una imagen atractiva y segura para los turistas y establecer estrategias que se pueden implementar.

3.1. Limitantes o Viabilidad

En la investigación se encuentran límites, así como también razones de su viabilidad, esto detalla a continuación.

3.1.1. Interés personal.

El interés principal radica en que las empresas turísticas locales cuenten con estrategias adecuadas para recibir a los viajeros fortaleciendo y desarrollando el territorio y el turismo nacional, permitiendo al país normalizar este sector tan importante para la economía salvadoreña.

Además este estudio servirá para promover estrategias mercadológicas que sirvan como herramientas ante futuros acontecimientos que puedan afectar nuevamente la economía salvadoreña.

3.1.2. Utilidad social.

El tema de investigación es de utilidad para los turistas, nacionales e internaciones, porque en ella se proponen estrategias de interés directo para la reactivación del turismo, medidas que las instituciones correspondientes han designado y formas en las que podrán hacer turismo con la nueva situación a enfrentar, sin dejar de lado la satisfacción de sus necesidades.

Además, es de utilidad para empresarios turísticos que buscan maneras de atraer a clientes por medio de innovaciones y estrategias de persuasión hacia los turistas, tomando en cuenta medidas y criterios establecidos, también las nuevas formas de hacer turismo y las nuevas necesidades que los clientes tendrán para sentirse cómodos y seguros al momento de hacer turismo.

Servirá de apoyo para estudiantes interesados en economía y turismo que tengan interés en la situación actual y cómo se comportó este sector a medida que la situación de emergencia se desarrolle.

5.1.3. Viabilidad.

La viabilidad o factibilidad turística, en términos generales se plantea inicialmente, como objetivos económicos que cuenten con lucro, y el desarrollo de otras zonas.

Estableciendo una respuesta clara y definida, en el problema investigado se consideran puntos muy importantes como son la salud, seguridad y bienestar social buscando una probabilidad alta de factibilidad en el proyecto, llevando un método riguroso y exhaustivo, suficientemente preciso para lograr los resultados.

El problema se basó en fuentes secundarias las cuáles son investigaciones ya realizadas anteriormente, por lo tanto, sus costos se basan en servicios básicos como internet, energía eléctrica uso de computadoras, gastos en impresiones entre otros.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1. General

Describir el mercado turístico salvadoreño, su tipo, estructura y características, para el año 2020.

4.2. Específicos

- Determinar las variables mercadológicas, que intervienen en el mercado turístico salvadoreño.
- Identificar componentes que intervienen directamente en la situación actual del mercado turístico salvadoreño.
- Definir aspectos claves del turismo que presentan cambios para la reapertura del sector después de la pandemia COVID-19.

5. CAPITULACIÓN

Según el Ministerio de Turismo este sector representó el 6.5% del PIB en la economía de El Salvador en el año 2019, representando 0.6 más en comparación con el año 2018, siendo así un sector de suma importancia con respecto a la economía salvadoreña.

5.1. Capítulo 1. El mercado turístico

El mercado turístico salvadoreño en los últimos tres años se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para el país, la demanda de turistas nacionales y extranjeros aparte de ayudar a la economía exige que el sector cuente con las características tanto generales como específicas que contribuya al turismo para seguir creciendo a la vanguardia de las tendencias mundiales de la actualidad.

5.1.1. Definición de turismo.

El turismo es una actividad esencial en la vida de los países, pues trae consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos, tanto a nivel nacional, como internacionalmente, a través del fortalecimiento de las relaciones que se generan.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Estas personas se denominan “visitantes” (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos.

La base central del turismo es la necesidad humana de integración con su entorno, de tal manera que el turismo es un fenómeno de carácter pluralista donde se integran: la parte anímico - sentimental del individuo, la atracción física del entorno, la ansiedad humana de compartir emociones, el deseo del conocimiento, el empleo del tiempo libre y del ocio.

La correcta integración de los elementos anteriores conlleva a: un mejoramiento de la calidad de vida, una mayor integración humana, un mayor conocimiento de la variedad cultural, una alternativa de desarrollo técnico, económico y social para los países. Elisa y Norma, (2018, pág. 24)

5.1.2. Clasificación del turismo

La actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje y cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades.

Según La Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo, acorde a los recursos explotados se clasifica según se resume en la siguiente tabla:

Tabla 1: Clasificación del turismo

Modalidad	Definición
Arqueológico	Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
Científico	Es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
De compras	Relacionado a compras a buen precio o exclusivas. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
De formación	Vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas.
Enológico	Relacionado a los vinos de una zona.
Etnográfico	Relacionado con las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
Funerario	Vinculado a cementerios donde hay tumbas realizadas por arquitectos famosos, hay personajes famosos enterrados allí. Es conocido como necro turismo.
Gastronómico	Vinculado a la comida tradicional de un sitio.
Industrial	Motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.
Itinerante	Se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas
Literario	Motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
Místico	Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos o espirituales.
Monumental	Vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
Urbano	Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son patrimonio de la humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto.

Elaboración propia con información tomada de Juana, Julia y Aparicio, 2010.

5.1.3. Tipos de turismo.

Barraza Ibarra en su libro perspectivas y tendencias del turismo en El Salvador afirma que los principales tipos de turismo varían, en función de diversas características, pero en la actualidad esta tipología responde principalmente a las actividades a realizar, el lugar donde se llevan a cabo dichas actividades o sus modalidades. Se consideran a continuación, algunos de los tipos de turismo identificados.

- Turismo doméstico: es aquel que se realiza sin salir de las fronteras del país residente.
- Turismo itinerante: cuando el desplazamiento turístico incluye movilizaciones a varios lugares o destinos (ciudades, pueblos, sitios arqueológicos, etc.).
- Turismo receptivo: es aquel que realizan los residentes de países foráneos y que ingresan al territorio del país receptor.
- Turismo de aventura: son aquellos viajes que tienen como finalidad realizar actividades recreativas o deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.
- Turismo nacional: se agrupan dentro de esta categoría el turismo interno y el turismo emisor. El turismo interno o doméstico es el que realizan los residentes de un país dentro de su territorio, y el turismo emisor es el que se genera en un país hacia el extranjero.
- Turismo internacional: comprende los flujos de personas que se reciben del exterior (turismo receptor) y también el turismo emisor. Esta categoría también puede subclasificarse en dos grupos:
 - a) turismo regional, porque pertenece a países que se encuentran en una región, por ejemplo Centroamérica
 - b) turismo extra regional, cuando se da entre países ubicados en distintas regiones, por ejemplo, entre Francia y El Salvador.
- Ecoturismo: se caracteriza por los desplazamientos a destinos cuyo principal atractivo es la naturaleza; en esta clase de turismo se destacan los viajes a los

parques nacionales, reservas naturales y todo tipo de actividad vinculada a la ecología.

- Turismo deportivo: tiene como finalidad la práctica de actividades deportivas y, entre ellas, algunas que supongan determinados tipos de riesgo.
- Turismo de salud: se le llama así al realizado por aquellas personas que deciden viajar para ser atendidos en sus enfermedades y dolencias, o simplemente en vías de relajación. Están incluidas aquí las visitas a lugares naturales con propiedades terapéuticas, por ejemplo los baños termales.
- Turismo de ayuda humanitaria: es aquel que realizan personas que viajan con intención de colaborar con proyectos sociales y de ayuda, por motivos de humanidad hacia problemas de comunidades pobres, en hambrunas o epidemias, catástrofes naturales y motivos similares.
- Turismo de negocios: son los viajes con fines de hacer negocios, así como la asistencia a ferias, seminarios y conferencias; es un turismo que mueve mucho dinero, especialmente porque los gastos son cubiertos por las empresas. Este tipo de turismo exige de buenos hoteles, restaurantes, asistencia a eventos de negocios y recreativos, desplazamientos en avión o en trenes, etc.



Figura 1: Turismo tradicional, muelle del Puerto de la Libertad.

Fuente: Chacón E. (20 de diciembre de 2014) Turismo, recuperada de:
blogs.laprensagrafica.com

5.1.4. Estructura del turismo

Dentro de la Estructura del mercado turístico, existen varios aspectos entre ellos uno de los más importantes son las características que componen al turismo, según Parra López y Calero García en su libro gestión y dirección de empresas turísticas (2018) se contemplan los siguientes puntos:

- Características del Mercado Turístico.

El mercado turístico cuenta con una serie de características que ayudan al desarrollo, organización y buen funcionamiento de este, entre esas características se destacan:

- a) **Carácter mixto del producto ofrecido:** el servicio turístico no es algo que se consume de una sola vez, al contrario, las empresas ofrecen amplios y diferentes conjuntos de servicios los cuales combinan con los recursos turísticos del destino. El carácter mixto está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios, esto se debe a que el turista no consume solo productos turísticos, sino también productos que pueden abarcar la totalidad de las actividades económicas.
- b) **Fortaleza y diversidad de la demanda:** la demanda turística es dividida en segmentos por lo tanto esta no puede considerarse de forma agregada; existen numerosas formas de segmentar la demanda turística: los criterios sociodemográficos (edad, profesión, ingresos, etc.), el motivo de la visita (ocio, negocios, visitas a amigos y familiares, etc.), el medio de transporte, el canal de comercialización, criterios geográficos, entre otros. Sin embargo, este conjunto de criterios de agrupación de los turistas, basados en criterios más o menos objetivos, no tiene en cuenta un aspecto muy relevante: la subjetividad y los valores del turista. Por ello, ha ido adquiriendo una importancia creciente la segmentación pictográfica, es decir, en función de los valores y actitudes de los turistas.

- c) Recursos turísticos y sostenibilidad: la atracción que ejerce un destino turístico se relaciona con dos elementos básicos, los recursos turísticos y la oferta turística en sentido estricto, aunque en la práctica a veces resulte difícil distinguir entre uno y otro concepto porque la oferta en sí misma pueda ser un factor de atracción. La oferta turística sería, en principio la que permitiría el disfrute de los recursos de atracción turística. Esto genera una particularidad del turismo en términos de mercados y satisfacción del cliente, dado que algunos de los factores que motivan el consumo son gratuitos (clima, playa, tranquilidad, paseos). En consecuencia, la satisfacción de los clientes no va a depender solamente de las empresas que prestan servicios sino de factores exógenos y no controlables, como puede ser el clima.
- d) Intermediación turística e información: uno de los aspectos más importantes en los mercados turísticos es la incertidumbre del consumidor acerca de las características del producto. Normalmente el turista adquiere el producto sin conocer exactamente sus características, basándose en reclamos comerciales o valoraciones subjetivas de quienes han visitado el destino con anterioridad, o en la actualidad una herramienta muy importante son las redes sociales, sitios oficiales, entre otras herramientas cibernéticas con las que hoy en día se cuenta.
- e) El objetivo de la satisfacción del turista: las empresas turísticas deben tener como uno de sus objetivos principales contribuir con la satisfacción del turista. Esta depende de múltiples factores que muchas veces no son controlables directamente por la empresa, especialmente cuando la entidad tiene su país de origen diferente al destino turístico que ofrece al consumidor.
- f) Precios y mercados inmobiliarios: existen épocas que la llegada de turista incrementa considerablemente, cuando este aumento es demasiado alto las empresas tienden a aumentar los costos a sus productos y servicios, especialmente a aquellos que no pueden aumentar la cantidad ofrecida en corto plazo; también existen productos y servicios que sin importar la demanda su precio no varía, debido a que no provoca escases y adaptándose a las necesidades de la demanda.

- g) La estacionalidad: la demanda turística tiende a concentrarse en torno a determinadas épocas. Las causas de la estacionalidad del turismo hay que asociarlas a factores tanto de demanda como de oferta. Desde la óptica de la demanda, la concentración de las vacaciones promueve que los viajes turísticos tengan una gran concentración. Por su parte, la estacionalidad puede relacionarse también con las características del destino.
- h) El ciclo de vida del destino turístico: nace lentamente, para alcanzar posteriormente crecer hasta acercarse a su madurez, periodo en el cual las tasas de expansión se van moderando hasta que se plantea el dilema entre el declive o la puesta en práctica de medidas que faciliten un rejuvenecimiento del destino.
- i) Impactos múltiples sobre el destino: el turismo es una actividad que tiene efectos variados sobre el destino. Estos efectos se concentran en tres dimensiones: la dimensión económica, la dimensión medioambiental y la dimensión social.

- Características específicas de la compra Turística

Comprender las características de la compra turística ayudará a entender cuáles son los aspectos más importantes que resaltan al momento de elegir un destino, la competitividad de destinos turísticos y el aumento de viajeros son puntos clave para conocer cuáles de ellas son las que están tomando importancia en el turista al momento de adquirir un producto o servicio, entre las más importantes se encuentran:

- a) Cambios de rol: este supone si el turista adquiere el servicio para sí mismo o para otra persona, como lo es en viajes de negocios, o de estudio cuando los padres adquieren el servicio para sus hijos; esto permite que diferentes personas participen en cada fase del comportamiento dependiendo el rol que se esté tomando.
- b) Alta emotividad: en los viajes vacacionales esta es muy elevada, debido a las expectativas grandes que el consumidor tiene, el cliente tiende a ser muy exigente en este tipo de viajes, y es ello que, estos en su mayoría son de costos muy

elevados, afectando todas las fases del proceso de compra, motivando al turista a ser más riguroso en su experiencia.

- c) Gran implicación: el compromiso y la implicación en el proceso de compra que lleva al individuo a ser proactivo en todas las fases de su proceso, no solo siendo participativo en su compra, sino que además liderando funciones a desarrollar y así poder ser más específicos en las necesidades que este desee satisfacer.
- d) Cierta antelación: que existe desde el momento de la compra hasta el del consumo produce importantes alargamientos en cada una de las fases del modelo de comportamiento, y aunque una de las tendencias turísticas es acortar esta antelación, solo puede aplicarse a cierto tipo de turismo en concreto.
- e) Muchas influencias: las personas quieren opinar, decir que saben de turismo, contar su experiencia y recomendar sitios turísticos no es exagerar, el turista recibe muchas opiniones de personas cercanas antes de adquirir un servicio turístico. Lo cual a veces complica el proceso y decisión de compra.
- f) Alto riesgo: las características propias del turismo como la intangibilidad y la distancia generan en el comprador un alto índice de sensación de riesgo, por la emotividad y alta implicación que el comprador turístico presenta. Esto conlleva a un alargamiento importante al momento de decidir la compra, incrementando el tiempo de sus fases y la compra final.
- g) Exceso de información: la gran cantidad de contenido y oferta turística tanto objetiva como subjetiva de las empresas y destinos puede terminar ahogando al comprador en un mar de información y de dudas. Esta característica ha incrementado con el uso del internet, redes sociales o aplicaciones sobre turismo, aunque muchas veces estas también ayudan al comprador a manejar la gran cantidad de información.

