

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA TECNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



TEMA:

“DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL TURISMO CULTURAL EN RELACIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL E INMATERIAL DEL MUNICIPIO AGUILARES.”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

KATHERINE NOHEMY LEIVA ROMERO

MÓNICA DANIELA RAMÍREZ ORTIZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

ABRIL, 2020

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LIC. LISSETTE CRISTALINA CANALES DE RAMÍREZ

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS

EMPRESARIALES

LIC. MARCOS ANTONIO AGUILAR FLORES

PRESIDENTE

LICDA. VILMA ELIZABETH MORALES DE SANABRIA

PRIMER VOCAL

LICDA. CAROLINA ELIZABETH CERNA AGUIÑADA

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2020

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria, Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada, Lic. Marcos Antonio Aguilar Flores, a las 6:00a.m. del día sábado, 7 de diciembre de dos mil diecinueve.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

1- Katherine Nohemy Leiva Romero Carnet 06-5349-2017

2- Mónica Daniela Ramírez Ortiz Carnet 06-1444-2017

QUIENES PRESENTARON DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"Diseño de estrategias de posicionamiento del turismo cultural en relación al patrimonio cultural e inmaterial del Municipio Aguilares"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO. POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 7 de diciembre de dos mil diecinueve.

F.

PRIMER VOCAL

Licda. Vilma Elizabeth Morales de Sanabria

F.

SEGUNDO VOCAL

Licda. Carolina Elizabeth Cerna Aguiñada

F.

PRESIDENTE

Lic. Marcos Antonio Aguilar Flores

Índice

Introducción.....	i
Capítulo I Planteamiento del Problema	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Descripción del Problema.....	2
1.3 Objetivos.....	4
1.1.3 Objetivos generales	4
1.1.2 Objetivos específico	4
1.4 Justificación.....	5
1.5 Limitante.....	6
Capitulo II Marco Teórico.....	7
2.1 Concepto de Turismo.....	7
2.1.1 Importancia de turismo cultural.	8
2.1.2 Importancia de turismo cultural en El Salvador.	8
2.1.3 Categorías del turismo cultural.....	9
2.1.4 Turismo Cultural	11
2.2 Turismo de Patrimonio.....	11
2.2.1 Patrimonio	12
2.2.2 Concepto de Patrimonio cultural.	13
2.2.3 Patrimonio Tangible.....	13
2.2.4 Patrimonio Intangible.....	15
2.2.5 Gestión del Patrimonio.....	15
2.3 Posicionamiento	16
2.3.1 El posicionamiento se compone de tres etapas	17
2.4 Perfil del Consumidor	17
2.4.1 Datos Geográficos:.....	18
2.4.2 Segmentación de Mercado.....	19
2.5 Estrategias de Posicionamiento	20
2.5.1 Tipos de estrategias de posicionamiento:.....	21
2.6 Diseño de Estrategias:	23
2.7 Aguilares.	25
2.7.1 División Política	27

2.7.2 Economía	27
2.7.3 Atractivos Turísticos.....	28
2.7.4 Patrimonio Cultural inmueble de Aguilares.....	29
2.7.5 Patrimonio Cultural inmaterial de Aguilares.....	30
2.8 Desarrollo Local	31
2.8.1 Etapas del desarrollo local.....	31
Capítulo III Metodología	34
3.1. Tipo de Investigación	34
3.1.1 Explicativa	34
3.1.2 Descriptiva.....	35
3.2 Participantes.....	35
3.3 Método	36
3.4 Instrumento	37
3.4.1 Entrevista	37
3.4.2 Encuesta:	38
3.4.3 Cuestionario	38
3.4.4 Procedimiento para recolectar información	39
3.4.5 Estrategias de Análisis de datos.....	40
Capítulo IV Análisis de Resultados	41
4.1 Análisis de Resultados.....	41
4.2 Resultados de Entrevista	41
4.3 Resultado de las Encuestas	48
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	58
5.1 Conclusiones	58
5.2 Recomendaciones	59
Referencia.....	61
Anexos.....	65

Introducción

Se detalla, a continuación, el contenido del presente trabajo de investigación, siendo una tesina, la cual tiene como título “Diseño de estrategia de posicionamiento del turismo cultural en relación al patrimonio cultural e inmaterial del municipio de Aguilares”, esta investigación se divide en cinco capítulos que permiten una secuencia lógica de la descripción en cada contenido.

El primer capítulo, contiene el planteamiento del problema, iniciando con el apartado de los antecedentes, que dan un panorama bastante general acerca de la temática, como lo son datos básicos acerca del municipio de Aguilares, ubicación geográfica, las atracciones turísticas que posee el municipio. Le continúa la definición del problema, en la que se encuentra inmersa o se sobrentiende la pregunta de investigación o enunciado.

Así mismo, los objetivos de la investigación, parten del tema general, derivándose así un objetivo general y cuatro objetivos específicos, estos últimos pretenden de forma sistemática alcanzar el objetivo general, el cual pretende: Como identificar los factores internos y externos que influyen para el desarrollo turísticos de Aguilares. También Determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local. Indagar que tipo de estrategias de posicionamiento utilizaremos para el desarrollo turístico de Aguilares. Indagar sobre las instituciones involucradas públicas, privadas y sin fines de lucro que intervienen en los atractivos turísticos.

Se justifica con el fin de dar a conocer el potencial turístico que posee en cuanto al patrimonio cultural e inmaterial y la belleza natural que este tiene. Se finaliza el capítulo, presentando la limitante, que radica en el hecho de falta de información escrita.

El capítulo dos es el Marco Teórico, se fundamenta a través de la literatura pertinente en el tema de investigación. Su contenido se presenta de la siguiente forma: El concepto de Turismo, Categorías del turismo cultural, Turismo cultural, Turismo de patrimonio, Patrimonio tangible e intangible, Perfil del consumidor, Diseño de estrategias, Aguilares, Atractivos turísticos, Desarrollo local. Cada uno de los temas desarrolla sus propios subtemas de manera que llenan todos los aspectos relacionados con la problemática, es así como se logra recabar desde lo general a los específico toda la información importante, la cual concretiza el argumento planteado en el capítulo uno.

Para el caso del tercer capítulo, es decir de la Metodología de investigación, está organizada de acuerdo a los diferentes elementos requeridos desde el Planteamiento del Problema, por lo que sus elementos buscan dar respuestas a los objetivos de investigación. El método elegido es Explicativa y Descriptivo con el enfoque Cualitativo, el cual se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados por lo que no se efectúa una medición numérica, es decir, su análisis no es estadístico; se presenta además los participantes que son todas las instituciones públicas y privadas que colaboran para respaldar, corroborar o completar la información. De igual manera y para este capítulo se da a conocer la muestra no probabilística que es una técnica de muestreo, Como también el instrumento, procedimiento y el análisis de los resultados.

El análisis de resultados, corresponde al capítulo cuatro, en él se muestran los hallazgos de la investigación de acuerdo al instrumento aplicado, como lo es el cuestionario y la Entrevista. Por medio de esta información se logran detallar los aspectos más importantes de acuerdo a cada pregunta realizada a los participantes, se presenta cuadros con vaciados de datos.

Se finaliza con el capítulo cinco, que corresponde a Conclusiones y Recomendaciones cuyo contenido, para el caso de las conclusiones, es lo que conecta desde los objetivos, hasta el análisis de los resultados, los insumos necesarios para llegar a resumir los hallazgos más relevantes de la investigación y en donde se materializa el alcance o no de los objetivos de la investigación. Termina con las recomendaciones, con el fin de brindar un aporte a todos los involucrados de forma directa, con los líderes de opinión, Alcaldía de Aguilares, Ministerio de Cultura y el Parque Arqueológico Cihuatán.

Capítulo I Planteamiento del Problema

Para comprender la problemática que enuncia la investigación, es necesario ubicar geográficamente el municipio de Aguilares, los factores internos y externos para el desarrollo turísticos, determinando si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local. e indagar sobre las instituciones involucradas públicas, privadas y sin fines de lucro que intervienen en los atractivos turísticos.

1.1 Antecedentes

Aguilares es un municipio del departamento de San Salvador que se encuentra a 32 kilómetros sobre la Trocal del norte, limita con los siguientes municipios: Por el Sur con el municipio de Guazapa y por el Norte con el Paisnal. Al Este limita con Suchitoto (Municipio del departamento de Cuscatlán).