- Tendencias actuales en la demanda turística

El mercado turístico es altamente cambiante, tomar en cuenta estos cambios contribuye a satisfacer las necesidades que día a día el cliente presenta, estas necesidades varían día

con día presentando a lo largo del tiempo diferentes tendencias para este sector. Algunas de las tendencias actuales en la demanda y sus consecuencias son las siguientes:

- a) Cambio en el perfil del turista: los cambios sociodemográficos, tecnológicos, la mayor experiencia, entre otros, están alterando pausadamente las características de la demanda. Los turistas actuales son más independientes, están más informados, tienen una amplia experiencia, son más críticos y exigentes, estas que comenzaron a manifestarse a principios de los años noventa. Los cambios en el tamaño de la familia, el envejecimiento de la población en los principales países emisores, el creciente papel de la mujer en la toma de decisiones familiares o la madurez de algunos productos y destinos tradicionales, están favoreciendo una creciente diversidad de preferencias que va acompañada por un aumento de la cualificación y experiencia del consumidor. El consumidor turístico ahora tiene múltiples experiencias turísticas y que demanda productos más especializados o hechos a medida.

- b) Sensibilidad a la coyuntura y capacidad de recuperación: el sector turístico ha demostrado a lo largo de su historia una sensibilidad frente a las crisis económicas, los conflictos políticos y cualquier factor que afecte a la seguridad (conflictos armados, terrorismo, problemas sanitarios.), pero también una gran capacidad de recuperación. El comportamiento de los turistas ante situaciones críticas suele ser el de aplazar los viajes, reducir la distancia recorrida, evitar los medios de transporte más inseguros y sustituir las salidas al extranjero por el turismo interno. Sin embargo, según los estudios realizados por la OMT tras diversas catástrofes y conflictos, una vez superada la crisis los viajes aplazados comienzan a realizarse, contribuyendo a una rápida recuperación. No parecen existir en el mercado bienes y servicios que sean buenos sustitutivos del turismo, porque el fuerte deseo de realizar viajes turísticos hace que se comporten más como bienes de primera necesidad que como bienes de lujo.

- c) Productos emergentes: nuevos productos turísticos están ganando cuota a costa de otros más tradicionales. Tal es el caso de los parques temáticos, el turismo de eventos culturales y deportivos, el turismo de grandes ciudades, turismo cultural, de salud, SPAs, tercera edad, turismo de naturaleza, entre otros. Además de estas modalidades, el consumo turístico se especializa y diversifica notablemente, demandándose productos a medida. Por su parte, el turismo de sol y playa parece que ha alcanzado su madurez, siendo uno de los segmentos de mercado que menos crece. Esto es especialmente cierto en el caso de los destinos maduros dependientes de los paquetes turísticos tradicionales. Frente a esto, las escapadas cortas de fin de semana y los destinos exóticos han ido ganando peso, si bien el despegue de estos últimos se ha enfrentado a los problemas de inseguridad en el transporte aéreo y en los propios destinos.
- d) Fragmentación de los periodos vacacionales y reducción de la estancia media: una de las características actuales de la demanda turística es la fragmentación de los periodos vacacionales, que se tienden a repartir a lo largo del año. Por ello, además de las vacaciones principales aparecen las segundas vacaciones y terceras vacaciones, tendiendo a acortarse las estancias.
- e) Nuevas tecnologías, comercialización directa y uso de paquetes turísticos: sin duda alguna la interacción con el cliente a medida que la tecnología avanza es mucho más directa, en la actualidad los turistas tienen la información necesaria con un solo click, el cliente se vuelve más independiente, delimitando y teniendo claro de gran manera sus requerimientos y que necesita que le oferten. Esto hace que las entidades estén actualizando sus paquetes a gran medida, y teniendo servicios a la vanguardia de la necesidad del cliente.

- f) Revalorización del turismo interno: el turismo interno tiene funciones estabilizadoras importantes, por su carácter menos estacional. Tomando en cuenta que El Salvador cuenta con muchos recursos turísticos además de la poca distancia que hay entre un destino a otro, siendo este tipo de turismo entre los más importantes a desarrollar.
- g) Reducción de la estacionalidad de la demanda: la demanda tiende a reducir su comportamiento estacional debido al desarrollo del turismo interno, a la fragmentación de los periodos vacacionales y a la mayor independencia de los turistas. Prácticamente la totalidad de los destinos turísticos siguen políticas activas tendentes a reducir la estacionalidad, que constituye una amenaza a la rentabilidad.

- Tendencias actuales en la oferta turística

La oferta turística cada vez es más competitiva tanto a nivel mundial como en nuestro país, para satisfacer las necesidades turísticas actuales día a día los países, le apuestan más al desarrollo y la vanguardia de este sector.

- a) Adaptación a las nuevas exigencias del entorno: la oferta turística en la actualidad consiste en adaptarse a las necesidades que la demanda requiere, especialmente en la calidad del entorno, la seguridad, la independencia, los productos especializados, la calidad de la oferta de ocio, la protección medioambiental y la profesionalidad. Estas empresas además de adaptarse al cliente, también deben de adaptarse a nuevas condiciones de competencia empresarial, por lo cual estas tienen que estar en continuo cambio; a los nuevos requerimientos institucionales; a los nuevos requisitos medioambientales mercados por la estrategia del desarrollo turístico sostenible; y al nuevo entorno tecnológico derivado de la implantación masiva de las tecnologías de la información.

- b) Concentración empresarial, fusiones y adquisiciones: una de las tendencias más características en la actualidad ha sido la integración y concentración empresarial a través de alianzas estratégicas, fusiones y adquisiciones. Las alianzas estratégicas consisten en acuerdos entre empresas a fin de aumentar su competitividad, compartiendo recursos o tecnologías. Estos acuerdos pueden incluir, o no, movimientos accionariales, siendo a veces el paso previo a procesos más complejos y de mayor amplitud como las fusiones y adquisiciones. Esta tendencia está afectando a la totalidad de los sectores turísticos: tour operadores, compañías aéreas, cadenas hoteleras, empresas de ocio, entre otros.
- c) Expansión de las compañías aéreas de bajo coste: las compañías aéreas de bajo costo es un fenómeno que ha venido afectando al sector turístico en los últimos años, la utilización de diferentes estrategias como el catering, los servicios de tierra o la selección de aeropuertos, entre otros. El desarrollo de estos métodos ha afectado directamente a las aerolíneas tradicionales. Pero también han hecho actuar a las empresas por la renovación y actualización de servicios para poder adecuarse a sus competidores.
- d) Políticas de relanzamiento de destinos tradicionales: una de las tendencias frecuentes en la actualidad son los proyectos de relanzamiento en algunos destinos turísticos tradicionales, especialmente aquellos más masificados. Estos destinos tratan de aprovechar su posición en el mercado y su imagen de marca conocida para tratar de adentrarse en nuevos segmentos de demanda más dinámicos, tratando de solventar los problemas asociados a la masificación.
- Tendencias Tecnológicas en el sector turismo

Experiencia de usuario: el usuario es el nuevo centro de la experiencia. Diseñar productos y servicios flexibles, irresistibles y medibles es un tema clave para el futuro del negocio.

- a) El poder del móvil: desde el check-in hasta el control de la habitación pasando por la llave móvil, el potencial de los smartphones es un aliado clave de los nuevos servicios inteligentes.
- b) Robótica: el potencial de este servicio convive con la cautela frente a la novedad innegable. Mientras, Alibaba y otros grandes exploran su potencial aplicado a distintos servicios. Entre las soluciones más habituales encontramos: conserjes robot, robots mayordomo o los robots de uso no comercial presentados por LG. La discusión está servida.
- c) Biometría Seguridad, integración y experiencia de cliente: son la base de nuevos servicios de reconocimiento facial o dactilar que buscan proteger al tiempo que potenciar la comodidad del huésped.
- d) Realidad aumentada, realidad virtual y hologramas.: en un mundo globalizado en el que la tendencia bleisure (business + pleasure) impacta el sector.
- e) Human Touch: en un momento en el que la inteligencia artificial y el big data se postulan como herramientas clave para el manejo de información, nuestro rethink turismo busca también reivindicar el valor de ese human touch, ese toque personal que sólo las personas pueden aportar también en turismo.

5.1.5. La importancia de la imagen en el destino turístico

En el destino turístico existen dos factores que el cliente toma en cuenta para su elección, la imagen que el turista tiene acerca de los lugares considerados y de sus propios hábitos de consumo turístico.

La imagen es un factor importante para el turista pues en ella evaluará todas las alternativas de imagen de destino, y la que se encuentre más cerca de satisfacer sus necesidades determinará finalmente el destino a elegir. Esto debido a que la única manera

de comercializar el destino turístico evaluando sus características de la forma más directa posible, será a través de su imagen.

La percepción del turista con el lugar de destino es la imagen de este, incluso más que los atributos reales del destino; de esta manera la imagen de un destino se construye sobre la base de las percepciones positivas y negativas del destino turístico, solo cuando la valoración positiva supere a la negativa, el turista llevara a cabo su elección sobre ese destino en concreto sobre un conjunto de destinos; las percepciones positivas o negativas sean reales o no, representaran el momento de la verdad para el turista cuando procede a elegir el destino.

Las definiciones de imagen de destino se desarrollan sobre dos pilares fundamentales: las características objetivas de la oferta del destino y la percepción y actitud del cliente hacia las mismas. Las tendencias de marketing turístico están dando importancia a los sentimientos que despierta en el turista más que los propios atributos del destino. (Ballina, 2017 p. 124).



Figura 2: Lanzamiento de Marca destino “El Salvador”

Fuente: lanzamiento de marca El Salvador, Secretaria de Prensa de la Presidencia, recuperada de: <https://twitter.com/SecPrensaSV>

En octubre del 2020 El Ministerio de Turismo lanzó una nueva estrategia de promoción a través de la marca destino El Salvador, campaña iniciada en enero 2020 inspirada en la

obra y arte del maestro Fernando Llorc, quien expuso la riqueza cultural del país a nivel nacional e internacional.

Cada una de las letras que conforman la marca El Salvador están grabadas con las icónicas escenas cotidianas que a los ojos de Llorc mostraban el valor inmenso de su gente y enaltecían la naturaleza, la comunidad, y todos los encantos que se encuentran cuando las personas se detienen a contemplar aquello que aman: El Salvador. (Ministerio de Turismo, 8 de octubre 2020)

5.1.6. Análisis Teórico

El turismo es un fenómeno social, económico y cultural relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de donde residen, ya sea por motivos personales, de negocios, entretenimiento entre otras. Esta actividad es esencial en el desarrollo de los países debido a que trae consecuencias directas no solo en el sector económico sino también en todos los sectores de desarrollo del país, fortaleciendo su imagen y generando mejores relaciones tanto nacional como internacionalmente.

En El Salvador la actividad turística está fuertemente entrelazada con el concepto de desarrollo sectorial, el esfuerzo de las comunidades que enfrenta los desafíos de la modernización de su economía; el turismo y desarrollo local del país se enmarca en la Política Nacional de Turismo (PNT), esta contiene lineamientos que contribuyan a la superación de retos del país, los cuales se engloban en los problemas sociales, económicos, políticos y ambientales con los que se vive día a día

El objetivo principal del turismo consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana, teniendo fines claves entre ellos cuales se encuentra: la igualdad de los pueblos y mantener la originalidad y la cultura de cada uno, respetando su identidad integrándose a un entorno digno y fortaleciendo el origen de cada país. La actividad turística es clasificada de acuerdo a un componente ya sea espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje.

El turismo rural ha sido uno de los tipos de turismos con el cual El Salvador explota de mayor manera debido a que se realiza en zonas no urbanas, realzando valores, culturas e identidad por medio de la activa participación en la prestación de servicios turísticos, sin embargo, también existen tipos de turismo que nunca han sido desarrollados en el país como lo es el turismo cibernético, esto debido a que el país no cuenta con tecnología avanzada ni a la vanguardia para este tipo de actividad. La gran riqueza de espacios, aumentos de sitios de aventura, cercanía entre localidades y destinos, y riqueza de espacio geográfico costero son algunos de los recursos que el país posee para la explotación de áreas turísticas.

El mercado turístico cuenta con diferentes características entre las cuales se destacan: un carácter mixto del producto ofrecido, el cual determina que el turismo no es algo que se consume de una sola vez, en el caso de El Salvador existen tres temporadas de vacaciones consideradas de alta demanda turística en los meses de marzo-abril, agosto y diciembre; otra de las características que sin duda alguna ha tomado auge en los últimos años es la segmentación psicográfica ayudando a las entidades a comprender mejor las necesidades del turista tomando en cuenta sus valores y actitudes.

La incertidumbre del cliente al adquirir este tipo de servicios, es una de las características a las que se enfrenta el mercado turístico, especialmente porque en la actualidad existe un bombardeo de información, redes sociales, sitios web, personas que han visitado el destino con anterioridad entre otras, son herramientas que utiliza el usuario y si a esto se le añade la alta emotividad que presenta al momento de viajar, se convierte en un cliente más exigente y determinado a sus necesidades.

El sector ha demostrado a lo largo del tiempo sensibilidad frente a crisis del macro entorno los cuales son incontrolables, pero también se ha demostrado que el sector tiene una capacidad de recuperación bastante favorable, cuando se toman en cuenta estrategias eficientes para su desarrollo, entre estas se considera la favorable aceptación de nuevos productos turísticos los cuales están ganando cuotas a costa de los más tradicionales,

forzando a las empresas a buscar alternativas más actualizadas para la prestación de servicio, esto porque destinos pioneros del mercado ya se encuentran en la etapa de madurez en su ciclo de vida.

Otra de las tendencias más importantes en la actualidad es la búsqueda de alianzas estratégicas para ofrecer al turista mejor experiencia en sus viajes, esta tendencia afecta directamente a los tours, operadores, compañías aéreas, hoteles entre otros. Debido a que por medio de las alianzas las empresas ofrecen servicios a un bajo costo. También en este fenómeno se contempla el catering, selección de aeropuertos, servicios completos desde vuelos, hospedajes, alimentación, entretenimiento entre otros, afectando directamente a las empresas no integradas a dichas alianzas.

5.1.7. Contextualización a la realidad Investigada.

A nivel regional se conoce que uno de los países con mayor avance estratégico y tecnológico como destino turístico, apostando a este sector como uno de los sectores más importantes para el desarrollo económico de la nación caribeña, el caso se presenta con el fin de comparar cómo se comporta el mercado regional a comparación del nacional, teniendo en cuenta diferentes objetivos, estrategias entre otros a pesar de pertenecer a la misma región Centroamericana.

- Caso Costa Rica

La estructura turística en Costa Rica inicia con un diagnóstico que permite evaluar la situación actual o los recursos con los que se cuenta, al concluir el diagnóstico general son seis actividades a ejecutar: políticas, visión, objetivos, metas, estrategias y acciones, finalizando con el seguimiento, este punto permite conocer la evolución del proyecto. La estructura se ve inmersa en un modelo de tres fases que le ha brindado el crecimiento turístico desde aproximadamente 30 años.

El sistema turístico costarricense es de tipo adaptativo (cambios en la ejecución para llegar a la meta, los objetivos se vuelven fluctuantes) donde actores como turistas, origen, destino, tránsito e industria han creado vínculos estrechos que ha fortalecido el modelo que tiene como característica la combinación de tres tipos de capital (financiero, social y ambiental) que permiten un mejoramiento en la ejecución de actividades que impulsan el desarrollo.