El turismo cultural en El Salvador ha crecido en los últimos años a tal punto que es considerado como parte de la actividad económica del país, sin embargo, podemos notar que a pesar que los atractivos turísticos que tiene Aguilares actualmente no se encuentran posicionado y desarrollado ya que cuenta con una serie de atractivos los cuales no están siendo aprovechados totalmente por los habitantes de la zona y visitantes que no son aledaño.

La ubicación geográfica permite que al mismo tiempo que pueda ser destino de paso, ofrece actividades y atracciones que envuelvan la atención de las personas, debido a las diferentes actividades que realiza como, por ejemplo: el festival gastronómico que se realiza todos los fines de semana, el Sito Arqueológico Cihuatán, aventura tropical, La Estación Ferroviaria, y la conmemoración al Padre jesuita Rutilio Grande.

1.2 Descripción del Problema

El Salvador con una extensión territorial de 21,041 km² cuenta con 14 departamentos y 262 municipios, en el cual nos enfocaremos en Aguilares ya que este municipio cuenta con una serie de atractivos que no están siendo aprovechados, en sus inicios Aguilares eran extensiones de terrenos en los cuales los habitantes que tenían siembra de cañales luego de esto con el paso de los años el número de habitantes fue creciendo hasta que llegamos a la época de la guerra donde quedo devastado casi que en su totalidad, al terminar la guerra los habitantes comenzaron a sembrar otros tipos de cultivos y el número de habitantes fue creciendo en gran manera y con esto la delincuencia se fue incrementando con el paso de los años hasta llegar a ser reconocido como un municipio determinado peligroso lo cual afecta para el desarrollo del turismo.

Cabe destacar la hacienda La Toma, cuando mencionamos esta hacienda recordamos el origen de Aguilares. El nombre de este municipio fue puesto en honor a los presbíteros Vicente Aguilar, Nicolás Aguilar y Manuel Aguilar; Quienes eran hermanos y se destacaron por ser próceres de la independencia de El Salvador.

Los mismos eran dueños de la hacienda La Toma, lugar en torno al cual fue naciendo todo lo relacionado con el surgimiento del municipio. Entonces el nombre del municipio de Aguilares es la forma plural del apellido de los tres hermanos sacerdotes.

Aguilares cuenta con una serie de atractivos turísticos como el Sitio arqueológico de Cihuatan siendo el más grande identificado en el Salvador, y abarca aproximadamente 3km². Es una de las ciudades prehispánicas más importantes en el Sur de Mesoamérica. (GUIA MUSEOS ARQUEOLOGICOS EL SALVADOR). (Kelley)

En Aguilares también encontramos un balneario llamado Aventura Tropical con amplias instalaciones, piscinas con sus respectivos toboganes, cultivo de tilapia, laguna artificial, canchas deportivas, restaurante a la carta, zonas verdes y sala de recepción ubicado a 500 metros de Cihuatan sobre la carretera troncal del norte kilómetro 35 ½.

La Estación Ferroviaria La Toma; Aguilares, que fue de gran importancia ya que fue un medio de transporte de gran beneficio para el municipio esto fue a inicios de siglo XX luego de esto paso a la historia por diferentes problemas, sin embargo, fue remunerada el 22 de mayo del presente año.

A esto se le suma las costumbres y tradiciones del municipio como sus fiestas patronales que inician el 6 al 15 de enero en honor al Señor de las Misericordias, donde podemos degustar de una gran variedad de gastronomía, ruedas y otras actividades tomando en cuenta que este municipio tiene un festival gastronómico todos los fines de semana.

Hasta la fecha la alcaldía de Aguilares está tratando de colocarlo como un destino turístico debido a los atractivos que este municipio conserva, ya que está considerado con un nivel alto de delincuencia esto hace que el municipio no tenga afluencia de turistas.

1.3 Objetivos

1.1.3 Objetivos generales

Diseño estrategias de posicionamiento del turismo cultural en relación al patrimonio cultural e inmaterial del municipio de Aguilares

1.1.2 Objetivos específico

1. Identificar los factores internos y externos que influyen para el desarrollo turísticos de Aguilares.
2. Determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.
3. Indagar que tipo de estrategias de posicionamiento se utilizara para el desarrollo turístico de Aguilares.
4. Indagar sobre las instituciones involucradas públicas, privadas y sin fines de lucro que intervienen en los atractivos turísticos.

1.4 Justificación.

Esta investigación se hace con el fin de tener un conocimiento preciso de la situación turística actual del municipio de Aguilares, y de esta manera identificar el por qué el turismo se encuentra estancado ya que cuenta con diferentes atractivos que no están siendo aprovechados y encontramos la necesidad de hacer una investigación con el fin de dar a conocer el potencial turístico que posee en cuanto al patrimonio cultural e inmaterial y la belleza natural que este tiene.

Esta investigación será importante lograr que Aguilares sea un municipio conocido en nuestro país por sus atractivos, pero que no solo se quede en las personas si no que lo visiten y así beneficiar económicamente al municipio, pues al haber visitantes se ven beneficiadas las personas con sus negocios de comida, artesanías, transporte.

El posicionamiento del turismo en este país es de suma importancia ya que estamos llenos de cultura, patrimonios, riqueza natural y municipios que son muy importantes dentro del turismo y esto hace que puedan desarrollarse económicamente y ser reconocidos a nivel local, nacional.

Para que el municipio de Aguilares sea posicionado como uno de los atractivos turístico de nuestro país, en los que los turistas puedan encontrar una nueva forma de diversión, de investigación sobre el Sitio Arqueológico, como también actividades de recreación, deportes como el juego de pelota (Pelota Maya), ya que en esta investigación crearemos estrategias que se acoplen a la necesidad que este municipio necesita para

encontrar los atractivos que lo hace único pese a la problemática en que nuestro país se encuentra.

Esta investigación beneficiara a estudiantes y a futuros estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador o personas interesadas en el tema así como arqueólogos, de manera que puedan apreciar y enriquecerse de dicha información, como también a la Alcaldía municipal pueda tener una información más amplia para los estudiantes los Aguilarences interesados en saber del surgimiento de su municipio, de igual manera al turista que necesiten este tipo de información para mostrar cómo se les ha valorado y tomado en cuenta como un municipio representativo e importante de nuestro país.

1.5 Limitante.

Se puede mencionar que por el momento está la falta de información escrita sobre Aguilares y sus atractivos turísticos.

Capítulo II Marco Teórico

Para tener claridad en el tema, es preciso también tener claro los términos y conceptos que poseen las variables de este. Por lo que se auxilia con la información encontrada, se hace acopio de definiciones para su mayor comprensión.

2.1 Concepto de Turismo

Las primeras manifestaciones de turismo las encontramos en los hechos históricos que refieren viajes, como la antigua forma en el que las personas realizaban turismo claramente lo observamos en los juegos olímpicos griegos que lograban desplazar a gran cantidad de personas con el fin de la recreación.

Es por eso que en la actualidad las personas practican el turismo de una manera más específica y diversa ya que existen múltiples manifestaciones. La OMT lo comprende de la siguiente manera.

Según la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2008) lo define cómo: “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”

Del concepto inicial de turismo podemos comprender que existen diferentes clases de turismo por consiguientes nos enfocares en el turismo cultural.

2.1.1 Importancia de turismo cultural.

El turismo cultural es una fuente importante para el desarrollo económico. En El Salvador es fundamental trabajar para conservar y preservar el patrimonio para posicionarlo en nuestro país y en el extranjero.

Según (Chan, 1994) la importancia que tiene en los productos turísticos culturales, servicios a los que se refiere este trabajo, vale la pena destacar lo que plantea acerca del valor de lo simbólico en los servicios turísticos, ya que estos como productos que satisfacen necesidades, juegan un doble papel: como bien de uso y como símbolo. (pp.29).

2.1.2 Importancia de turismo cultural en El Salvador.

[El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. Por los excelentes atractivos que posee como sus playas, clima tropical, montañas, una serie de paisaje exuberante y a esto le podemos añadir el importante patrimonio arqueológico y ecológico que posee nuestro país].