Se cuenta con tres principios fundamentales que definen la esencia del modelo y aseguran su continuidad y existencia a futuro: sostenibilidad, innovación e inclusión. Dando paso a la aplicación de cuatro políticas:

Mejores precios, el país no busca adecuar sus destinos a la demanda si no que la demanda se adecue al destino y esta estrategia ha tenido éxito, algunos perfiles son los interesados en la naturaleza, la biodiversidad, en viajes educativos orientados a experimentar diferentes culturas, al descanso y bienestar, confort, al sol y playa, a la realización de actividades al aire libre y viajes de ecoturismo y actividades de aventura, deportes en ambientes naturales.

Destino, el potencial que se tiene permite hacer una mezcla de producto como crear nuevos, esto se logra por el amplio territorio con diversidad de flora y fauna apoyada con el mantenimiento, el mayor alcance de la planta hotelera en las diferentes provincias.

Diferenciación, la conservación y buen uso de los atractivos y el ambiente; crecimiento en la oferta de servicios turísticos e infraestructura que apoyan la imagen y la marca del país, impulsando las campañas internacionales de publicidad; y la participación de los lugareños para la buena aplicación y desarrollo de las actividades. estos elementos son los principales diferenciadores.

Posicionamiento, para lograrlo en la década de los 80 se querían destacar por ser un destino caribeño el concepto fue modificado en años posterior por el concepto soft nature.

Hasta el año de 2014 se lanza la marca país "Esencial Costa Rica" el objetivo es alcanzar reconocimiento más allá de sus atractivos naturales, es el comenzar a impulsar la industria de tecnología e innovación, con la capacidad de exportar productos de alta calidad.

Por la información obtenida del instituto costarricense de turismo para el año 2019 ingresaron \$3,139,008 un aumento respecto al año 2017 donde ingresaron \$2,959,869 dando un crecimiento de 6.05% en tres años, en El Salvador la ministra de turismo Morena Valdez mencionó que para el año 2019 ingresaron 2,700,000 (\$1,777,000) en el 2017 ingresaron 2,246,618 (\$1,265.09) dando un crecimiento de 20.18% esta afluencia de personas del exterior permiten el dinamismo en el comercio. Los datos estadísticos se toman en cuenta para ver y diagnosticar si la implementación de las estrategias y políticas están influyendo de forma efectiva en el crecimiento turístico de cada país; Se utilizó el KPI (Key Performance Indicator) de tasa de crecimiento

5.2. Capítulo 2: Análisis situacional del turismo salvadoreño

Analizar la situación de los últimos años del sector turístico salvadoreño es de suma importancia, es ello que en este capítulo se da conocer el comportamiento turístico, cómo se desarrolla, cuál es la posición que este sector tiene en la economía salvadoreña.

5.2.1 Definiciones.

Turismo en El Salvador: el turismo se considera hoy una de las actividades más dinámicas e influyentes a nivel mundial por los impactos que genera en 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 de los países ante el mundo. Impulsar proyectos y programas vinculados al turismo para las instituciones de gobierno, las organizaciones civiles y los actores locales se vincula con su capacidad para impulsar el desarrollo sostenible del país. Ministerio de Turismo (2017) Turismo y desarrollo local, política nacional de turismo.

- Datos relevantes
- a) El Salvador se encuentra estratégicamente ubicado en el centro de la región, entre Honduras, Guatemala y el Océano Pacífico; su aeropuerto es de los más modernos y seguros de América Latina.
 - b) Presta servicios a más de 11 aerolíneas internacionales, posibilitando a los turistas desplazarse fácilmente.
 - c) Su tamaño y excelentes carreteras permite recorrer el país entero en aproximadamente 4 horas.
 - d) Su clima siempre cálido y con pocas lluvias, permiten al turista disfrutar al aire libre, especialmente en el verano, de noviembre a abril.
 - e) El país tiene más de 300 kilómetros de playa con excelente acceso, las cuales se extienden a lo largo del Océano Pacífico
 - f) Los amantes de la arqueología encontrarán en Joya de Cerén el único sitio de la región maya donde se ha preservado intacta toda una comunidad y se ha podido estudiar toda su vida cotidiana. Reconocida como la "Pompeya Maya" este sitio fue considerado patrimonio de la humanidad por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).
 - g) La economía del país clasifica entre las más estables de Latinoamérica.
 - h) Al rededor del país se puede disfrutar de excelentes platos típicos, la pupusa es la más famosa y es preparada de diferentes maneras en cada región.
 - i) San Salvador, la capital, es la ciudad más poblada del país y la segunda ciudad más grande de Centro América. (Guía Turística Salvadoreña, 2013).

5.2.2. Clasificación del turismo.

En El Salvador una de las estrategias implementadas por el Ministerio de Turismo es la división de destinos por rutas, estas se basan en la clasificación de lugares con características similares ya sean climatológicas, culturales, o según lo que cada turista busca, es importante conocer en qué consisten cada una de estas rutas y así el viajero tenga más claro cuál es la que más satisface sus necesidades. (Ministerio de Turismo. Sv, 2020).

- Ruta arqueológica

La ruta arqueológica se trata de una de las atracciones turísticas que ofrece El Salvador sobre sus orígenes y antepasados, en esta ruta se puede aprender sobre la vida y costumbres de la cultura Maya, Lenca y Pipil. Dentro ella se presenta pirámides, templos ceremoniales, patios de juegos, construcciones y mucho más. Asimismo, se tiene acceso a un recorrido en el cual se puede observar detalles de la vida de esta cultura a través del pasado. Algunos de los espacios que componen esta ruta han sido reconocidos internacionalmente por la UNESCO en 1993.



Figura 3: Ruta arqueológica

Fuente: Turismo SV.

- Ruta Sol y Playa

Debido a la gran extensión de la costa salvadoreña contando con más de 45 playas, cada una con características únicas y en las cuales el clima, la gastronomía, el

entretenimiento entre otros, son motivos para que este tipo de turismo sea el más desarrollado y explotado del país, en el viaje también se observan distintos destinos tales como hoteles y restaurantes que muestran una experiencia única. En los bosques salados y manglares es posible practicar el sky acuático, así como la navegación y la pesca igualmente, la diversidad natural de especies voladoras lo hace un excelente punto de observación de aves. Es por eso que este es un sitio Ramsar que ha adquirido una gran importancia.

- Ruta Monseñor Romero

Es una ruta especialmente creada para aquellos turistas con intereses religiosos y culturales, después de su canonización como santo, Óscar Arnulfo Romero comenzó a ser reconocido como Monseñor Romero un sacerdote conocido en el país por su trabajo por las personas pobres. Es de allí de donde ha salido el título de esta ruta urbana, generalmente esta tiene una duración de seis horas y se encarga de dar un recorrido por toda la capital de país. Durante dicho paseo, los turistas podrán conocer sitios de interés y que marcaron la vida de este sacerdote como el centro Monseñor Romero, museo de Mártires, UCA (Universidad Centroamericana José Simeón Cañas), catedral de San Salvador, entre otros.

- Ruta Paraíso Artesanal

Esta ruta es una muestra donde las personas podrán ver todo un paisaje artesanal. Pueblos desde Cihuatán, Colima, La Palma, San Ignacio, Miramundo, Citalá hasta la iglesia del Pilar este recorrido es muy espectacular porque además de viajar y disfrutar los turistas aprenderán y conocerán sobre la gran riqueza artesanal así como una enorme variedad de artesanías y bellos ambientes para practicar eco y agroturismo

En la ruta se conoce sobre la historia, cultura, datos importantes de cada lugar que se puede explorar. Igualmente puede disfrutar de la naturaleza, caminatas guiadas, así como una gastronomía increíble.

- Ruta Fresca

La Palma, San Ignacio y Citalá, son los tres maravillosos lugares con un clima inigualable en las tierras salvadoreñas, La ruta ofrece actividades para divertirse al aire libre con familia y amigos. Además de sitios donde hospedarse en hoteles y hostales, o al aire libre en espacios rodeados de pinos así como en el municipio de La Palma observar la riqueza de murales y artesanías con imágenes de Fernando LLord. Alemán, M. Ruta Fresca (La Palma, San Ignacio, Citalá). Noviembre 2013.

Una de las características que distinguen a estas tres localidades es su independencia del clima del resto del país esta se mantiene entre los 1 y los 18C°.



Figura 4: Ruta fresca- San Ignacio

Fuente: Turismo SV, rutas turísticas, recuperado de de: <https://turismo.sv/rutas-turisticas/fresca>

- Ruta de las Mil Cumbres

Debido a la gran diversidad demográfica que presenta El Salvador en él es posible disfrutar tanto de los paisajes boscosos como costeros. Gracias a la ruta de las mil cumbres es posible conocer un poco de todo lo ofrecido esta localidad, básicamente, la ruta de las

mil cumbres se trata de un recorrido que se da en El Salvador Este tiene como inicio las costas de este país para terminar en las alturas del departamento de Usulután.

Dentro de la oferta de este paseo, será posible ubicar tanto hermosas playas como impresionantes reservas naturales. En este espacioso territorio podrás encontrar una gran variedad de actividades para realizar, en ella, es posible visitar Sitio Ramsar, una Reserva de la biósfera con el bosque de manglares más extenso de El Salvador. Además, se realizan distintos deportes acuáticos y la observación de aves.

- Ruta de las flores

La ruta de las flores se trata del recorrido turístico que se puede hacer por las formaciones montañosas de El Salvador. Estas pasan en este orden directamente por estos seis municipios: Ahuachapán, Concepción de Ataco, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco. Para poder realizar el viaje, es necesario moverse por una carretera que conecta todas las localidades. El nombre que ha recibido esta vía se trata del icónico nombre por el que se conoce el recorrido “ruta de las flores”.

5.2.3. Tipos de turismo en El Salvador.

El turismo en El Salvador es una de las áreas que ha experimentado un crecimiento 2.5 millones de personas entre enero y diciembre del 2018, según datos compartidos por el Ministerio de Turismo (MITUR). Superando el ingreso en relación al año 2017 que fue del 2.2 millones. Se han presentado diversos proyectos de mejora a la oferta turística del país. Con planes de desarrollo de destinos rurales, promoción internacional y de destinos locales, Ministerio de Turismo como la empresa turística privada y el exitoso proyecto. Según Barraza Ibarra en su libro perspectivas y tendencias en el turismo en El Salvador entre los principales tipos de turismo que se desarrollan en el país son los que se describen a continuación:



Figura 5: Tipos de turismo en El Salvador.

Fuente: Revista vacacional- Diario El Mundo.

- Turismo de sol y playa

Turismo de sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos, Surf City es la estrategia implementada en la actualidad, donde este tipo de turismo es explotado en dicha estrategia, resaltando las características únicas que tienen las olas de las playas salvadoreñas y la riqueza de las bellas costas.

- Turismo rural

Consiste en la oferta de actividades y destinos propios de las zonas rurales, en este tipo de turismo se hace posible pernoctar en casas o estancias rurales, realizar actividades al aire libre, propias de la industria agropecuaria. El turismo rural se desarrolla en pequeñas localidades o pueblos y sus actividades contribuyen al desarrollo económico de la región, siendo repartidas las ganancias de forma más equitativa entre los diferentes sectores sociales, tratando de resaltar los puntos o características que más destaca cada región , un

ejemplo claro es el Festival del jocote de corona en el departamento de Ahuachapán, municipio de San Lorenzo donde se lleva a cabo dicha actividad y su población no supera los 2000 habitantes.

- Ecoturismo

En este tipo de turismo de disfruta del medio natural y de la cultura de los habitantes de tal medio, para promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales, sin duda alguna ser un país con 170 volcanes y maravillas de zonas naturales hace que cuente con los recursos y bellezas naturales para el desarrollo de este tipo de turismo, atrayendo a un turista aventurero, amante de la naturaleza y que disfrute de las maravillas de la naturaleza.

- Turismo Itinerante.

Como pudimos apreciarlo en el capítulo 1 este tipo de turismo hace referencia a la visita de varios lugares o destino, sin duda alguna la clasificación usada en El Salvador por la implementación de rutas hace referencia a este tipo de turismo, aprovechando el recurso de distancia entre un destino y otro, siendo una propuesta muy atractiva para el turista.

- Turismo de Salud.

Uno de los motivos mayores de visitas de extranjeros o salvadoreños residentes en otros países es sin duda alguna la visita a chequeos médicos, tratamientos, o diferentes intervenciones, esto debido a la diversidad de especialistas, adaptación de precios a los diferentes poderes adquisitivos o la calidad en los especialistas con los que cuenta el país, otra forma de desarrollo de este tipo de turismo es la visita de médicos con motivos profesionales a nuestro país, así como campañas medicas entre otros.

5.2.4. Estructura del turismo nacional.

El turismo es un sector con muchas variaciones constantes, en el mundo y especialmente en El Salvador, un país subdesarrollado el cual depende de la situación mundial, es por eso que según el Ministerio de Turismo en su documento de rectoría e instituciones gubernamentales del ramo, en el país ha sido necesario adoptar nuevas formas de gobernanzas basadas en transparencia, rendición de cuentas, y participación ciudadana. Los principales elementos de la estructura comprenden los principales roles, enfoques de gobernanza y las consideraciones institucionales

- Principales roles.

Entre los principales roles que comprenden el turismo está el del estado y el compromiso compartido, teniendo en cuenta que para el desarrollo del turismo es necesario una participación en conjunto que represente el esfuerzo tanto por cada lugar en el que se encuentren las atracciones turísticas, playas, municipios, pueblos, sitios arqueológicos, entre otros.

Así también la participación del estado, trabajando de la mano en busca de diferentes soluciones ante posibles obstáculos de desarrollo o implementación de estrategias que ayuden al turismo a seguir siendo un sector dinámico y con crecimiento en la economía salvadoreña

- a) El rol del estado: de un lado define el rol orientador, coordinador e impulsor del Ministerio de Turismo como responsable de la rectoría de la actividad turística en el país, a quién le corresponde definir la Política Nacional de Turismo y el Plan Nacional de Turismo, generar información estratégica, establecer mecanismos de interlocución e interrelación y coordinar los esfuerzos de los diversos actores y sectores que participan en el desarrollo de la actividad en el país.

b) **Compromiso Compartido:** el desarrollo turístico no puede ser compromiso de un solo autor, es por eso que para lograrlo se necesita la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y las municipalidades; las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas; las agencias de integración y cooperación internacional; la sociedad civil organizada y la ciudadanía en general.

- Enfoque de gobernanza transversal

Para los procesos de gobernanza turística se toman en cuenta decisiones del sector público y privado es por eso que el enfoque de gobernanza transversal según el Ministerio de Turismo es una apuesta para el adecuado desarrollo del sector turismo.

a) Fortalecer la capacidad de gestión y el estatus político del Ministerio de Turismo; así como promover las coincidencias programáticas y la homologación del marco normativo de las instituciones gubernamentales que participan en el desarrollo de los diversos componentes que inciden en el desarrollo y consolidación de la operación competitiva y sostenible de la actividad.

b) **Participación ciudadana:** la participación de los ciudadanos en asuntos públicos es generando más inclusión y participación en los procesos, la articulación del sector junto a la inversión de recursos y esfuerzos para el desarrollo del turismo especialmente el posicionamiento de destinos turísticos, la participación de la sociedad civil de forma responsable y activa es un factor clave para poder lograrlo y el protagonismo del sector empresarial en el ámbito comercial.

- Consideraciones Institucionales.

Cada una de las instituciones involucrados en el turismo deben ser tomadas en cuenta, este sector específicamente cuenta con una participación de sectores nacionales, municipales, públicos, privados entre los cuales deben buscar estrategias que ayuden a que este sector siga operando de manera que se identifique como uno de los principales para la economía y desarrollo salvadoreño.

- a) Cooperación institucional: es necesario que las instituciones involucradas con el desarrollo del turismo trabajen de la mano y así lograr que el turismo sea una actividad competitiva y sostenible, que coadyuve a resolver los grandes retos del país.
- b) Descentralización: los municipios estarán obligados a colaborar con otras instituciones públicas en los planes de desarrollo nacional o regional. Y que las decisiones que se toman en el ámbito municipal sean determinantes para el desarrollo armónico del turismo.
- c) Sociedad civil: en el país operan asociaciones y fundaciones, cuyo esfuerzo y trabajo ha brindado resultados positivos en el mejoramiento de las condiciones de vida de muchas familias salvadoreñas al realizar acciones tendientes al desarrollo económico, social y ambiental del país, incidiendo en diversas cuestiones relativas al desarrollo armónico del turismo.
- d) Integración regional: el estado salvadoreño es miembro activo del Sistema de Integración Turística Centroamericana y la Organización Mundo Maya, presentando una oportunidad para generar proyectos de desarrollo regional, intercambiar experiencias en materia de nuevas modalidades de turismo y crear circuitos regionales que fortalezcan su posicionamiento en los mercados de larga distancia y actividades turísticas transfronterizas que extiendan los beneficios del turismo entre las regiones vecinas. (MITUR, 2019).

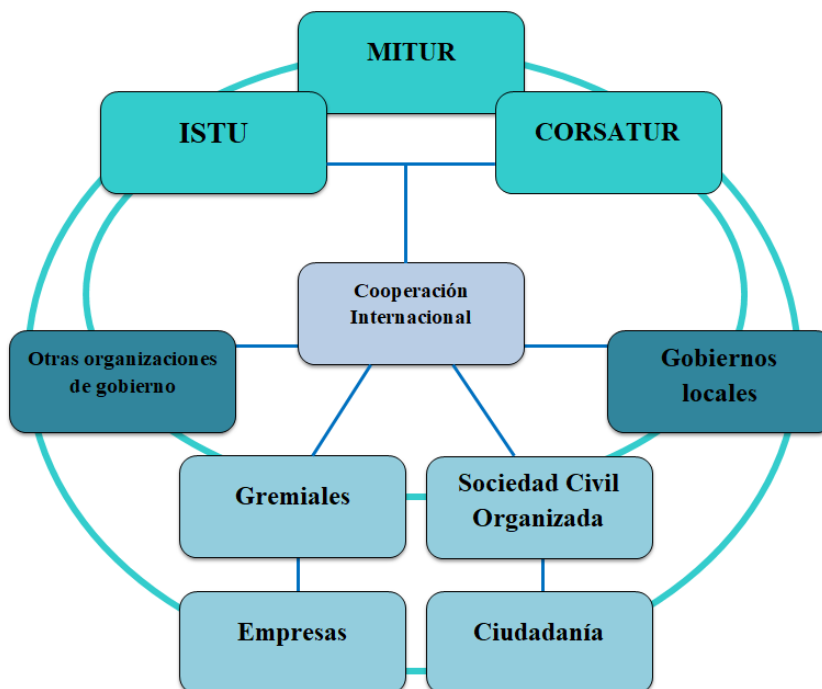


Figura 6: Instituciones que estructuran el turismo

Fuente: Elaboración propia con información tomada del Ministerio de Turismo de El Salvador, rectoría e instituciones gubernamentales del ramo, 2019.

5.2.5. Características del turismo.

Por la ubicación geográfica y las condiciones ambientales y territoriales de El Salvador éste es rico en zonas ambientales como cerros, volcanes, bosques entre otros. Aparte cuenta con una zona costera al lado del océano pacifico, causando más grado de satisfacción y diversidad para los turistas nacionales y extranjeros, entre los cuales existen características diversas para cada uno de ellos.

El turismo salvadoreño engloba cinco actividades: alojamiento, transporte, recreación, información y gastronomía. Esto incluye compras, visitas a museos y parques acuáticos.

Según el Ministerio de Medio Ambiente en la sección observatorio de amenazas, El Salvador cuenta con 21,000 km² de extensión territorial de los cuales la tercera parte conforma la zona costera y dos terceras partes a la franja marina y está comprendida dentro del área que establece la constitución de la república.

El turismo salvadoreño como miembro activo de la OMT, recibe el respaldo de la organización rectora del turismo a nivel mundial y las directrices para que por medio del turismo, se contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental.

La OMT ofrece liderazgo y apoyo al sector turístico del país para que El Salvador junto a otros países del mundo, se integren en los temas de la agenda global, la mejora de la competitividad turística, mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el impulso del recurso humano y la promoción de la excelencia en ámbitos tales como la planificación turística, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo sostenible, el marketing, la promoción, el desarrollo de productos y la gestión de riesgos y de crisis.

Surf City es el nombre que ha dado el nuevo gobierno y especialmente el presidente Nayib Bukele a su estrategia para atraer turismo al litoral salvadoreño, el cual ya es conocido como uno de los mejores lugares para surfear en el mundo debido a las características de sus olas.

- Características oceanográficas de El Salvador.
 - a) Termoclina bien definida y poco profunda (entre 40 y 60 m);
 - b) Zona de Convergencia Intertropical (ZCI) de los vientos alisios desplazándose hasta los 10° N entre julio y septiembre (estación lluviosa);
 - c) Chorros de vientos costeros al Noroeste en el Sur de México y al Sub este en el sur de Nicaragua, que generan remolinos ciclónicos y anticiclónicos que transportan propiedades de las aguas poco profundas bien mezcladas, a aguas profundas bien estratificadas;

- d) La variabilidad temporal de las condiciones oceanográficas de El Salvador está controlada por las fases del fenómeno de El Niño /oscilación del sur. Cuando la anomalía de la temperatura superficial del mar es positiva y la profundidad de la termoclina se incrementa, afecta de forma negativa la productividad primaria. (MITUR, 2016).

5.2.6. Procesos turísticos.

Para el funcionamiento de una empresa turística en El Salvador esta debe ser registrada y posteriormente certificada con un reconocimiento de calidad turística, el Ministerio de Turismo en su página oficial describe a los propietarios de los establecimientos los pasos a seguir para estos procesos.

- Registro de empresas

El Registro Nacional de Turismo, es un registro público administrado por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) donde se inscriben empresas turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares, ya sean personas naturales o jurídicas que exploten actividades turísticas. Se consideran empresas turísticas las que ofrecen y prestan servicios a turistas en los rubros de: alojamiento, alimentación, recreación, información y transporte.

Los requisitos generales para el registro de las empresas turísticas son:

- 1) Solicitud (formato lo proporciona el Registro Nacional de Turismo).
- 2) Matrícula de empresa y establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con el servicio turístico que desea inscribir.
- 3) DUI y NIT del representante legal o propietario.
- 4) Escritura pública de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio (si es persona jurídica).
- 5) Credencial del representante legal (en caso de ser persona jurídica).

- 6) Tarjeta de IVA y NIT de la empresa.
- 7) Activo conforme a declaración jurada por notario. (formato lo proporciona el RNT)
- 8) Pago por derecho de inscripción.

- Especificaciones para el desempeño de empresas turísticas

La certificación de calidad turística es un reconocimiento que permite a los establecimientos turísticos demostrar su compromiso con los clientes, debido a que este asegura el cumplimiento de los requisitos de calidad, según CORSATUR en su manual de especificaciones de desempeño esta certificación promueve la mejora continua de la gestión de los prestadores de servicios turísticos mediante la aplicación de buenas prácticas.

Para tramitar esta certificación los pasos son los siguientes:

- 1) Atención al cliente y recepción de solicitudes: presentación de solicitud, recepción y revisión de documentación y pago de servicios.
- 2) Evaluación documental y en instalaciones del prestador de servicios: la selección y notificación del equipo a evaluar, programación de la evaluación, auditoría documental del cliente y entrega de informe de auditoría.
- 3) Etapa de decisión y de certificación: análisis de resultado de la auditoría y emisión de dictamen de otorgamiento o diferencias encontradas en auditoría.
- 4) Otorgamiento de certificación: notificación al público en general sobre el otorgamiento y auditoría de seguimiento.

Este otorgamiento tiene una vigencia de dos años, pasado el tiempo se reinicia el procedimiento para la nueva certificación.

5.2.7. Áreas del turismo con mayor afectación.

Sin duda alguna el sector turismo es uno de los más vulnerables ante situaciones como desastres naturales, enfermedades mundiales, o problemas macroeconómicos que puedan

afectar a un país. El Salvador no es la excepción y sin duda alguna los últimos años ha golpeado en diferentes formas.

Desde octubre del 2019 El Salvador enfrenta una vez más una serie de problemas relacionados a la ausencia de gestión ambiental y a conflictos sociales vinculadas a la presión sobre la tierra y el déficit habitacional. Lluvias torrenciales, inundaciones y otros fenómenos climáticos ponen de manifiesto no solo dicha ausencia, sino la vulnerabilidad ante estos sucesos, característica muy marcada del pequeño país, entre las zonas más afectadas se encuentran:

- La cuenca del río Lempa: los desechos no tratados de las ciudades principales, contaminan el principal cuerpo de agua dulce del país. Éste posteriormente lleva a la costa salvadoreña, todo esto se ha vertido previamente en él. El río Lempa y toda su cuenca que abarca dos terceras partes del territorio nacional, desemboca en el océano Pacífico, justo en la mitad del litoral salvadoreño. Debido a que se carece de una gestión ambientalmente sostenible de la cuenca, los estragos son una verdadera tragedia nacional.
- Parque acuático Los Chorros: en mayo de este año las piscinas de este parque acuático quedan soterradas totalmente debido a las intensas lluvias que generaron derrumbes en la zona, afectando no solo el parque sino también la carretera que transita por este, según Eny Aguiñada, presidenta del ISTU, aseguró que la reconstrucción del parque Los Chorros requerirá una inversión de \$2 millones.

A esto se le suma una pandemia mundial que llega al país en el mes de marzo, cerrando totalmente empresas, instituciones y por supuesto el sector turismo fue el primero en cerrar instalaciones, cancelando así también vuelos internacionales y no se permitía el por parte de extranjeros.

Según Aguiñada, la pandemia del COVID afectó cerca de \$400 millones de dólares, los cuales no ingresaron a la economía salvadoreña. Así como la suspensión de grandes

proyectos turísticos que tenían una visión muy clara respecto al éxito de asistencia extranjera; como lo es el mundial de surf el cual el país sería sede, a celebrarse en el mes de mayo en la playa El Sunzal. García (16 de octubre del 2019) Turismo en El Salvador: entre tropiezos, crisis ambiental y conflictos sociales. Recuperado de <http://www.albasud.org/>

5.2.8. Análisis teórico sobre situación del turismo.

Por la información obtenida de la Organización Mundial del Turismo con fecha 15 de septiembre de 2020, el registro sobre entrada de turistas extranjeros hasta la mitad del año ha caído un 65% según el barómetro, provocado por el cierre fronterizo total de muchos países suscitada por la pandemia, pero para septiembre el 53% de aeropuertos donde ingresan turistas inician operaciones y agilizando las medidas sanitarias.

Las economías están iniciando de forma gradual, es por eso que la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA) reapertura el aeropuerto internacional San Arnulfo Romero y Galdámez el 4 de septiembre para personas en tránsito y el 19 del mismo mes para vuelos comerciales.

A nivel macro estas cuantías significa el desplome de la económica, de muchas ciudades donde sus mayores ingresos eran obtenidos por el comercio desarrollado a través del turismo, pero los resultados de salud de cada país están influyendo en las decisiones de viaje, ya que para estos lugares donde se presentó o presenta una alta tasa de contagio, se descarta como destino buscando otras opciones, El Salvador aplica medidas de bioseguridad desde el ingreso del turista hasta la partida.

Un punto a resaltar es que de alcanzar el desarrollo turístico que se tenía en 2019 tomaría de dos a cuatro años, esto muestra que los hechos de 6 meses, afectan en un largo plazo.

Además de la pandemia que provocó el cierre total de cada país, los daños ambientales o estructurales por desastres naturales, implica una inversión, que en la actualidad es difícil conseguir, entonces se deja de percibir el ingreso de turistas, a ese centro o área afectada.

La Organización Mundial del Turismo, habla sobre sostenibilidad y apoyo a los grupos más vulnerables, para que en esta reactivación del turismo a nivel global sea efectiva, inclusiva y eficaz.

En El Salvador, a través de los fondos obtenidos para el desarrollo de la zona costera se ejecuta el programa de desarrollo de la franja marina que son la elaboración de diez proyectos en los departamentos de La Libertad y Usulután, de igual forma impulsan el surf city es por eso que el país sería sede del mundial de Surf 2020, la fecha ha sido cancelada por el Covid19.

Durante la temporada de lluvia el balneario “Los Chorros” fue soterrado por el desprendimiento de tierra y la humedad natural de la zona, uno de los catorce parques recreativos que administra ISTU; respecto al registro de turistas que entraron de enero a junio (1,105,667) son 1,285,936 personas menos respecto al mismo periodo del año anterior, esta información.

5.2.9. Contextualización del capítulo a la realidad investigada.

Se toma el país de El Salvador para conocer la situación actual del turismo y así contextualizar los temas expuestos en el capítulo dos.

- Mercado turístico salvadoreño

La oferta turística de El Salvador es amplia y variada, de los potenciales que tiene el territorio es las distancias entre cada atractivo, puede estar en el centro histórico y rápidamente trasladarse al puerto o al bosque El Imposible.

- Desarrollo del turismo interno

Se impulsa la campaña “aquí me quedo” que es una promoción turística para que los salvadoreños decidan hacer turismo en el país y no en el exterior esto se logra facilitando los pagos a los centros recreativos, se brinda los buses alegres durante el mes de agosto que

moviliza a los excursionistas a las diferentes rutas en este mismo mes se desarrolla el festival de bandas musicales ISTU para apoyo del talento nacional, y se impulsa las tradiciones de cada localidad entre ellas el festival del jocote, el de la calabiuza, las bolas de fuego etc.

- Movimiento de personas internas y externas, ingresos

La llegada de turistas internacionales aumento un 5.9% comparado al periodo anterior 2018, se ve influenciada por los trabajos publicitarios desarrollados. De acuerdo a informe 2020 del Ministerio de Turismo, los turistas proceden de cuatro regiones del mundo, siendo sus principales mercados emisores en orden de importancia: Centroamérica (55%), Norteamérica (39%), Europa (3%), Sudamérica (2%), y otros países del mundo (1%), año con año la cantidad de turistas va en aumento sin embargo el 2020 será la excepción por motivos de pandemia.