Según lo que nos ha mencionado la Corporación Salvadoreña de Turismo (y tal como se manifestaba anteriormente) el turismo es el segundo sector de mayor impacto en la economía salvadoreña (solo por debajo de las remesas).

Esto en buena manera beneficia a la población salvadoreña y sobre todo al pequeño y micro empresario, a todo aquel artesano que se dedica a la elaboración de productos y que con frecuencia suelen ser vendidos a los extranjeros que visitan nuestro país.

Son buenas noticias, en virtud que la economía ha sido fuertemente golpeada en los últimos años por factores que no serán objeto de mención en el presente artículo, pero

si resulta grato que es el pequeño y micro empresario el que en la actualidad sean quienes mantengan esperanzas de un crecimiento económico.

El turismo salvadoreño es bien visitado, sobre todo en temporadas claves, como lo es en las vacaciones de semana santa, temporadas navideñas, celebraciones de cumpleaños (en el caso de la vida particular de cada individuo), entre otros muchos factores.

Y no es demás si disponemos de bonitos lugares los cuales pueden ser visitados con gran frecuencia con la sociedad; es interesante apostarle al turismo de las personas extranjera, pero interesante resulta que los nacionales apoyemos esta iniciativa y podamos realizar turismo.

La importancia del turismo en El Salvador es que permite la generación de ingresos económicos y además hacer un mejor país. El Salvador mi país (s.f.).

2.1.3 Categorías del turismo cultural

Silberberg (1995) Propone una segmentación de la demanda turística en tres categorías:

- **Turistas motivados por la cultura** [En la actualidad cuando hablamos de turismo cultural nos estamos refiriendo a algo más específico, a los intereses concretos que determinados turistas tienen al visitar ciertos lugares.

Esta modalidad que se incluye dentro del turismo alternativo, en el que se ofrecen otras posibilidades a las ofrecidas por el turismo tradicional, definido por el ocio, se encuentra marcado por intereses sobre la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes

y la filosofía resulta ser más satisfactoria y atrayente a las nuevas generaciones de viajeros que su primo más popular el ya mencionado turismo tradicional.]

- **Turistas inspirados por la cultura** [Los viajes y el turismo por lo general siempre han tenido un papel muy importante con respecto a la cultural. Viajar permite conocer nuevos lugares y las personas que en ellos residen, así como sus tradiciones y costumbres, el turismo es una actividad inspirada en la necesidad humana de satisfacer la curiosidad.

Esta necesidad de viajar a diferentes puntos con la finalidad de conocer otros lugares y a los individuos que en ellos viven, ayudó a difundir a lo largo y ancho del planeta elementos culturales pertenecientes a los actores principales del turismo, es decir los viajeros y los locales.]

- **Turistas atraídos por la cultura.** [Hoy en día cuando hablamos de turismo cultural nos estamos refiriendo a algo más específico, a los intereses concretos que determinados turistas tienen al visitar ciertos lugares.

Esta modalidad que se incluye dentro del turismo alternativo, en el que se ofrecen otras posibilidades de experiencia a las ofrecidas por el turismo tradicional, definido por el ocio, se encuentra marcado por intereses sobre la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes esto los lleva a tener más satisfacción que al realizar el turismo tradicional]. (pp.34).

2.1.4 Turismo Cultural

[El turismo cultural se ha desarrollado actualmente y esto se debe a la evolución que se ha manifestado en cuanto al avance tecnológico industrial en el transcurso de los años].

La OMT (2008) Considera que dentro de las formas de manifestación del turismo existe una modalidad denominada “turismo cultural” en la cual predominan las motivaciones de tipo cultural. El “turismo cultural” es la inmersión en la historia natural, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros

Países o regiones. Dentro de esta modalidad turística podemos incluir el “turismo de patrimonio” que es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución.

Expresa que el Turismo Cultural es “la actividad turística en la que se produce acercamiento total, o parcial de los visitantes hacia el patrimonio cultural (material e inmaterial) a través de la gestión cultural y turística en el territorio visitado y en el cual tiene lugar la ocurrencia de un conjunto de experiencias de diferente intensidad, de acuerdo a cuan intenso sea el encuentro entre el turista y los atractivos patrimoniales”.

(Guzmán Vilar y García Vidal, s.f, pp.36).

2.2 Turismo de Patrimonio.

[Promover el turismo de patrimonio de una manera responsable se genera nuevas oportunidades de empleo y con esto se logra bajar el nivel de pobreza. El turismo tiene el

poder para proteger y potencializar el patrimonio cultural, ya que es capaz de garantizar su supervivencia por el mismo].

Según la OMT es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución.

Como se puede apreciar estos tipos de turismo están completamente relacionados entre sí. La persona que los practica, le gusta contactar con otras culturas para apreciar su patrimonio, colocando más énfasis en el desarrollo de la personalidad, a través de experiencias relacionadas con el conocimiento, que en el descanso o la diversión. (Guzmán Vilar y García Vidal, s.f, pp. 30-31).

2.2.1 Patrimonio

[Conociendo que el patrimonio son todo aquellos elementos con el que cuenta un país, siendo este un legado en el cual podemos aprovechar para el desarrollo turístico].

Según del diccionario de la (Real Academia Española) [RAE] procede del latín procede del latín “patrimonium, hacienda que una persona ha heredado de sus ascendientes”; y ofrece como acepción actual “bienes propios adquiridos por cualquier título”. Existe recurrente coincidencia en el término en lo referido a lo que se recibe de los antecesores, lo que denota que en este sentido y por origen, el patrimonio comprendió fundamentalmente los bienes que poseía alguien y que le daba un lugar en la sociedad; para lo que fijó su atención en el patrimonio familiar, como herencia, aunque luego se amplía a los bienes en general que posee una persona natural o jurídica.

Para (García, 1992, p.6). El patrimonio es los “recursos que en un principio se heredan y de los que se vive, se pueden modificar, evolucionar hacia nuevas formas y hasta desaparecer”

2.2.2 Concepto de Patrimonio cultural.

[El patrimonio cultural es una herencia propia de una comunidad transmitida de generación a generación, con el fin de mantenerla en la actualidad y darla a conocer a las futuras generaciones, para lograr con esto sostener viva la esencia de cada pueblo y así conservar nuestras raíces].

Es el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El Patrimonio Cultural como producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación. Protegiendo El Patrimonio Latinoamericano, Patrimonio (1997).

2.2.3 Patrimonio Tangible

[En el patrimonio tangible podemos encontrar lo que es la arquitectura, escultura y cerámica, orfebrería, vestidos, ornamentos personales; documentos y objetos pertenecientes a las grandes personalidades del arte, la ciencia y la historia de luchas sociales; muebles e implementos de trabajo, instrumentos museales y demás objetos que reflejan como un grupo humano desde el más remoto pasado, se adaptó al medio y organizó su vida social, económica y cultural].

La UNESCO define los bienes culturales tangibles como “inestimables e irremplazables”, pues representan un testimonio y simbología histórico-cultural para los habitantes de una cierta comunidad. Al ser elementos de valor excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico, requieren su conservación, rehabilitación y difusión, donde se cuente la historia, se validen sus recuerdos y se afirme y enriquezca las identidades culturales, y el legado común, confiriendo rasgos característicos a cada lugar.

- El patrimonio cultural material o tangible se divide en dos categorías, el mueble es aquel que podría ser trasladado de un lugar a otro y comprende colecciones u objetos de carácter arqueológico, etnográfico, artístico, utilitario, documental, científico, utilitario y monumentos en espacio público entre otros.
- El patrimonio inmueble comprende sectores urbanos, conjuntos de inmuebles en espacio público y construcciones de arquitectura habitacional, institucional, comercial, industrial, militar, religiosa, para el transporte y obras de ingeniería que dan cuenta de una fisonomía, características y valores distintivos y representativos para una comunidad. (Chaparro M, 2018), (párr.).

2.2.4 Patrimonio Intangible

[Cuando hablamos de patrimonio intangible es la manifestación espiritual de la inteligencia y la sensibilidad. Entre los bienes espirituales están las tradiciones orales, la literatura, la música, el baile y el teatro, los descubrimientos científicos y la medicina tradicional].

El patrimonio inmaterial proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales.

La Convención de la UNESCO de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial tiene como objetivo la conservación de este frágil patrimonio; también pretende asegurar su viabilidad y optimizar su potencial para el desarrollo sostenible. La UNESCO brinda su apoyo en este ámbito a los Estados Miembros mediante la promoción de la cooperación internacional para la salvaguardia, y estableciendo marcos institucionales y profesionales favorables a la preservación sostenible de este patrimonio vivo. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2003).

2.2.5 Gestión del Patrimonio

[La gestión del patrimonio está dada por la administración de recursos patrimoniales, humanos, económicos y de todo tipo, ordenada a la consecución de

objetivos sociales. Cualquier acción gestora debe estar cubierta de objetivos y ser integral, con esto pretendemos decir, que contemple todas las actuaciones relacionadas con el bien patrimonial desde el momento de su planificación hasta la presentación de los resultados obtenidos].

Para (Valdivieso, 1999) se entiende por gestión del patrimonio “todo un conjunto de actuaciones destinadas al conocimiento, conservación y difusión del patrimonio, que necesariamente deberán ligarse con las necesidades y la demanda de la sociedad del tercer milenio. En este sentido, el patrimonio necesita una política gestora particular y explícita que responda a necesidades concretas y busque la dinamización de su potencia. Un objetivo fundamental de la gestión del patrimonio consiste en “comunicar su significado y la necesidad de su conservación tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes. (Guzmán Vilar y García Vidal, s.f, pp.11-12).

2.3 Posicionamiento

[En esta investigación el posicionamiento es un área de importancia y comprendemos que es una estrategia, cuyo fin es que el producto o servicio ocupe un lugar en el pensamiento de las personas].

Según (Trout, 2002) se refiere a lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, como se ubica el producto en la mente de éstos, el enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente, sino manipular lo que ya está en la mente; revincular las conexiones que ya existen. Ries. (1992)

2.3.1 El posicionamiento se compone de tres etapas

- 1- Identificación de un conjunto de posibles diferencias que aporten valor para el consumidor y que proporcionen ventajas competitivas sobre las de crear el posicionamiento.
- 2- Elección de las ventajas competitivas adecuadas.
- 3- Comunicación de entrega eficiente del posicionamiento que se a elegido para los segmentos seleccionados.

Una empresa puede diferenciarse de sus competidores ofreciendo un conjunto de ventajas competitivas. Se obtiene una ventaja competitiva ofreciendo los consumidores precios más bajos que los competidores de productos similares o proporcionando más ventajas que justifiquen los precios más bajos. Así, una empresa debe de comparar sus precios y sus productos con los de los competidores y buscar continuamente posibles mejoras.

Cuando lo hagan mejor que sus competidores abra alcanzado una ventaja competitiva y a abra conseguido diferenciarse.

Kotler, P., Bowen, T., J., C. Makens , J., Garcia de Madariaga, J., y Flores Zamora, J. (2011). *MARKETING TURISTICO* . Madrid España : Pearson Educacion.

2.4 Perfil del Consumidor

Se define como aquel grupo de características que describen al cliente ideal que tu negocio desea tener, teniendo en cuenta el análisis de las variables y de las necesidades. Si tienes un negocio, marca o empresa, es importante que tengas claramente definido el

perfil del cliente hacia el cual va dirigido el producto o servicio que ofreces; de esta manera, conocerás exactamente qué tipo de estrategias implementar y hacia quién dirigirlas.

Con los datos demográficos y geográficos de tus clientes, es decir: sexo, edad, lugar de residencia, clase social, poder adquisitivo, estado civil, etc. Es clave tener claro el target hacia el que va dirigido tu servicio, ya que podrás segmentar mejor tu público y buscar el perfil ideal de acuerdo con variables previamente definidas.

(Sandoval, D, s.f.).

2.4.1 Datos Geográficos:

Determina si tu cliente debe ser alguien que resida en una ciudad o localidad específica en este caso la residencia de nuestro consumidor serían los habitantes de Aguilares, municipio aledaños y estudiantes de la Universidad Tecnológica de El salvador que no conocen los atractivos del municipio.

La Personalidad

Nos referimos a los gustos concretos de las preferencias al realizar turismo, ya que su personalidad tiene que ver con sus preferencias como en este caso es el turismo de cultura con respecto Aguilares.

Estilo de vida

El interés propio de culturizarse y conocer su país, sus orígenes y atractivos las creencias culturales y religiosas, sabemos que, dependiendo de estas, el consumidor tendrá

una actitud de agrado o desagrado frente a los servicios que ofrece tu marca en este nos referimos los atractivos turísticos de Aguilares.

Perfil del consumidor será.

Sexo: Masculino y Femenino.

Edad: Entre 18 y 45 años

Lugar de residencia: Aguilares, El Paisnal, Apopa, Guazapa, San Salvador.

Clase social: Media.

Estado civil: Soltero/a o Comprometido/a.

2.4.2 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado, es una forma de buscar nuevas oportunidades en el mercado total a través del conocimiento real de los consumidores. Se lleva a cabo a través de un proceso que consta de tres etapas, estudio, análisis y preparación de perfiles. El segmento de mercado debe de ser homogéneo a su interior, heterogéneo al exterior, con un número suficiente de consumidores para que sea rentable, y operacional, es decir, que incluya dimensiones demográficas para poder trabajar adecuadamente en la plaza y promoción del producto. Los segmentos van cambiando por ello es importante realizar la segmentación de forma periódica. (Kotler y Armstrong, 2007). Por todo lo expuesto anteriormente, la segmentación y el posicionamiento son tareas que se complementan, las cuales dependen una de otra para que el producto u la marca logre permanecer en la mente del consumidor por un periodo largo o de manera permanente.

La segmentación del mercado, tiene como principal objetivo dividir el mercado según características similares que posean los consumidores. Según el libro de Kotler y Armstrong (2007), existen diversas variables para segmentar un mercado, por un lado se encuentran las variables geográficas, donde se incluye la región del mundo o país, el tamaño de la ciudad o la zona metropolitana, la densidad y el clima. Por otro lado, se puede segmentar siguiendo la variable demográfica, la cual se centra en, la edad, el género, el tamaño familiar, el ciclo de vida familiar, los ingresos, la ocupación, la educación, la religión o la raza, la generación y la nacionalidad. También existe la variable psicográfica, en la que se incluye la clase social, el estilo de vida y personalidad del consumidor. Y, por último, se encuentra la variable 9 conductual, donde se analizan las ocasiones de uso, los beneficios, la situación del usuario, la frecuencia de uso, la lealtad y la actitud hacia el producto.

(Kotler y Armstrong)

2.5 Estrategias de Posicionamiento

[Debemos tomar en cuenta que la estrategia de posicionamiento es un proceso por el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar la marca de la empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.]

En marketing existen varias estrategias de posicionamiento. Los productos pueden posicionarse basándose en características específicas del producto, aunque esto puede resultar peligroso. finalmente, los productos pueden posicionarse frente otra clase de productos.

Ejemplo: los barcos de cruceros se han posicionado frente a otras opciones de vacaciones, como los destinos de complejos turísticos. Los centros de conferencia han posicionado sólidamente sus productos frente a hoteles con instalaciones para conferencia.

(Kotler, Bowen T, C. Makens, Garcia de Madariaga, y Flores Zamora, 2011, pág. 270)

2.5.1 Tipos de estrategias de posicionamiento:

- **Basada en un atributo:** Centra su estrategia en un atributo como puede ser la antigüedad de la marca o el tamaño. Las marcas que basan su estrategia de posicionamiento en un solo atributo, pueden fortalecer su imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad que las que intentan basar su posicionamiento en varios atributos.
- **En base a los beneficios:** Destaca el beneficio de un producto, como pueden ser el aliento fresco proporcionado por un chicle o los dientes blancos prometidos por un dentífrico blanqueador.
- **Basada en el uso o aplicación del producto:** Destaca la finalidad de un producto, como pueden ser las bebidas energéticas para los deportistas o los productos dietéticos destinados a personas que quieren perder peso.
- **Basada en el usuario:** Está enfocado a un perfil de usuario concreto, se suele tener en cuenta cuando la marca quiere diversificar, dirigiéndose a un target diferente al actual. Una forma bastante efectiva de posicionamiento es que una celebrity sea la imagen asociada a la marca, de este modo es más sencillo

posicionar nuestra marca en la mente de los perfiles que se sientan identificados o que aspiren a ser como esta celebrity.