Tabla 2: Llegada de turistas internacionales 2018-2020

Regiones	Jun-dic 2018 ene-feb 2019	Jun-dic 2019 ene-feb 2020	% de crecimiento	de n	Participació n
Centroamérica	738,255	763,659	3.4%		55.2%
Norteamérica	489,310	533,085	8.9%		38.6%
Sudamérica	36,405	34,369	-5.6%		2.5%
Europa	30,076	18,147	26.8%		2.8%
Otros	13,445	13,261	-1.4%		1.0%
TOTAL	1307,492	1,382,522	5.7%		100.0%

Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Ministerio de Turismo (MITUR), informe de turismo, 2020.

La afluencia más alta se da en agosto, por la semana santa y en el mes de diciembre, por fiestas de fin de año. El turismo brinda ingresos de \$1, 761,000 de dólares, un 6.52% del PIB más alto que los \$1, 532,000 dólares que dejó el 2018 con una participación en el PIB de 5.87%, La oferta de hoteles para el 2018 fue de 578 establecimientos, para San Salvador que tiene 58.6% de ocupación actualmente aumento 0.3 puntos porcentuales.

Durante el periodo de 2019 los salvadoreños realizaron 10,700,000 viajes internos 8.2% más que el periodo anterior Parte de las estrategias es el desarrollo de turismo médico, de surf y la capacidad de albergar el turismo de crucero. En el 2020 se pronosticaba un aumento debido a la realización del mundial de surf en la playa el Sunzal en el periodo vacacional del mes de abril, presentando una oportunidad de ingreso al país favoreciendo la economía y dando a conocer El Salvador como un destino caracterizado por sus olas y hermosas playas, desarrollando así el turismo de playa que tanto disfrutaban los viajeros en el país.

5.3. Capítulo 3: propuesta para la reactivación del turismo en El Salvador

A finales del año 2019 aparece un nuevo virus, con origen en el país de China, en el mes de marzo del 2020 entra a El Salvador, un país sub desarrollado y con alta vulnerabilidad a estos acontecimientos, siendo el turismo uno de los más afectados y el primer sector económico en cerrar a raíz de esta pandemia.

5.3.1. Definición.

Sobre la base de que la crisis causada por el covid-19 supondrá, por sus características, un antes y un después para la industria turística, el presente capítulo aplica una mirada prospectiva al día después, es decir, al nuevo panorama que puede quedar dibujado una vez que la actividad del sector se reactive tras su obligada hibernación. Para ello, y partiendo de algunos datos preliminares de investigaciones de mercado que señalan posibles cambios, se esbozan algunos escenarios en función de tres variables clave: política gubernamental, comportamiento del turista y cultura organizacional (de las empresas).

El análisis de los mismos se complementa con una serie de consideraciones acerca de la gestión de crisis, incidiendo en la importancia de avanzar en su dimensión proactiva o anticipatoria, más aún cuando viene marcada, como en este caso, por su carácter inédito. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, (AECIT).

La situación de emergencia que se está viviendo debido al COVID-19 ha obligado a las empresas a cerrar sus puertas, excepto las de productos de primera necesidad, siendo unas más afectadas que otras por la situación y nadie dudará que uno de los sectores más perjudicados por esta situación es el sector turístico, las características de este sector lo hacen especialmente vulnerable a situación de emergencia sanitaria.

Un sector como éste, ofrece un servicio que no es de primera necesidad, sino uno de los que se adquieren cuando las necesidades básicas están cubiertas, es mucho más frágil en situaciones de crisis; la reducción de la renta de los clientes potenciales supone un decremento en la demanda de servicios turísticos. Y una situación de emergencia sanitaria que obliga al "encierro" de las personas en sus casas para evitar contagios, tanto empresas como trabajadores, de todos los sectores de actividad, se ven implicados.

Las empresas se ven obligadas, en muchos casos, a detener su actividad, y esto a su vez lleva consigo no sólo las pérdidas económicas e incluso la posibilidad de que muchas empresas no vuelvan a abrir sus puertas, sino al despido de los trabajadores, a pesar de las medidas adoptadas por el gobierno para tratar de paliar esta horrible situación, un sector de características como el turismo, se enfrenta no sólo a la pérdida de empresas, sino que aquellas que resistan tras la crisis verán reducida su demanda, entre otros factores la reducción de la renta de los ciudadanos y por consiguiente, a la reducción del gasto en actividades no primordiales.

Otros sectores probablemente serán capaces de recuperarse antes que el turístico, puesto que sus productos son de mayor necesidad contando con demandas ininterrumpidas en su producción. Por otra parte, la vuelta a la normalidad, dentro de la "escalada" que parece que va a seguir el gobierno para la reincorporación a la vida normal, se prevé que

tardará más en llegar al sector turístico. El turismo requiere de movimientos fuera de los lugares de residencia de los turistas, y, sobre todo, requiere de la confianza por parte del turista de que no va a haber ningún problema.

Pero no sólo depende de las medidas que se tomen en nuestro país, sino también de las medidas que tomen los países de origen de los turistas. Estas percepciones de duda dañan al sector turismo y el trabajo de brindar una visión, de cuál podría ser la situación del sector turístico tras la pandemia, teniendo en cuenta la falta de datos existentes pero que serían necesarios para poder llevar a cabo un análisis más exhaustivo. El turismo después de la pandemia Global Análisis, Perspectivas y Vías de Recuperación. (2020)

5.3.2. Antecedentes de turismo durante el periodo de pandemia.

Las autoridades de El Salvador han reconocido que la pandemia ha dado un retroceso de diez años en el turismo. Debido a esto muchos hoteles y restaurantes probablemente no lograran superar esta situación. El Ministerio de Turismo de El Salvador estima que, solo la paralización de esta actividad, generara una perdida en la industria de \$960 millones. Eso representa no solo la gran pérdida de ingresos sino también de empleos.

El turismo era una de las industrias más dinámicas de la economía salvadoreña y, al término de 2019, dejó ingresos por \$1,777 millones ante la llegada de 2.6 millones de turistas extranjeros. Sin duda tendrá una perdida, y demorará años en recuperarse mientras no esté controlada la pandemia a nivel mundial o cuente con una vacuna efectiva. Diario El Mundo, El enorme impacto de la Pandemia sobre la industria turística (21, agosto 2020).

Se estima que en el país 3,418 empresas turísticas, de las cuales el 55% son microempresas, 23% son pequeñas empresas, 12% medianas y 10% grandes. De acuerdo a un estudio realizado por CORSATUR durante el mes de marzo 2020, más del 80% de las empresas turísticas declararon que tendrían un impacto negativo en ingresos, empleo o liquidez como consecuencia de la pandemia COVID-19. Ministerio de Turismo El Salvador, Reinicio del Turismo. (2020).

Tabla 3: Estimaciones turísticas durante el período de pandemia

Pre COVID-19	COVID-19	Estimación 2020
Turismo Representa 5.9% del PIB	Acumulado enero-abril 2020. Caída respecto a 2019: 41.7% en llegadas 35.7% en gasto	Contratación del turismo entre 60% y 70%. 740 mil visitantes vs 2.6 millones en 2019 Disminución de 1.8 millones de visitantes.
1er trimestre 2020: 479,177 visitantes que generaron US\$381.5 millones	Acumulado enero-junio 2020. Caída respecto a 2019: 61% en llegadas (749,252 visitantes menos) 52.8% en gasto (US\$438.6 millones menos)	Ingresos: US\$574 millones vs US\$1,761 millones en 2019. Perdida estimada US\$1,187 millones.

Fuente: Elaboración propia con base de datos de MITUR y CORSATUR

Se calcula que el sector turismo en la pandemia ha perdido aproximadamente 44% de empleos, es decir un estimado de 132,000 empleos de una base de 300,000 empleos (directos e indirectos) que puede ser observado en la tabla posterior.

- Apoyo al Sector Turismo COVID-19

Durante la cuarentena se distribuyeron víveres en un esfuerzo por solventar los problemas financieros de algunas empresas; y excepción de pago de arrendarías durante la emergencia este periodo se impuso durante dos meses, y una vez se apertura la economía se suspenderían dicha ayuda.

Tabla 4: Cantidad de ayudas por sector

Alimentación:	Paquete de víveres: 141 empresas, 1,358 empleados beneficiados (incluyendo miembros de ARES y establecimientos independientes).
Alojamiento turístico:	Trabajo conjunto pandemia: centros de contención, paquetes de víveres: 98 empresas, 761 empleados beneficiados (incluyendo miembros de ASH, HOPES y hoteles independientes), aval para iniciativa privada: hoteles solidarios.
Recreación:	Parques temáticos y similares, paquete de víveres: 19 empresas, 875

Información:	beneficiarios (incluyendo parques ISTU, municipales privados). Agencias de viajes y operadores de turismo, paquetes de víveres: 30 empresas, 609 beneficiados (incluyendo miembros de AVA y ASOTUR, pendiente ASAPTOUR).
Información:	Guías turísticos: paquete de víveres: 144 beneficiados (incluyendo miembros de ASAGUITUR y GyT).
Transporte turístico:	Paquetes de víveres: 37 empresas, 293 beneficiarios.

Fuente: Ministerio de Turismo El Salvador, Reinicio del Turismo. (2020).

5.3.3. Tipos de turismo a desarrollar

En El Salvador existen ya varios tipos de turismo, unos desarrollados de mejor manera que otros, sin embargo el país debe buscar estar a la vanguardia y así ser un destino competitivo convirtiéndose así en una oportunidad mayor de atraer a los turistas, entre los tipos de turismo a desarrollar existen algunos que ya se están ejecutando pero es necesario que se enfoque de mayor manera y otros son completamente nuevos pero necesario que el país los lleve a cabo.

- Turismo de sol y playa

Sin duda alguna es el tipo de turismo más relevante en El Salvador, con mayor porcentaje de visitantes y mayores estrategias de desarrollo, así como la implementación de medidas de bioseguridad en los diferentes establecimientos que abarcan este sector.

Las playas salvadoreñas siempre serán uno de los mayores atractivos tanto para los visitantes extranjeros como los turistas nacionales, una de las ventajas de este turismo es la adquisición de paquetes completos teniendo así un mayor ingreso en las diferentes gremiales del sector.

- Turismo lesbiana, gay, bisexual, transgénero (LGBT)

Tipo que incluye personas bisexuales y transexuales; actualmente es un sector en constante crecimiento que aporta incluso más derrama económica que el turismo convencional, este busca todas las condiciones necesarias para tener tranquilidad, esto quiere decir destinos amigables, donde se respete la diversidad y seguridad para su integridad.



Figura 7: Turismo LGTB en América Latina

Fuente: Fotografía de Roberto Valadez, Ciudad de México 2019, Milenio 2020.

- Turismo de Naturaleza

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza, su flora, fauna y todos los elementos que la conforman, este tipo de turismo es principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural, en los últimos años estos movimientos pro

ambientales han cobrado un auge importante, siendo el cuidado por el medio ambiente un factor importante que los turistas buscan al momento de elegir una agencia de viajes, lugar de alojamiento o destino turístico.

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones: el ecoturismo, se desarrolla en áreas naturales y tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza; el turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y por último el turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

- Turismo de salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar; es un fenómeno que se lleva a cabo cuando el viajero busca tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud; algunas de las razones para este tipo de viajes son por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia.

- Turismo cultural

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico; este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, normalmente se realiza por personas con un nivel educativo más alto que el promedio, en este tipo de turismo es relevante la visita a pueblos, con gran historia cultural ya sea por personajes importantes, monumentos, artesanías entre otros, en El Salvador existe una estrategia transversal titulada Pueblos vivos percibiendo el turismo cultural en su máximo esplendor. (Ministerio de Turismo 2018).

5.3.4. Estructura, medidas y protocolo de reactivación del turismo nacional frente a la pandemia

Sin duda alguna en el último año el turismo nacional cambió rotundamente, el comportamiento de las empresas frente a sus clientes es de manera diferente, medidas que se tomaran en cuenta para la reactivación de este, tanto las decretadas por las instituciones correspondientes como las que cada empresa adopta adicionalmente.

El país ha sido afectado de gran manera, algunas zonas consideradas de alto riesgo son municipios con afluencia de turistas elevadas, perteneciendo a una zona color rojo en el semáforo del mapa de riesgo afectando así directamente al sector y multiplicando las medidas establecidas y necesarias.

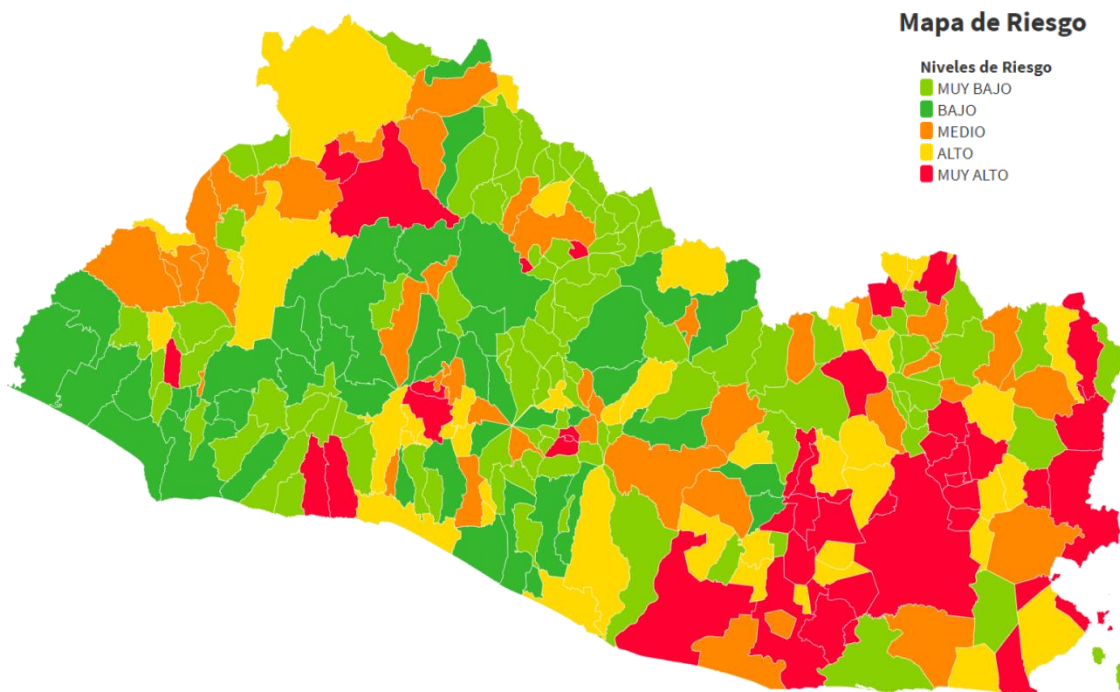


Figura 8: Mapa de riesgo de contagio Diciembre 2020.

Fuente: Gobierno de El Salvador, Situación Nacional 2020.

Según el MITUR en su ruta para la reapertura gradual y ordenada del turismo en El Salvador, este es uno de los sectores más afectados en la pandemia, empresas turísticas enfrentaron una nula actividad afectando mundialmente al rubro.