- **Frente a la competencia:** Explota las ventajas competitivas y los atributos de nuestra marca, comparándolas con las marcas competidoras. Es una estrategia que tiene como ventaja que las personas comparamos con facilidad, así que conseguir que nuestra marca este comparativamente posicionada por encima de las demás, puede suponer una garantía de compra. No siempre nos podemos posicionar frente a la competencia como la mejor marca o la marca líder, así que esta estrategia presenta dos variaciones:
- **Líder:** es el que primero se posiciona en la mente del consumidor y consigue mantener su posición.
- **Seguidor o segundo del mercado:** la estrategia del número dos puede fundamentarse en aspectos como ser una alternativa al líder o una opción más económica.
- **En base a la calidad o al precio:** el producto basar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos, transmitiendo, por ejemplo, desde un precio muy competitivo a un precio muy elevado, que habitualmente esté vinculado a la exclusividad o al lujo.
- **Según estilos de vida:** este tipo de estrategia de posicionamiento se centra en los intereses y actitudes de los consumidores, para dirigirse a ellos según su estilo de vida.

2.6 Diseño de Estrategias:

El concepto de estrategia en el año 1944 es introducido en el campo económico y académico por Von Newman y Morgerstern con la teoría de los juegos, en ambos casos la idea básica es la competición.

El concepto de estrategia es objeto de muchas definiciones lo que indica que no existe una definición universalmente aceptada. Así de acuerdo con diferentes autores, aparecen definiciones tales como:

- “Conjunto de relaciones entre el medio ambiente interno y externo de la empresa”
- “Un conjunto de objetivos y políticas para lograr objetivos amplios”
- “La dialéctica de la empresa con su entorno (Ansoff 1976)”
- “Una forma de conquistar el mercado”
- “La declaración de la forma en que los objetivos serán alcanzarse, subordinándose a los mismos y en la medida en que ayuden a alcanzarse”
- “La mejor forma de insertar la organización a su entorno”

Según K. J. Halten: (1987)” Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte (maña) de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay

dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica”.

Dice Henry Mintzberg [112], que en ese propio año plantea en su libro five Ps for strategy, cinco definiciones con “p”. Plan. Curso de acción definido conscientemente, una guía para enfrentar una situación. Ploy. (Maniobra en español) dirigida a derrotar un oponente o competidor. Patrón, de comportamiento en el curso de las acciones de una organización, consistencia en el comportamiento, aunque no sea intencional. Posición, identifica la localización de la organización en el entorno en que se mueve (tipo de negocio, segmento de mercado, etc.) Perspectiva: relaciona a la organización con su entorno, que la lleva a adoptar determinados cursos de acción.

(Castillo Palacios, F. W.2012).

Esta investigación es necesario presentar diseños de estrategia de posicionamiento y ser utilizadas con el fin de incrementar el auge turístico en el municipio, por lo cual nos basaremos en:

Medios de comunicación: Espacio cuyo objetivo es promover las bellezas y atributos de El Salvador, a través de una diversidad de escenarios que lo convierten en una verdadera ruta turística de Centroamérica. De esta manera, se busca fortalecer la identidad cultural del país, formando un vínculo entre el viajero y las costumbres, mediante la experiencia culinaria, las actividades folclóricas de los pueblos, atractivos naturales y la creatividad de sus artesanos.

Radio: Radio de Aguilares 99.3 FM y Radio YXY 105.7 FM.

Televisión: Canal 33 con “Descubriendo El Salvador”, Canal 21 Mi país TV.

Canal 12 Hola El Salvador con espacios de entrevista sobre los principales atractivos turísticos.

Anuncios publicitarios: Ejemplo con una Agencia de Publicidad Comercial MullenLowe.

Redes sociales: Facebook como (Gobierno municipal de Aguilaes, Alcaldía de Aguilaes, Turismo TV El Salvador turismo entre otras). Twitter, Instagram y YouTube, con el plan de pago para llegar a nuestro público meta.

Tour operadoras: como ASOTUR (asociación salvadoreña de operadores de turismo), para darles a conocer Aguilaes como destino turístico.

Para darles a conocer Aguilaes como destino turístico (departe de la alcaldía municipal) trabajo organizado e inclusivo con las municipalidades aledañas como lo son la alcaldía del Paisnal y Guazapa.

2.7 Aguilaes.

El municipio de Aguilaes se encuentra en la zona central del país, y a 32km de distancia de San Salvador a través de la Carretera Troncal del Norte. Tiene 33,72 km² con una población de 21.267 habitantes (VI censo de población 2007), ocupando el puesto número 66 en población y su elevación se sitúa a 299 msnm.

Los municipios adyacentes con los que limita son: al norte con El Paisnal, al Este con Guazapa y Suchitoto, al oeste con Quezaltepeque y Nejapa y al sur con Nejapa y

Guazapa. El principal paisaje del municipio es el Cerro de Guazapa, el cual se puede observar desde la mayoría de puntos.

La historia del municipio de Aguilar El municipio recibió su nombre en homenaje a los presbíteros Nicolás, Vicente y Manuel Aguilar (hermanos), próceres de la independencia de El Salvador.

De este municipio son originarios los presbíteros de nuestra Independencia Patria, los hermanos Aguilar, Nicolás, Vicente y Manuel, quienes fueron propietarios de la hacienda La Toma, en jurisdicción de Quezaltepeque, pero no del caserío o hacienda donde se erigió el pueblo de Aguilar en 1932.

El 2 de julio de 1932, se publicó en el Diario Oficial el Decreto Legislativo referido y en acatamiento a lo dispuesto en el Art. 20. el gobernador del departamento de San Salvador, de conformidad con la Ley, convocó a los vecinos de la nueva comprensión municipal a fin de que procedieran a elegir un alcalde, dos regidores y un síndico, que con tal número de ediles quedó integrado el primer gobierno local de pueblo de Aguilar.

Durante la administración del General Salvador Castañeda Castro y por Ley No. 26 del 30 de septiembre de 1946 y publicado en el Diario Oficial No. 225 de fecha 10 de octubre del mismo año, se otorgó el título de villa al pueblo de Aguilar.

Según Decreto Legislativo No. 455 del 25 de noviembre de 1971 y publicado en el Diario Oficial No. 226 de fecha 10 de diciembre del mismo año, se le otorgó el título de ciudad”.

2.7.1 División Política

Alcalde: Juan Armando Guardado Menjívar

Partido: GANA.

Fiestas mayores: Del 6 al 15 de enero en honor a su patrón. Del 7 al 16 de julio en honor a su con-patrona.

Población: 21 2672 habitantes.

Extensión Territorial: 33,6 km²

Altitud: 299 msnm

2.7.2 Economía

En la economía de Aguilares podemos referirnos a una serie de lugares los cuales son parte fundamental para la sostenibilidad del municipio de las cuales podemos mencionar:

El tiangué de Aguilares es muy transitado por ganaderos para la comercialización de ganado y animales. Además, posee una gran cantidad de comercios y medios de transporte, siendo lugar también de la concentración de muchas sucursales de empresas y microempresas tanto nacionales como locales.

Población De Cantones, Caseríos Y Colonias Del Municipio De Aguilares Censados Por Proyección Social

- Caserío bolívar, Caserío Cartagena, Cantón las tunas florida 1, 2, 3, lotificación el porvenir, lotificación palacios, Colonia San Antonio, Colonia Venecia, Los ángeles, Colonia Ciron, Pasaje Ramírez, Urbanización Santa Elena, Lotificación Cihuatán, Comunidad el buen pastor, Lotificación la Sabana, Las pampitas, Lotificación vaquero, Colonia San José, Colonia Tres campanas, Colonia María Auxiliadora, Altos de la Toma, Colonia San Francisco, Reparto la Toma, Colonia los mangos, Colonia San Antonio 1, Lotificación las pampas 2. En los que podemos contabilizar un total de viviendas #3,962.

2.7.3 Atractivos Turísticos

Aguilares cuenta con una serie de atractivos turísticos de los cuales estamos haciendo énfasis con fin de promover turísticamente a este municipio. Entre estos atractivos tenemos a Cihuatán. El Proyecto Cihuatán es una actividad principal de FUNDAR. Desde hace muchos años, Cihuatán ha sido reconocido como mayor sitio arqueológico identificado en El Salvador (sin embargo, hoy se sabe que es superado por el vecino sitio de Las Marías). La antigua ciudad de Cihuatán surgió después del misterioso “Colapso Maya” para convertirse en una capital regional entre los años 900 y 1200 d.C.

Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador [FUNDAR] (s.f.).

Seguido de este atractivo turístico tenemos la nueva estación ferroviaria la Toma inaugurada el 23 de mayo del 2019 En un acto presidido por el presidente de CEPA, Nelson Vanegas, fue inaugurada la Estación Ferroviaria «La Toma» en Aguilares, ubicada

sobre el Barrio el Calvario de dicha localidad. Con dicho proyecto se pretende potenciar y valorar como atractivo turístico el patrimonio del ferrocarril en el país, según indicó Vanegas.

Durante la ceremonia, el titular de CEPA en compañía del alcalde de Aguilaes, Juan Guardado, se realizó el corte de la cinta para su apertura, lugar que fue la cuna del «mártir de los pobres», el padre Rutilio Grande.

La estación ferroviaria de «La Toma» es el tercer proyecto ejecutado por la entidad en donde se reconstruyeron 5,900 metros cuadrados, de un área total de 23,150.44 metros cuadrados. Flores (2019).

Seguido de este atractivo tenemos aventura tropical es un balneario ubicado en la Carretera Troncal del Norte Km 35 1/2, Aguilaes. El cual es visitado por turistas de diferentes partes del país.

Aguilaes es muy conocido por la conmemoración al padre Rutilio Grande fue asesinado en 12 de marzo de 1977 cuando se desplazaba sobre la carretera que conduce del municipio de Aguilaes a El Paisnal.

2.7.4 Patrimonio Cultural inmueble de Aguilaes.

Aguilaes cuenta con una serie de inmuebles con gran valor cultural de los cuales podemos mencionar que se dividen en casas de habitación, casa particular, casa utilizadas para negocios como clínicas, pupuserías y diferentes actividades comerciales.

Ministerio de Cultura (s.f).

2.7.5 Patrimonio Cultural inmaterial de Aguilares.

LUGAR DE MEMORIA HISTÓRICA DENOMINADO LAS TRES CRUCES

Una edificación conmemorativa conformado por una pared de 3 metros de largo y una altura de 3.10 metros, con un remate de arco angular rebajado. En la pared se encuentra pintada la frase: “Vamos todos al banquete, a la mesa de la creación, cada cual con su taburete, tiene un puesto y una misión “Al frente de la pared se encuentra una base trapezoidal pintada de color blanco, la cual posee una placa con la nota: No hay amor más grande que éste, dar la vida por sus amigos. Jesús. P. Rutilio Grande, Manuel Solórzano, Nelson Rutilio Lemus. 12 marzo 1977 Sobre la base se erigen tres cruces de hierro de color negro, la cruz del centro es de mayor altura y las de los extremos de menor altura y con el travesaño horizontal inclinado. El monumento está delimitado por una verja metálica. El área en donde se encuentra el monumento está adoquinada.

Historia vinculada con la conmemoración de las tres cruces

En el lugar donde se encuentra la edificación conmemorativa conocida como Las Tres Cruces fueron asesinados el 12 de marzo de 1977 el padre Rutilio Grande, de 49 años de edad, y sus acompañantes Manuel Solórzano, de 72 años, y Nelson Rutilio Lemus, de 16 años; quienes se conducían en un vehículo desde Aguilares hacia El Paisnal. El padre Grande se dirigía a oficiar la novena a San José en el marco de las Fiestas Patronales de El Paisnal (11 al 19 de marzo). Rutilio Grande nació el 5 de julio de 1928 en la Villa de El Paisnal. Se ordenó sacerdote el 30 de julio de 1959 y se integró a la Compañía de Jesús en el año 1945. El 22 de septiembre de 1972 fue nombrado como párroco de Aguilares

por Monseñor Luis Chávez y González; su equipo misionero fue integrado por los padres Salvador Carranza, Jesús Bengoechea, Octavio Cruz y Benigno Fernández. Su asesinato se produce en una época de abierta represión contra la iglesia católica y se suma a las numerosas ejecuciones extrajudiciales que realizaron los cuerpos represores del estado salvadoreño, como la Guardia Nacional, contra religiosos previo al conflicto civil armado (1980 – 1992). (Cardenal,2016). Su asesinato es uno de los primeros cometidos contra el clero católico, quienes para entonces eran estigmatizados como instigadores sociales favor del socialismo, del comunismo, y de la organización social que se venía formando a nivel nacional (Cardenal, 2016). Ministerio de Cultura (s.f).

2.8 Desarrollo Local

Es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local".

Carbajal Burbano, A. (2011).

2.8.1 Etapas del desarrollo local.

- La creación de las Comunidades Autónomas (CC.AA.). Que sus siglas son las Comunidades Autónomas de España.
- El traspaso progresivo de un paquete importante de Competencias desde el Estado central hacia las CC.AA., con la dotación de los recursos correspondientes (basada en una estimación del “coste efectivo” de los servicios transferidos).

- La emergencia de los “ayuntamientos democráticos” que hacen irrumpir en la escena local los representantes elegidos.

Se podría pensar que España ha llegado, por este proceso, a cuotas muy altas de descentralización económica y política y de participación democrática en los asuntos locales. No obstante, hay que matizar esta imagen, teniendo en cuenta tres hechos importantes:

En el período indicado, la Descentralización de competencias y de recursos se ha limitado al escalón regional y no se ha extendido realmente a la administración local, que continúa restringida en cuanto a sus atribuciones legales y estranguladas por su falta de recursos.

- Los retrasos acumulados durante el franquismo en materia de equipamientos y servicios públicos han hecho que los primeros equipos de gobierno democrático se concentraran en la absorción de estos déficits cuantitativos, en la gestión municipal y en la construcción de instituciones y estructuras.
- Este énfasis puesto en los aspectos cuantitativos y de gestión ha contribuido en una cierta “despolitización” de la esfera municipal, que solo ahora parece en vías de superación.
- Los ayuntamientos han tenido que hacer frente, mal que bien, a las nuevas demandas y a las nuevas necesidades, en un contexto global e internacional marcado por cambios rápidos e importantes en la vida económica y en la cohesión social. Han tenido que sobrepasar sus competencias estrictas,

aventurándose en campos nuevos para la administración local, sin los recursos Suficientes ni materiales, ni técnicos ni organizacionales para afrontar realmente los problemas planteados. Se ha vivido, por tanto, una situación caracterizada por unas tensiones dinámicas entre elementos contradictorios, como, por ejemplo:

- La expansión progresiva de la esfera de intervención de las entidades locales, versus la limitación crónica de sus recursos (tensión económica y de medios).
 - La multiplicación y diversificación de las demandas sociales, versus la inercia de un aparato municipal tradicional, orientado hacia las funciones clásicas de gestión municipal (tensión en la filosofía y la práctica de la organización municipal).
 - La intervención activa y multiforme en la economía y en la sociedad local, versus unas formas de participación ciudadana anquilosadas (tensión política).
- Estas tensiones dinámicas han generado una evolución rápida, que podemos resumir alrededor de dos ejes planteando sucesivamente dos preguntas:
- ¿Cómo ha ido aumentando y transformándose el protagonismo de las administraciones locales en el terreno del desarrollo socioeconómico?
 - ¿Cómo se han ido abordando progresivamente unas problemáticas más amplias más enriquecedoras en materia social, cultural y política

Ungo, D. M. (2002).

Capítulo III Metodología

3.1. Tipo de Investigación

Para obtener respuestas a los objetivos planteados en la investigación, es preciso valerse de la metodología de la investigación y de esta manera concretar, interpretar y analizar la información, por lo cual se utilizan elementos básicos que permiten surtir efecto en la recolección de los datos, para poder conocer el contexto sobre el tema de investigación, por ello la investigación será de tipo explicativa y descriptiva.