Para el Pre-COVID el turismo presentaba el 5.9% del PIB nacional para el primer trimestre del año 2020, 479,177 visitantes generaron \$381.5 millones teniendo una caída del 41.7% en llegadas y 35.7% en gastos solo en los meses de enero a abril, para el mes de junio estos números se volvieron más alarmantes con una caída acumulada de 749,252 visitantes menos representando un 61%, y \$438.6 millones menos representando un 52.8% en gastos. .

La fase uno se activó hasta el 23 de agosto, entre los cuales se encuentran los aeropuertos, restaurantes con servicio domicilio y para llevar, por ultimo las empresas que prestan servicio de alojamiento, en la segunda fase se consideran los restaurantes y cafetines y el Instituto Nacional de los Deportes para actividades ya sea de forma individual o con grupo de confianza. El tres de septiembre es activa la tercera fase iniciando operaciones el tránsito de pasajeros en la industria aeronáutica y por último el 19 de septiembre se reactiva el turismo interno e internacional en todas sus áreas excepto los parques naturales y arqueológicos los cuales iniciaron sus actividades hasta el mes de octubre, cada una de estas fases y establecimientos cuenta con las diferentes medidas de bioseguridad, dependiendo del rubro o tipo de servicio que presta.

El Ministerio de Turismo ha establecido ocho documentos de especificación disponibles para el público, en los cuales se establecen los requisitos de biodiversidad para la prestación de servicios de: restaurantes y establecimientos gastronómicos, transporte, guías turísticos, agencia de viajes y operadores de turismo, centros de contención, alojamiento, parques arqueológicos, museos teatros y similares y parques temáticos.

<p>1 Fase activa hasta el 23 AGOSTO</p>	 <p>CEPA: Industria aeronáutica. (Repatriación, vuelos humanitarios y terminal de carga)</p>	 <p>Restaurantes y establecimientos de comida. (Domicilio y para llevar, incluyendo restaurantes en hoteles y centros comerciales)</p>	 <p>Alojamiento. (Solo para Centros de contención y descanso personal médico)</p>
<p>2 24 AGOSTO</p>	 <p>Restaurantes y cafetines. (En círculos de convivencia, no incluye actividades recreativas en los establecimientos)</p>	 <p>INDES: Actividades físicas y recreativas al aire libre. (Individual y grupos de confianza max. 10 personas, distanciamiento físico). Entrenamientos previa autorización.</p>	
<p>3 4 SEPTIEMBRE</p>	 <p>CEPA: Industria aeronáutica. (Operaciones en el HUB para tránsitos de pasajeros)</p>		
<p>4 Desde 19 SEPTIEMBRE TURISMO INTERNO E INTERNACIONAL</p>	 <p>CEPA: Industria aeronáutica. (Operaciones comerciales de pasajeros)</p>  <p>Migración: Apertura de fronteras terrestres Por confirmar</p>	 <p>Alojamiento, transporte turístico, turoperadores, agencias de viajes, guías turísticos (con protocolos de bioseguridad)</p>  <p>Parques ISTU (Fase 1: 50% de capacidad)</p>	 <p>Parques naturales en ANP MARN. (Capacidad controlada) Octubre</p>  <p>Parques arqueológicos, museos y teatros MinCULTURA. (Capacidad controlada) Octubre</p>

Figura 9: Fases de reapertura para el sector turismo de El Salvador

Fuente: Ministerio de Turismo, Reinicio del turismo, agosto 2020

Entre las medidas de protocolo para la reactivación se encuentran diferentes lineamientos generales:

1. Uso obligatorio de mascarilla y otro equipo de protección personal según nivel de riesgo.
2. Distanciamiento físico de dos metros.
3. Lavado y desinfección de manos.
4. Disponer de solución alcohólica en lugar visible para visitantes.
5. Medición de temperatura límite máximo 38°C.
6. Desinfectar regularmente espacios y superficies.
7. Ventilar regularmente áreas cerradas.
8. Evitar entrega de material impreso e intercambio de documentos.
9. Mantener burbuja social en actividades turísticas.

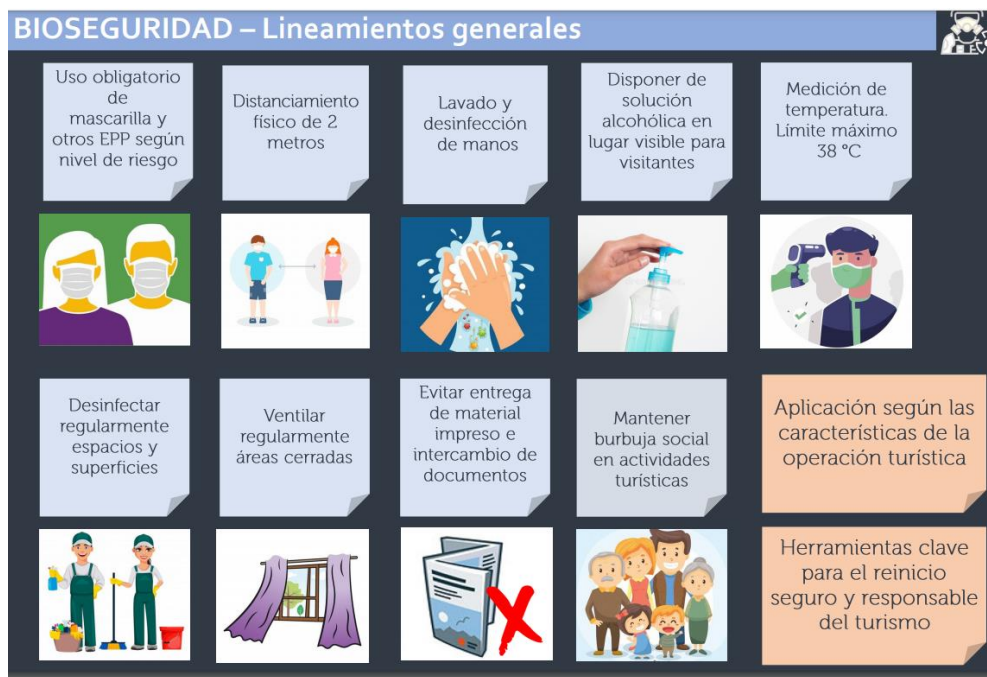


Figura 10: Lineamientos generales de bioseguridad.

Fuente: Ministerio de Turismo, hoja de ruta para una reapertura gradual y ordenada agosto 2020.

Según el protocolo de biodiversidad para la reactivación del comercio en los espacios públicos describen los roles de cada uno de los actores que tienen una participación directa e indirecta en la aplicación de este protocolo.

- Los comerciantes: cada uno de estos juega un papel muy importante en la aplicación de medidas, para facilitar la participación de estos se debe tomar en cuenta la representación de comerciantes sumamente organizados en diferentes estructuras por medio de los cuales puedan seguir indicaciones y hacer más fácil la comunicación entre ellos y las instituciones responsables.
- Clientes y usuarios: estos son los responsables de acatar y poner en práctica las medidas establecidas, asegurándose también que el personal este también tomando estas medidas en cuenta.

- **Municipalidad:** la municipalidad es un actor fundamental en la aplicación de cada una de estas medidas desde el suministro de insumos y materiales a trabajadores municipales y los comerciantes, la coordinación de acciones y el apoyo de diferentes áreas municipales, hasta el establecimiento de mecanismo de seguimiento y control de posibles casos de contagio
- **Cuerpo de agentes metropolitanos:** ellos son la primera línea para apoyar las medidas, al exterior de las zonas comerciales y al interior de estas, identificando los posibles riesgos a la salud por el incumplimiento de las normativas, además en el apoyo en los puntos de higienización.
- **Ministerio de Salud:** es un actor de apoyo en el proceso de reapertura económica e implementación del protocolo de medidas de bioseguridad.

5.3.5. Características a desarrollar para la reactivación del turismo

En el capítulo dos se establecen las principales características del turismo, sin embargo, en la actualidad existen algunas de ellas que tendrán mayor importancia al ponerse en práctica para la reactivación del sector entre las cuales están:

- **Fortaleza y diversidad de la demanda:** conocer el perfil del turista, cuáles son sus necesidades y tratar de satisfacer estas de la mayor manera, es uno de los puntos clave que el turismo salvadoreño debe tomar en cuenta.
- **Intermediación turística e información:** la incertidumbre de parte del cliente es una de las principales características del turismo, y después de la situación de pandemia esta característica tomará mayor fuerza debido a que el turista tendrá más dudas que deben ser solventadas como: ¿cuáles serán las formas de hacer turismo?, ¿medidas a tomar durante el viaje? ¿cuál es el protocolo a seguir? También dudas directas sobre el servicio a ofrecer, y que empresas le ofrecen mayor seguridad respecto a su salud.
- **Gran Implicación:** el turista va queriendo ser proactivo en todas las fases de su compra, debido a que la pandemia hará que su incertidumbre crezca de mayor

manera así también su interés por asegurar su bienestar y el de sus acompañantes. Ser participativo y estar presente afirmará al cliente la seguridad y tranquilidad que estará buscando luego de la situación actual.

- Cierta antelación: sin duda alguna las nuevas medidas y protocolo establecido por parte de las instituciones correspondientes traerá como consecuencia un tiempo más prolongado en cada fase de la adquisición de productos turísticos, entre la información que debe intercambiar la empresa y el cliente, la preparación de las medidas y protocolo y el cumplimiento al pie de la letra de cada una de estas, el hacer cierta antelación para acortar el tiempo para estos procesos será un punto clave en las entidades turísticas.
- Alto riesgo: en la actualidad esta característica tomará fuerza debido a que el cliente sentirá incertidumbre de si está decidiendo la mejor opción en cuestión a su seguridad y la de sus acompañantes, si las medidas de protocolo se están cumpliendo, si se cuentan con los permisos, suman a la emotividad y el alto riesgo que cada turista presenta al momento de adquirir el producto servicio

5.3.6. Estrategias implementadas para reactivación del sector.

En el documento reinicio del turismo, hoja de ruta para una reapertura gradual y ordenada del MITUR junto a las entidades correspondientes del desarrollo turístico establece que la estrategia a implementar para la reactivación se basa en cuatro pilares fundamentales los cuales son: liquidez, bioseguridad, infraestructura e información de mercado y promoción; un transversal con:

1. Intervención del gabinete de turismo,
2. Promoción país: nivel nacional e internacional programa Ancla Surf City – sede de eventos internacionales,
3. Identificación y desarrollo de nuevos polos turísticos,
4. Cooperación técnica y financiera para el sector, infraestructura: desarrollo en polos con potencial de turismo nacional, entre otros.

- Liquidez

Este pilar tiene como objetivo contar con empresas turísticas con capacidad para cumplir con sus obligaciones o pago de deudas en el corto plazo y para adaptar su operación a las nuevas demandas y requerimientos de la nueva normalidad.

Esto con la coordinación interinstitucional para facilitar a las empresas del sector turismo información sobre financiamientos de la banca nacional y acceso a cooperación de organismos internacionales, también requerirá de información de primera línea de subsidios de fideicomiso y enlaces de banca pública.




 BANDESAL	 BANCO HIPOTECARIO LIDER EN PYMES	 BFA Banco de Fomento Agropecuario
<p>➤ Desde 2012 se han colocado aprox USD 33 millones con 743 créditos.</p> <p>Procedencia de fondos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • BCIE, KFW, BID, otras. • Fideicomiso (administrador) <p>¿Quiénes pueden aplicar? Micro, pequeña, mediana y gran empresa.</p> <p>LÍNEAS DE CRÉDITO DISPONIBLES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Líneas productivas 2. Energía renovable 3. Refinanciamiento para la cartera existente 4. Banca mujer y mujer emprende 5. Turismo / Surf City (6.5 – 7.5% hasta \$1mill, 2 años periodo gracia, de 5 hasta 15 años plazo) 6. Línea naranja. PRÓXIMAMENTE! <p>FIDEICOMISO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Subsidio – banca pública (\$140mill) 2. Créditos – banca pública BANDESAL a través de banca (\$460millones) <p>Nombre: Delmy Girón Cargo: Gerente de Negocios de 1er piso Email: delmy.giron@bandesal.gob.sv</p>	<p>➤ Al 15 ago: 249 solicitantes fueron apoyados con periodo de gracia, 68 se beneficiaron con créditos COVID-19 y 43 adicionales del sector solicitaron financiamiento. TOTAL: 360 empresas.</p> <p>➤ (USD 37 millones colocados)</p> <p>Procedencia de fondos: Propios y BCIE</p> <p>¿Quiénes pueden aplicar? Micro, pequeña y mediana empresa. Desde USD 500 micro hasta USD 2 millones mediana.</p> <p>Tasas de interés: 7% a 14% (depende de nivel de riesgo y tipo de empresa aplicante)</p> <p>LÍNEAS DE CRÉDITO para: Capital de trabajo, Activo fijo, Rotativas y Adquisición de inmuebles.</p> <p>Sector Turismo (7-14%, hasta el 100% de las necesidades en capital de trabajo/85% mobiliario, equipo o bienes raíces, plazo y periodo de gracia si aplica). Aplica a emprendedores.</p> <p>Nombre: Ricardo Cornejo Cargo: Gerente de banca Pyme Email: ricardo.cornejo@hipotecario.com.sv</p>	<p>➤ Al 17 ago: 6 solicitantes fueron apoyados con periodo de gracia. TOTAL: 12 empresas. (USD 441,300 colocados desde USD 400 hasta \$115,000)</p> <p>Procedencia de fondos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Depositantes <p>NO cuentan con fondos de banca internacional.</p> <p>¿Quiénes pueden aplicar? Micro, pequeña y mediana empresa. Desde USD 115 micro hasta USD 1.6 millones mediana.</p> <p>Tasas de interés: 9% a 18% (depende de nivel de riesgo y tipo de empresa aplicante)</p> <p>LÍNEAS DE CRÉDITO DISPONIBLES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Microcrédito 2. Pyme 3. Desarrollo Rural 4. Creditur (turismo) 10%, 8º plazo, desde USD 25,000 hasta el 90% del presupuesto de la inversión) <p>Nombre: Gerber Martínez Cargo: Gerente de Negocios Email: gerber.martinez@bfa.gob.sv</p>

Figura 11: Oferta Comercial de la banca pública

Fuente: Ministerio de Turismo 2020, Reinicio del turismo, recuperado de

<http://www.mitur.gob.sv>

- Bioseguridad

Tiene como objetivo principal preparar a las entidades turísticas para operar de forma segura para su personal, los visitantes y la población en general en las nuevas condiciones de la nueva normalidad.

Esta estrategia pretende que todos los requisitos de bioseguridad sean aplicados al pie de la letra, asegurando a sus empleados como visitantes, mejorando sus procesos de calidad y verificando el procedimiento de cada uno de los requisitos; esto tomará en cuenta los elementos del turismo como lo son: alojamiento, alimentación, información, transporte y recreación.

La inversión del Ministerio de Turismo en esta estrategia es de \$50,00.00 y en la cual la participación de asociaciones del sector privado es de suma importancia, así como el aporte intersectorial del Ministerio de Salud, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Instituto Salvadoreño del Seguro Social, Ministerio de Cultura, Defensoría del Consumidor, entre otros.