3.1.1 Explicativa

Los estudios explicativos parten de problemas bien identificados en los cuales es necesario el conocimiento de relaciones causa- efecto. En este tipo de estudios es imprescindible la formulación de hipótesis que, de una u otra forma, pretenden explicar las causas del problema o cuestiones íntimamente relacionadas con éstas. Se reconocen dos tipos principales de estudios explicativos: los experimentales y los observacionales. En los primeros el investigador utiliza la experimentación para someter a prueba sus hipótesis. En los segundos el investigador organiza la observación de datos de manera tal que le permita también verificar o refutar hipótesis. Jiménez Paneque, R. (1998).

La investigación explicativa se aplicará ya que recopilaremos una serie de información para lograr plasmar una idea del porque el municipio no está posicionado turísticamente teniendo en cuenta que el municipio posee con atractivos turístico que tampoco se están aprovechando.

3.1.2 Descriptiva

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales. El problema muchas veces es de naturaleza práctica, y su solución transita por el conocimiento de las causas, pero las hipótesis causales sólo pueden partir de la descripción completa y profunda del problema en cuestión.

Jiménez Paneque, R. (1998).

El tipo de investigación será descriptiva porque se someterá a un análisis en el que se mide y evalúa diversos aspectos o componentes tales como la realización de entrevistas a líderes de la comunidad, alcalde y personal administrativo. Se realizará una encuesta, debido a la recopilación de los datos acerca posicionamiento turístico que tiene la comunidad y de qué manera la alcaldía trabaja en proyectos para el desarrollo del turismo para mejorar los aspectos que se consideran deficientes y que además afectan a la actividad turística.

3.2 Participantes

En esta investigación los participantes son todas las instituciones públicas y privadas que nos ayudan a concretar la investigación

1- Ministerio de cultura:

- (Departamento de patrimonio Cultural inmaterial.).
- (Técnico de la Unidad de Parques Arqueológicos Dirección de Arqueología).
- (Departamento de patrimonio Cultural inmaterial).

2- FUNDAR (La Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador)

- (Administrador del Parque Arqueológico de Cihuatán).

3- Alcaldía de Aguilares:

- (Departamento de Comunicaciones).
- (Departamento de proyección social).

3.3 Método

En esta investigación se realizará una Muestra no probabilística que es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Muestra basada en las instituciones de gobierno en la cual entrevistaremos a 6 personas.

1. Ana María Mata Parducci (Departamento de patrimonio Cultural inmaterial.).
2. Enrique Pérez Moscoso (Técnico de la Unidad de Parques Arqueológicos Dirección de Arqueología).
3. Johana Joaquín (Departamento de patrimonio Cultural inmaterial).
4. Irvin Alegría (Departamento de proyección social).
5. Miguel Rodríguez (Departamento de Comunicaciones).

6. Pastor Cuellar (Administrador del Parque Arqueológico de Cihuatán).

El municipio cuenta con cantones, caseríos, y colonias que en su totalidad son 28, lo cuales la alcaldía nos brindó un listado de 8 personas que más aportes tienen en los proyectos desarrollados en el municipio por lo cual son considerados líderes de opinión.

Muestra basada en las opiniones de los líderes de las comunidades.

1. Carlos Martínez Col. Lirios 1 y 2.
2. Miriam Baños Col. Salinas 2.
3. Jaqueline Alemán Col. Cocalito.
4. Miriam Zaldaña Col. Salinas 1.
5. Sandra Salguero Barrio El Calvario.
6. Yanira Serrano Col.3 Campanas.
7. Edy de Canjura Col. María Auxiliadora.
8. Juan Salorzana Cantón las Pampas.

3.4 Instrumento

Para la recolección de la información, se optó por una entrevista y encuesta, la cual ha sido diseñada cuidadosamente para concretizar en los objetivos de la investigación y responderlos con claridad e integridad

3.4.1 Entrevista

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado

distinto al simple hecho de conversar. Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial.

(Díaz Bravo , Torruco García , Martínez Hernández, y Varela Ruiz, 2013, pp.162-167).

3.4.2 Encuesta:

Encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano.

López Roldan. y Fachelli, (2015).

3.4.3 Cuestionario

Un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que utilizamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. En pocas palabras, se podría decir que es la herramienta que permite al científico social plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, utilizando el tratamiento cuantitativo y agregado de las respuestas para describir la población a la que pertenecen o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre variables de su

Meneses, y Rodríguez (2016).

3.4.4 Procedimiento para recolectar información

A continuación, se detalla pasaba paso el procedimiento que se utiliza para la recolección de datos.

- **Paso 1.** Elaboración de la guía de entrevista: dentro de este paso se genera una guía de entrevista la cual fue dirigida a personal de la alcaldía y líderes de opinión del municipio de Aguilares.
- **Paso 2.** Elaboración del cuestionario: se diseña un cuestionario el cual está conformado con preguntas abiertas y cerradas a un total de 14 personas.
- **Paso 3.** Recolección de datos: por medio de las entrevistas y aplicación del cuestionario se realiza la obtención de datos. Para aplicar la guía de entrevista, se concertaron citas con personal de la alcaldía de Aguilares y líderes de opinión; viajando a ese lugar, para la aplicación de la guía de entrevista. La aplicación del cuestionario se realiza en Aguilares (alcaldía, comunidades) y también tomamos en cuenta la organización pública como lo es el ministerio de cultura y por otra parte la organización privada que en este caso es (FUNDAR) cuyo fin es cuidar, proteger a Cihuatan.
- **Paso 4.** Tabulación de datos: posterior a la recolección de datos de las encuestas se procede a la tabulación de los mismos haciendo uso de la hoja de cálculo de Excel, creando tablas y gráficos.
- **Paso 5.** Análisis de resultados: dentro de este paso se hace un análisis de los datos obtenidos por medio de la tabulación y se denominan resultados finales.

3.4.5 Estrategias de Análisis de datos

De las diferentes entrevistas realizadas a la persona que colaboran con el desarrollo del turismo y las autoridades de la municipalidad, se analizan los resultados obtenidos de cada pregunta contenida en la guía de entrevista.

Vaciado de datos: se realizará este paso a través de un cuadro que refleja las respuestas de cada pregunta realizada en la entrevista y a los aspectos observados, realizándose al final una síntesis de los resultados de forma general para valorizarlas y de esta manera darles respuesta a los objetivos de la investigación.

Capitulo IV Análisis de Resultados

4.1 Análisis de Resultados

En el capítulo que se presenta a continuación se conocerá los resultados de las respuestas obtenidas durante las visitas al municipio de Aguilares. En esta investigación se elaboró una guía de entrevista para recopilar mejor la información sobre las instituciones involucradas publicas privadas y sin fines de lucro que intervienen en los atractivos turísticos, también se muestra el análisis de la encuesta realizada a personas de líderes de opinión de la comunidad para determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local. A continuación, presentamos el análisis de las entrevistas y encuestas.

4.2 Resultados de Entrevista

Preguntas	Objetivo	Johana Marroquín	Miguel Rodríguez	Pastor Cuellar	Irvin alegría	Enrique Moscoso
¿Considera usted que nuestro país tiene patrimonio cultural histórico?	Indagar sobre las institucion es involucradas públicas,	Sí, tenemos, pero muy poco si lo comparacióm con otros países.	Sí, tenemos patrimonio cultural en los 362 municipios y en que lo más destaca	Sí, tenemos suficiente patrimonio, ya que contamos con muchos parques	Si tiene una gran riqueza la cual no ha sido aprovechada de la mejor manera	Si, por que los países deben de resguardar y evidenciar lo para

	privadas y sin fines de lucro que interviene en los atractivos turísticos.		tenemos sihuatehuatan , Cihuatan, Joya de Ceren, Tazumal, casa blanca entre otros	arqueológico s en el país. Y esto nos ayuda a conocer nuestros orígenes		que su gente conozca sus orígenes, su cultura .
¿Cree usted que Aguilaes es un municipio conocido por la población salvadoreña?		Yo considero que Aguilaes no es tan conocido a nivel nacional, sin embargo, en San Salvador si ya que está cerca de la capital.	Si, en un porcentaje de 30 a 40 % de la población conoce Aguilaes o al menos donde está ubicado por ser frontera entre San Salvador y	Aguilaes si es conocido por la población, pero Aguilaes no toma interés en dar en conocer el patrimonio que tenemos.	Si, ya que antes era conocido por su peligrosidad sin embargo hoy en día eso ha cambiado en gran manera ya que estamos trabajando en	Si por que esta al norte de la ciudad y suena su nombre y sabemos que está en la capital del país.