En la fase uno de verificación fueron 70 empresas y 345 actores claves capacitados, esta fase entró en vigencia a partir del mes de septiembre, la implementación de estas lleva a cabo con la selección de empresas RNT (Registro Nacional de Turismo) o en proceso de inscripción según criterios Ministerio de Turismo, recibiendo una formación de 48 horas, y un proceso de verificación hasta 56 horas y por último la entrega del sello de verificación, sosteniendo que las fechas, requerimientos y medidas varían depende del área de turismo.

- Infraestructura turística

Mantener en óptimas condiciones la infraestructura turística pública y vigilar las condiciones de construcción de la misma, con base en parámetros de la nueva normalidad es el objetivo principal de esta estrategia, una infraestructura bajo una nueva visión de

competitividad de destinos, tomando en cuenta que el turismo es un sector que necesita de cambios e innovación simultáneamente.

- Información de Mercado y Promoción

Las instituciones turísticas pretenden contar con la información y análisis de nuevos parámetros de medición de clientes potenciales para planificar con nuevo enfoque y promover el país como destino seguro, esto por medio de estudios de investigación de mercado y post covid-19.

La estrategia multifocal de mercadeo pretende promover el turismo interno y recuperar la confianza de los turistas tanto a nivel nacional como internacional, siendo la comunicación una plataforma de acciones institucionales y de los actores turísticos en los destinos entre los puntos más relevantes a implementar en esta estrategia se consideran:

- Campañas de promoción para el turismo nacional e internacional
 - a) Estrategia: efecto llamada, el objetivo de este es posicionar al país como destino turístico confiable por medio de campañas de promoción orientadas al mercado internacional meta, así como promover el turismo interno; teniendo como estrategia digital videos de posicionamiento y declaraciones de terceros creíbles, como relaciones publicas notas de prensas y publicaciones de contenido en medios claves.

Los dos elementos claves para los objetivos de la estrategia mercadológica son: el mensaje a comunicar, el cual debe generar confianza, seguridad, y alivio después de una situación como en la que se ha vivido los últimos meses. El segundo, son los productos turísticos: los cuales son playas (turismo de ocio, familiar e individual) las montañas y volcanes, los lagos y pueblos, con énfasis en la cultura, gastronomía y vida nocturna familiar.

- b) El mercado: generar activaciones de destinos turísticos bajo la siguiente dinámica: promoción de destinos turísticos de oriente para el mercado de occidente y viceversa; también promover sitios turísticos de la zona central y área metropolitana de San Salvador para el mercado turístico de oriente.
- c) El turismo receptor de esta estrategia en primera línea son los salvadoreños residentes en el extranjero como Estados Unidos y Canadá; luego para las personas que residen en la región Centroamericana y por último el mercado Surfista del Sur de California.
 - Mesas de negocios virtuales con tour operadores y mayoristas de Honduras, Guatemala y México.

El propósito es crear un espacio para que las empresas turísticas salvadoreñas puedan hacer negocios con turoperadores y mayoristas del mercado de interés para el sector, teniendo como fecha de ejecución de la estrategia el último trimestre del 2020.

- Iniciativas para trabajar un multi - destino con la región norte de Centroamérica.

Tiene como propósito aprovechar el mercado turístico natural entre Guatemala, El Salvador y Honduras, para promover actividades turísticas entre países y ampliar el alcance de la promoción mediante la optimización de los presupuestos de los tres países.

- Market SV.

Solución de e-commerce desarrollada por Correos de El Salvador facilitando la compra y venta de productos y servicios en El Salvador en una sola plataforma con un espacio exclusivo para oferta de empresas turísticas.

Sección de elsalvador.travel para divulgación de información sobre destinos, eventos y empresas turísticas a las cuales se dotará de llamada en acción para generar la compra de sus servicios a través de Market SV.

Todas las empresas del RNT (Registro Nacional de Turismo) podrán ofrecer y vender sus productos y servicios incluyendo: restaurantes, hoteles, empresas de transporte, tour operadores y agencias de viaje.

5.3.7. Medidas a tomar para la satisfacción del turista frente a la situación

Una de las medidas es ser tomada como un destino seguro, este punto se caracteriza por la responsabilidad del sector público y privado según su área de desarrollo, acuñar los programas de seguridad en todas las zonas turísticas entre las cuales están la prevención de incendios, desinfección de alimentos y zonas comunes, cuidados medioambientales, y otros estándares requeridos para el tipo de turismo con la que se pretende sea transparente para todos los involucrados, tomando en cuenta los posibles riesgos, mejores accesos a instalaciones y/o servicio

El Salvador construye turismo sostenible, desde antes de iniciar la emergencia de salud por coronavirus (COVID-19); la utilización del término sostenible, determina que se cumple con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) presentados por las Naciones Unidas en 2012 pero adoptadas por el turismo de El Salvador en 2015, son 17 objetivos que según las Naciones Unidas busca poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz; el cumplimiento y desarrollo de estos objetivos no cesa, simplemente se modifican o adoptan nuevas políticas y lineamientos que garantizan la seguridad de todos los turistas locales y extranjeros.

Estas acciones adelantadas a la realidad actual buscan indicar la calidad turística que tiene el territorio salvadoreño; por esto que una de las medidas tomadas y expuestas por CEPA (Comisión Ejecutiva Portuaria autónoma) es la necesidad de presentar una prueba

con resultado negativo de coronavirus al ingresar de forma aérea o terrestre para garantizar la salud de las personas.

El Salvador es un país que con el cumplimiento de las medidas sanitarias adoptadas por los ciudadanos evitó, el brote elevado de casos. Se cuenta con un sitio web: covid19.gob.sv, donde se visualizan los casos activos, confirmados y recuperados, en el mismo lugar está el mapa de riesgo. Para los viajeros se presenta de forma resumida las recomendaciones antes, durante y después del viaje.

Recomendaciones para viajeros

1. Antes de realizar el viaje

- Infórmese si en el país de destino final existen casos de coronavirus, con énfasis en el área a visitar
- Solicite información sobre el lugar en dónde se hospedará y la ubicación del establecimiento de salud más cercano
- Prepare los artículos de uso personal que necesitará
- Debe de realizarse un chequeo médico si padece de alguna enfermedad crónica
- Si toma medicamentos, verifique la cantidad que necesitará durante su estadía fuera del país



2. Durante el viaje y estadía



- Si padece de una enfermedad crónica, tómese el medicamento según prescripción médica
- Evite el contacto con personas enfermas
- Evite visitar lugares de alta concentración
- No comparta artículos de uso personal
- Si presenta fiebre alta, tos, dolor de garganta, seguida de dificultad para respirar, consulte de inmediato para recibir asistencia médica
- Si durante el viaje aéreo presenta alguna sintomatología, informe de inmediato al personal de la tripulación

3. Después del viaje a un país donde circula el virus (Durante 2 semanas después del regreso al país)

- Informe sobre el viaje que realizó y lugares visitados a las autoridades de salud a su ingreso al país para recibir las recomendaciones
- Si presenta fiebre alta, debilidad intensa, dolores musculares, seguida de dificultad respiratoria, no se automedique y consulte de inmediato para recibir asistencia médica e informe al personal de salud sobre el antecedente del viaje



Figura 12: Recomendaciones para el viajero

Fuentes: Ministerio de Salud, Agosto 2020.

5.3.8. Contextualización del capítulo a la realidad investigada

- Caso países europeos

Para la situación actual los países europeos habilitaron plataforma digital para guiar a los turistas llamada Re-open EU, habilitada desde el 15 de junio que contiene los medios de transporte disponible, las restricciones, medidas cautelares entre otros datos de relevancia para los que quieran ingresar y movilizarse entre fronteras, para el mes de octubre de 2020, la Unión Europea lanza mapa con diversos colores que cada uno indica la situación epidemiológica.

Los colores de este mapa son: verdes, menos de 25 casos por cada 100,000 personas; naranja, de 25 a 150 casos por cada 100,000 personas; rojo, más de 150 casos por cada 100,000 personas y gris, los datos son insuficientes para la evaluación. El pasado 20 de octubre se registró un rebrote, esta información la confirma el mapa donde muestra a la mayoría de los países en color rojo, para este punto, los países miembros de la Unión Europea más Schengen (aquellos países no miembros pero con libre movilidad entre fronteras) no tienen restricciones en la movilidad pero se solicita un control de temperatura que no puede exceder los 37.5°, de los países que se encuentran en rojo, otros países pueden solicitar cuarentena para el ingreso de estos.

Para poder viajar es obligatorio rellenar un formulario de salud pública, al rellenarlo se les entregara un código QR (Quick Response o código de respuesta rápida) que deberán presentar a su llegada, en cualquier punto de ingreso, la rigidez con esta solicitud es variada dependiendo del país, encontrándose algunos que no lo solicitan.

Están abiertas las tiendas no esenciales (diferentes de supermercados o farmacias), los alojamientos, zonas públicas se tiene la debida desinfección con una distancia entre cada persona de un metro y medio, queda a decisión de los dueños retroceder a la fase anterior de no apertura; por otra parte, para el caso de restaurantes y bares hay otros puntos a tomar en cuenta, la mascarilla solo se puede retirar en el momento de comer, se prohíbe fumar si

no se cuenta con un espacio de dos metros por personas, se cuenta con un programa de bonos que cita “Compra una bebida, intercambiable cuando los establecimientos reanuden su actividad, o una donación directa y completa al local elegido” esto hasta el 31 de diciembre del presente año.

Alemania y Grecia son los únicos países que están ofertando paquetes turísticos puerta a puerta; por su parte, Italia, Finlandia y Croacia que también son de los países con bajo nivel de contagio no está brindando paquetes turísticos completos.

Países como España ha desarrollado 21 guías de protocolos sanitarios para los servicios turísticos, en otros solo una. Toda esta información se puede obtener en reopen.europa.eu.

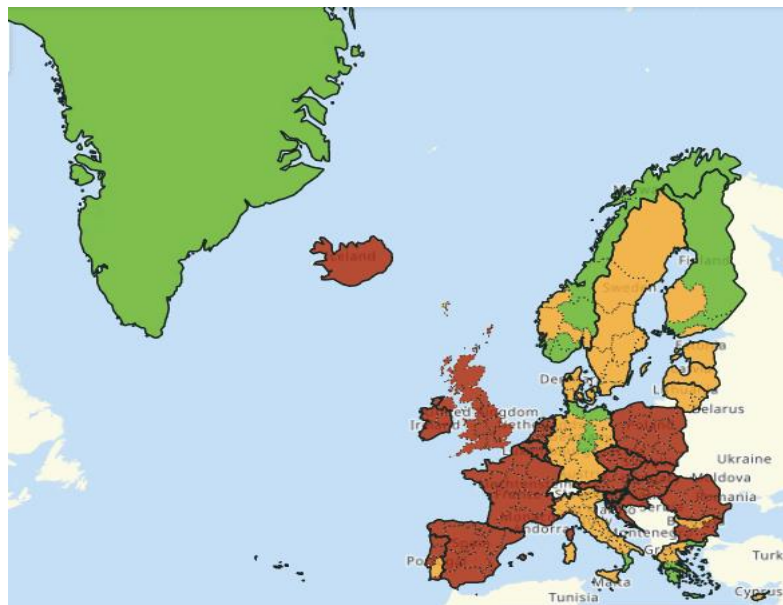


Figura 13: Mapa de situación epidemiológica de Unión Europea y Schengen

Fuente: Reopen de Europa

6. CONCLUSIONES

El Turismo ha concentrado sus esfuerzos en el fortalecimiento a sus diferentes puntos del país en aspectos como la actualización, formación, e innovación de los servicios turísticos con objeto de ofrecer, experiencias, recuerdos y la más alta calidad en los servicios dirigido hacia a los turistas, que los departamentos del país implementen para lograr un alto potencial turístico, relacionadas con el clima y cultura, explotar la oferta turística existente y por atraer viajeros, contribuyendo a que los departamentos obtengan mayores ingresos y se desarrollen.

Como opciones turísticas en el país, convirtiéndose a su vez en generadores de empleos para los diferentes destinos de El Salvador, contribuyendo a que los departamentos obtengan mayores ingresos y se desarrollen como opciones turísticas en el país, convirtiéndose a su vez en generadores de empleos para las los diferentes participantes.

En la actualidad existen tres tipos de turismo: tradicional, el turismo alternativo, cultural y el turismo rural, estos tipos de turismo representan el mercado y los cuales figuran como potenciales para estrategias turísticas. El sector turismo de El Salvador presenta una competitividad sustentada en factores básicos: cuenta con distintos atractivos y una cultura envidiable.

De acuerdo con la monografía de mercado turístico se requiere determinar los gustos, preferencias y nivel de satisfacción de los viajeros que arriban al país; y se puede afirmar que en muchos casos se cumplen con las expectativas de los turistas, pero hay considerar ciertas variables que son de vital importancia para la satisfacción de viajero.

En los últimos años El Salvador ha tenido la necesidad de mejorar sus destinos turísticos y han intentado innovar en cuanto a sus atractivos turísticos siendo necesario dar una nueva imagen y un valor agregado, para lograr un mejor posicionamiento de los destinos turísticos que favorecerá, a los habitantes como a los distintos negocios locales con un ingreso económico que se desarrolla a través de su puesta en valor.

. Se estudiaron documentos nacionales e internacionales y a partir de ello, las rutas turísticas permiten agilizar diferentes zonas de la economía, mostrando las potencialidades y los recursos con los que cuenta cada área, permitiendo el aprovechamiento de los mismos. A partir de este estudio, se podrá decir que existe una relación entre el turismo y el desarrollo local, que muestra una necesidad de diversificación de la oferta turística por parte de los viajeros, que resulta en una exigencia hacia un mejor servicio turístico y una búsqueda de potenciales destinos turísticos.

El turismo sostenible es lo primordial en la vida del ser humano, que tiene como finalidad el aumento de la consciencia en la necesidad de un compromiso común para lograr un método para lograr un turismo sostenible y, transmitir los principios básicos de sostenibilidad para evitar consecuencias negativas para el medio ambiente.

Los ingresos obtenidos por el turismo se ven afectados por la situación de salud (Covid-19) no solo para El Salvador si no para el mundo entero, pero, en la apertura económica se reimpulsando el sector turismo, siendo un área que permite considerables ingresos al país.

7. GLOSARIO

- **Agroturismo:** El agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.
- **Alcance descriptivo:** Buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren.
- **Atractivo Turístico:** Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería específica permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística.
- **Covid-19:** Enfermedad respiratoria muy contagiosa causada por el virus SARS-CoV-2. Se piensa que este virus se transmite de una persona a otra en las gotitas que se dispersan cuando la persona infectada tose, estornuda o habla. Es posible que también se transmita por tocar una superficie con el virus y luego llevarse las manos a la boca, la nariz o los ojos.
- **Desarrollo Local:** El desarrollo local es un proceso de diversificación y enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un «territorio» de escala local a partir de la movilización y la coordinación de sus «recursos» materiales e inmateriales. Esta noción señala a la vez una postura

frente a la cuestión del «desarrollo», un método para el desarrollo de los territorios locales, así como un marco de análisis de sus incumbencias.

- Estado de emergencia: El estado de emergencia es, en principio, un régimen de excepción. Este concepto hace referencia a aquellas “competencias de crisis” que la Constitución otorga al Estado con el carácter de extraordinarias, a efectos de que pueda afrontar hechos, sucesos o acontecimientos que, por su naturaleza, ponen en peligro el normal funcionamiento de los poderes públicos o amenazan la continuidad de las instituciones estatales y los principios básicos de convivencia dentro de una comunidad política
- Estrategia de persuasión: es una estrategia de comunicación muy utilizada por vendedores que tiene como objetivo recomendarle algo ventajoso a las personas y convencerlas, con recursos lógicos y racionales, a tomar alguna acción. En el caso de las ventas, la acción final es realizar una compra.
- Exención: El término de exención consiste en liberar a una persona del pago de un impuesto. De hecho, la exención en términos tributarios es considerada como una técnica con la que -sin alterar los elementos tributarios como lo son el sujeto, la base, la cuota, tasa o tarifa- se aminora o libera, según sea el caso, la obligación de pago de impuestos a determinadas personas, ya sean estas físicas o jurídicas.
- Monografía: La monografía, es un texto académico producto de una investigación documental, que se utiliza en el ámbito educativo con la finalidad de dar cuenta sobre el estado de conocimiento de una temática específica.
- Multitemático: Hace referencia a la diversidad en ambientes de desarrollo, palabra compuesta que carece de un significado específico.
- Pueblos vivos: La estrategia de desarrollo turístico territorial generada en pro del fortalecimiento turístico nacional, bajo el nombre “Pueblos Vivos”, adoptó un enfoque moderno en su modelo de gestión: “de adentro hacia afuera con reciprocidad activa”. Es una estrategia transversal de la política nacional de turismo que promueve en El Salvador el turismo interno. Ésta cuenta con un enfoque cuádruple que le ha permitido obtener un amplio alcance nacional y una gran

permeabilidad de sus acciones enfatizando siempre la equidad de género y los principios de inclusión y pluralismo.

- **Push:** Término en inglés utilizado en el marketing donde su significado es empujar, con este tipo de estrategia se pretende llegar al consumidor por medio de los intermediarios.
- **Registro Nacional de Turismo:** Es un registro público administrado por la corporación Salvadoreña de Turismo, donde se inscriben las empresas turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares, ya sean personas naturales o jurídicas que exploten actividades turísticas.
- **Ruta Turística:** Se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería específica permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística.
- **Turismo Étnico:** Es un tipo de turismo respetuoso con los valores de una comunidad y con el medio natural, cultural y social, permitiendo el intercambio de experiencias y donde estos visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. Las comunidades locales ofrecen la oportunidad de compartir sus tradiciones y costumbres, lo que permite preservar sus elementos culturales además del reconocimiento de su identidad.

8. REFERENCIAS

Libros

- Ara, A. F. V. (2017). UF0084-Comercialización de productos y servicios turísticos locales. España, Ediciones Paraninfo, SA
- Ballina Ballina Francisco Javier (2017). Marketing Turístico Aplicado. Madrid, España. Editorial ESIC.
- Barraza Ibarra (2011) Perspectivas y Tendencias de turismo en El Salvador, San Salvador, El Salvador, UFG Ediciones.
- Castillo Palacios, Castaño Molina (marzo 2015) La promoción Turística a través de Técnicas tradicionales y Nuevas. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf>.
- Jover M. (2011). Turismo en El Salvador: El reto de la consolidación de un destino emergente. Cuaderno de turismo, n° 27, p. 561-583.
- Kotler, Bowen, Makens, García y Flores (2011) Marketing Turístico 5° edición. Madrid, España, Editorial Pearson Educación, S.A.
- Llamas Arjona (2011). Marketing y gestión de la calidad Turística. Madrid España, Editorial visión Netware S.L.
- Molina, P. G. (2016). Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales. UF0084. España, Tutor Formación.
- Muñoz B. (2016) El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la economía española. Revista, International Journal of Scientific Management and Tourism. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5744231>

Parra López y Calero García (2018) gestión y dirección de empresas turísticas, Editorial McGraw-Hill.

Secall R, Fuentes G, Martín R. (2006) Estructura de Mercados Turísticos, Barcelona, España. Editorial UOC.

Informes

FUSADES (Versión al 25 de marzo de 2020) El impacto del COVID-19 en la economía de El Salvador: algunas consideraciones de política macroeconómica para hacer frente a la crisis.

Ministerio de Economía, y Fomento de Turismo (SERNATUR), (2020).” Protocolo de Actualización Para Minimizar la Transmisión de COVID-19 en el sector turismo”. Recuperado de <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2020/03/7-PROTOCOLO-CORONAVIRUS-1.pdf>.

Ministerio de Economía, y Fomento de Turismo (SERNATUR), (2020).” Protocolo de Actualización Para Minimizar la Transmisión de COVID-19 en el sector turismo”, Recuperado de: <https://www.sernatur.cl>

Ministerio de Turismo Plan Nacional De Turismo 2020 El Salvador. Recuperado de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL>

Ministerio de Turismo y Desarrollo Local (2019). “Política Nacional de Turismo reestructuración productiva”, Recuperado de: <http://www.mitur.gob.sv/wp-content/uploads/2017/10/Política>

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) (mayo 2020) Informe Situación de la empresa salvadoreña frente a la emergencia COVID-19, Círculo de investigación de Innovación y Emprendimiento Departamento de Administración de Empresas

Ministerio de Medio Ambiente (2012) Zona Costero Marina de El Salvador, Recuperado de <https://www.snet.gob.sv/ver/oceanografia/oceanografia>

Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, (AECIT), (2020) El turismo después de la pandemia Global Análisis, Perspectivas y Vías de Recuperación.

Tesis

Universidad De El Salvador Facultad De Ciencias Económicas Escuela De Administración De Empresas (2006.) “Propuesta De Estrategias Competitivas Para Fomentar El Desarrollo De La Cultura Turística En Las Pequeñas Empresas Asociadas A La Cámara Salvadoreña De Turismo (CASATUR)” Recuperado de: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint.pdf>

Universidad De El Salvador, Facultad De Ciencias Económicas, Escuela De Administración De Empresas, “Diseño De Un Plan De Negocios Para La Creación De Una Agencia Turística En El Municipio De San Salvador Con El Propósito De Ofrecer Paquetes Personalizados Para Satisfacer Y Promover La Salud Física, Mental Y Emocional De Los Clientes” (2010). Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/273/1/10136381.pdf>.

Revistas

Martínez González, (febrero 2011) Marketing Turístico Online. Revista TUR y DES Investigación en turismo y desarrollo Local. Recuperado de: <http://www.eumed.net.pdf>.

Martínez Valerio (agosto 2012) Estrategia de promoción turística a través de Facebook. Revista Palabra clave. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/>

Martorell Carreño (2018,18 de septiembre) Políticas Comparadas de Turismo Cultural en tiempo de crisis, Revista Turismo y Patrimonio. Recuperado de: <http://ojs.revistaturismo ypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/171/143>

Ojeda García, Mármol Sinclair. (2016) Marketing Turístico. Madrid, España. Copibook S.L.

Organización Mundial del Turismo (2020), “Word tourism barometer” volumen 18. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1>.

ANEXOS

Anexo 1.



Figura 14: Logo de Marca destino El Salvador

Ministerio de Turismo, Octubre 2020.

Anexo 2.

- Inicia el Surf City El Salvador ALAS Cuatro estrellas Tour 2020.

En la playa El Tunco, Tamanique, La Libertad, dio inicio este jueves el Surf City El Salvador ALAS Cuatro Estrellas Tour 2020, el torneo que reúne a los mejores surfistas de América. La competencia se está desarrollando bajo los protocolos de bioseguridad debido a la pandemia de COVID-19.

Al acto de inauguración asistieron la ministra de Turismo, Morena Valdez, el ministro de Medio Ambiente, Fernando López, y el presidente, ad honorem, del Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES) Yamil Bukele.

La ministra Valdez reconoció y destacó que organizar un evento de este tipo en medio de una pandemia “no resulta fácil, pero hemos dado todo nuestro esfuerzo para que este torneo sea bioseguro”, puntualizó.

«El Salvador es un ejemplo de la nueva normalidad. Debemos acatar todas las medidas, desarrollar de buena forma este torneo y así decirle al mundo que este es un buen destino para visitar y vivir», mencionó la ministra de Turismo.

La organización de este torneo de surf, cerrado al público en el área de competencias, ha sido posible con la colaboración de diferentes instituciones gubernamentales, que de manera articulada se han sumado para tener un torneo de primer nivel con los competidores.

Por su parte, el presidente, ad honorem, del INDES, Yamil Bukele, detalló que como institución se sienten complacidos de incorporarse a una competición como el Surf City El Salvador ALAS Cuatro Estrellas Tour 2020.

“Me complace mucho estar con todos ustedes en esta competencia, es un evento sin precedentes, de 4 estrellas. Como país los recibimos con el mayor de los compromisos, vamos a presentarles el mejor rostro de El Salvador”, dijo Bukele.

El presidente de la Asociación Latinoamericana de Surf (ALAS), Karin Sierralta, agradeció a la ministra Valdez por una organización tan bien realizada por las autoridades salvadoreñas.

“Este es un momento histórico, lo que ha pasado en estos meses ha golpeado al planeta. Felicito a El Salvador, al personal que ha hecho posible todo esto”, mencionó Sierralta.

Sierralta explicó que este torneo excedió las expectativas de participación, ya que se había tenido una proyección menor, pero con la proximidad de la inauguración se presentaron

más participantes. El torneo tendrá 120 atletas de 14 nacionalidades diferentes, y según el presidente de ALAS, quedaron atletas que por cuestión de bioseguridad ya no se les otorgó el espacio para participar.

“Cuiden sus playas, conserven estas bellezas de playas, las olas vienen y vienen y nos permiten tener una competencia más alta”, puntualizó el presidente de ALAS. La delegación salvadoreña la integran 20 surfistas que buscarán poner en alto al país y poder agenciarse con la mayor cantidad de medallas.

El torneo Surf City El Salvador ALAS Cuatro Estrellas Tour 2020 inició este jueves 10 de diciembre, y se proyecta que culmine el próximo domingo 13, con la disputa de las finales y la premiación respectiva.

La transmisión en vivo de toda la competición se podrá sintonizar por canal 3 de MULTINET y en la página web: elsalvador.travel.

El Ministerio de Turismo ha hecho una apuesta muy importante en esa área para potenciar a El Salvador como un referente a escala internacional y un destino de primer nivel.

Ante esto, el Gobierno del Presidente Nayib Bukele ha lanzado “Surf City”, el programa que construirá y dinamizará el turismo en El Salvador. Actualmente, se construyen carreteras en la zona costera salvadoreña que mejorarán el tráfico y circulación hacia las playas. Además, generará las condiciones para que tanto turistas locales como extranjeros recorran a lo largo y ancho todos los sitios que sean ofertados y promocionados. (Ministerio de Turismo, Diciembre 2020).

Anexo 3

Medidas Generales de bioseguridad en Aeropuerto Internacional de El Salvador.

- Como medida de seguridad ante la pandemia causada por COVID-19, y con el fin de evitar las aglomeraciones y minimizar probabilidades de contagio, se establecerá el cierre de espacios públicos y controlados de la plaza de la bondad, plaza de comida - Foodcourt (tercer nivel del Edificio Terminal de Pasajeros) y área de chequeo (acera). Dichas áreas serán habilitadas de forma paulatina, de acuerdo a los lineamientos sanitarios establecidos por las autoridades del Ministerio de Salud.
- Se exigirá el uso de mascarilla o cubre boca, a los usuarios del aeropuerto en general.
- Se exigirá el uso de guantes a empleados o personas, que por la naturaleza de su trabajo, deban tener contacto físico con otras personas.
- El acceso a UNIDAD MEDICA deberá estar restringido de carácter obligatorio para evitar que personal no esencial en esa área contamine.
- CEPA en coordinación con la Policía Nacional Civil, tendrá la facultad de retirar de cualquier área restringida o pública de la Terminal de Pasajeros y Terminal de Carga, a personas que desatiendan las medidas de Bioseguridad impuestas en el presente protocolo.
- Todo caso que presente síntomas de COVID-19, deberá reportarse a la Oficina Sanitaria Internacional.
- Inicialmente el acceso a la terminal aeroportuaria se limitará solo para empleados, pasajeros, acompañantes de pasajeros con discapacidades, movilidad reducida o personas menores de edad (niños, niñas y adolescentes), siempre y cuando no se generen

aglomeraciones ni colas, que puedan incrementar el riesgo de transmisión o provocar vulnerabilidades de seguridad.

- A fin de limitar las filas y aglomeraciones, las aerolíneas deberán incentivar a sus pasajeros a realizar el pre chequeo en línea, y asistencia al pasajero en las áreas de autochequeo (self-check-in).

- Se usará señalización, marcas en el piso, avisos por la Central de Anuncios, e información relacionada al COVID-19 en las pantallas FIDS, tótems y otros medios, alentando al público a mantener el distanciamiento físico.

- Se cuentan con 3 cámaras térmicas inteligentes para escanear la temperatura de personas de forma rápida y no intrusiva, ubicadas en pasillos de sala 6, salas 10-12 y en migración llegada.

- Se cuenta con un sistema de video vigilancia, para detectar aglomeraciones de personas en las diferentes áreas del aeropuerto, monitoreando el distanciamiento físico.

- Se proveerá e instalará en zonas estratégicas de las áreas públicas y restringidas del aeropuerto dispositivos recipientes de gel Antibacterial para uso de las tripulaciones, pasajeros y empleados de líneas aéreas y demás personas autorizadas a ingresar a zonas del aeropuerto.

- Se proveerá en los aeropuertos suficiente cantidad de recipientes exclusivos, para la recolección de basura o desechos y bolsas especiales de riesgo biológico o de plástico dobles para la recepción de material quirúrgico (mascarillas, guantes desechables, otros).

- El personal que está en las operaciones será capacitado en el uso del equipo de protección, forma de usarlo y desecharlo. (Ministerio de Turismo, Protocolo de bioseguridad en Aeropuerto Internacional Oscar Arnulfo Romero, 2020).

AVISO

En cumplimiento de las disposiciones establecidas por el Ministerio de Salud, reiteramos:

Las aerolíneas que deseen ingresar a El Salvador, deben exigir a sus pasajeros, nacionales o extranjeros (a excepción de la tripulación, diplomáticos o niños menores de 2 años), una prueba PCR negativa, emitida por el laboratorio, un máximo de 72 horas antes de abordar el vuelo.

Si la prueba es enviada por el laboratorio a través de cualquier medio electrónico (E-mail, WhatsApp, Mensaje de Texto, etc.), el pasajero tendrá que imprimir el certificado, para presentarlo en el counter de la aerolínea en el país de embarque.

El certificado de la prueba, a presentar a la aerolínea, no requiere la firma y sello del laboratorio ni de la persona responsable de haber realizado el examen.

21 de septiembre de 2020

Figura 15: Aviso prueba PCR

Ministerio de Turismo, Septiembre 2020