			Chalatenango .		darle realce turísticamente.	
¿Opina usted que Aguilares cuenta con patrimonio cultural histórico?		Si por el sitio arqueológico de Cihuatán que está lleno de bastante historia cultural	Si, aunque nos han vendido que Aguilares lo fundaron los hermanos Aguilar y no sucedió de esta manera Aguilares se llamaba a toma	Sí, tenemos al parque cihuatán, Aguilares y a la población le corresponde interesarse por el patrimonio que tiene el país	Si, por ejemplo, cihuatán que es el más grande del país.	Si, contamos con el parque más grande de país que es cihuatán y es uno de los mejores conservados
¿Podría mencionar los atractivos		La estación ferroviaria, la hacienda la	Principalmente Cihuatán, la estación	La estación ferroviaria, el parque	Cihuatán, estación ferroviaria, el	Un parque acuático y sitio

que usted conoce de Aguilares?		toma, aventura tropical y el parque arqueológico de Cihuatan	ferroviaria, La toma, Aventura tropical,	central, y Cihuatan.	parque central, la plaza rutio grande.	arqueológico chiutan y sitio arqueológico las Marías
¿Ha solicitado la alcaldía ayuda al ministerio de cultura para dar a conocer el municipio turísticamente?		Realmente no soy conocedora de esa información	Sí, tenemos el circuito de pueblos vivos, los festivales gastronómicos plaza que esta balada CONULTURA.	Se supone que sí, ha pedido ayuda, pero no se le ha dado el interés ya que el ministerio de cultura no aporta nada para el mantenimiento del parque.	Se ha hecho esfuerzo logrando en participar en la feria de los pueblos vivos donde se da a conocer la riqueza del municipio.	A nivel directivo pudiera suceder, pero cada alcaldía tiene su sección de cultura para programar e infundir la cultura y turismo.

¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para posicionar y expandir el turismo del municipio?		Yo supongo que debe de contar con un proyecto para impulsar el turismo en ese municipio.	Lo damos a conocer a través de las redes sociales y teniendo un seguimiento constante de publicidad a través de nuestras páginas.	Lo que ha hecho la alcaldía es que a las escuelas y los colegios a excursiones para que conozcan Cihuatán ya que de otra manera no lo harían	Un plan y una estrategia no se están implementando sin embargo tenemos aliados para poder aprovechar al turismo municipal.	Lo desconozco, pero debería de formularse
¿Cuenta Cihuatán con aliados para darle publicidad al sitio arqueológico?		Si, esta FUNDAR y el ministerio de cultura que hace publicidad en general en los sitios	Solo sería el apoyo extranjero, FUNDAR y la embajada de estados unidos que lo	Si, FUNDAR	Si, FUNDAR y nosotros como alcaldía damos publicidad en nuestras páginas.	Si, FUNDAR

		arqueológico s	visita cada año.			
¿considera usted que la situación delictiva es lo que más afecta para que los turistas no visiten Aguilares		En gran parte si, ya que es un municipio conocido como peligroso ya que no cuenta con desarrollo turístico marcado, esto puede ser una de las razones por el cual personas de lugares más lejanos no lo visitan.	Si, en un 90 de los municipios hay violencia porque sabemos que hay municipios sanos y hay que tomar en cuenta eso.	Sí, afecta en gran parte por el concepto que las personas tienen en Aguilares, y las personas que no conocen tienen temor por la misma situación en la que se vive.	Hoy en día ya no radica en la violencia si no en la falta de interés de las personas en conocer su cultura y de las autoridades por no darle más realce turístico al municipio.	No considero que Aguilares sea violento además la carretera es conectora con otro departame nto y es fronteriza y lo malo tal vez sea que non esta tan a la vista de

						las personas
¿Usted considera que el municipio de Aguilares ha logrado desarrollo local?		Considero que, si ha logrado desarrollo comercial, sin embargo, desarrollo y posicionamiento turístico no, pero está trabajando en eso.	Sí, ya que el desarrollo comenzó con el mercado y el tiangué y a medida ha pasado los años y se ha convertido en una ciudad de comercio y abastecimiento para otros municipios	Sí, se ha desarrollado en el sentido que ha logrado un desarrollo económico y urbano.	Si en el sentido comercial ya que este es la base de nuestro desarrollo.	Con el tiempo he visto cambios y ha tenido otra fisionomía y se va expandiendo, pero pienso que pasa muy desapercibido el parque.
¿Cómo posicionaría usted el		Deberían de ser aliados tanto la alcaldía como	Necesitamos más publicidad	Por parte de las autoridades que exista un	Lo posicionaría en una fase de desarrollo,	Tiene que ser una suma de fuerzas de

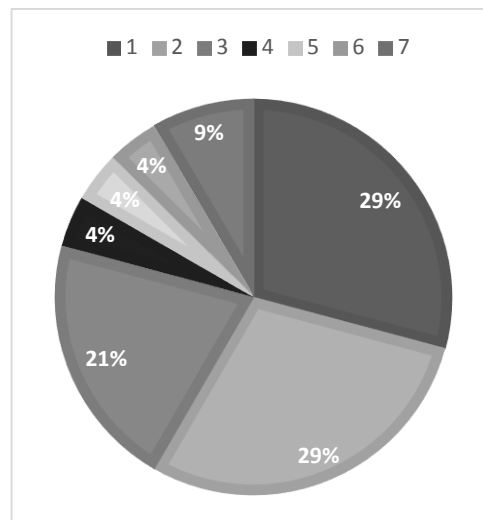
turismo en Aguilares		el ministerio de turismo, de cultura y FUNDAR para el bien del desarrollo local del municipio.		interés por la publicidad del municipio.	no podemos competir por ejemplo con Suchitoto ya que no contamos con infraestructur a adecuadas sin embargo tenemos la voluntad	los gobiernos para evidenciar al parque y demás atractivos para que esto funcione y se vean los frutos de un desarrollo turístico.
-------------------------	--	---	--	---	---	---

4.3 Resultado de las Encuestas

1. ¿Cuánto tiempo tiene de residir en Aguilares?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

FA	FA	Porcentaje
1	33	12.5
1	17	12.5
1	40	12.5
1	54	12.5
1	38	12.5
1	43	12.5
1	58	12.5
1	36	12.5
total 8	319	100

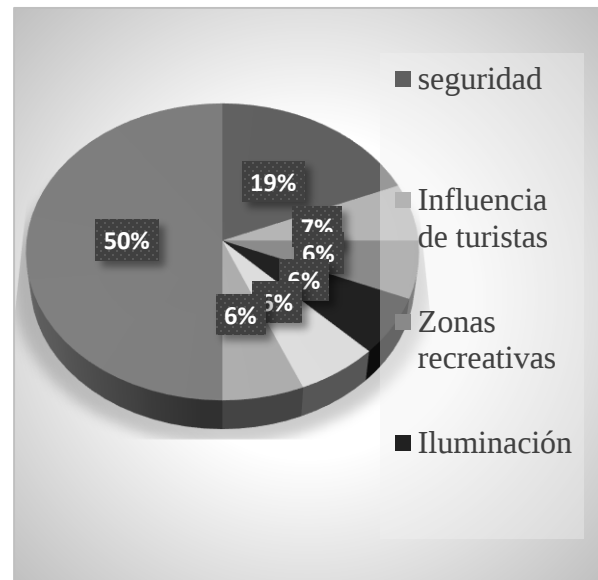


Interpretación: El 29% de las personas líderes de opinión tiene bastante tiempo de vivir en Aguilares, y un 4% restante tiene menos tiempo de residir en el municipio.

- ¿Que recomienda que haya en el municipio de Aguilares, para que la población se interese en conocer su cultura?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilar es está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

FA	FA	Porcentaje
seguridad	3	37.5
Influencia de turistas	1	12.5
Zonas recreativas	1	12.5
Iluminación	1	12.5
visitar Cihuatán	1	12.5
sitios de interés cultural	1	12.5
total	8	

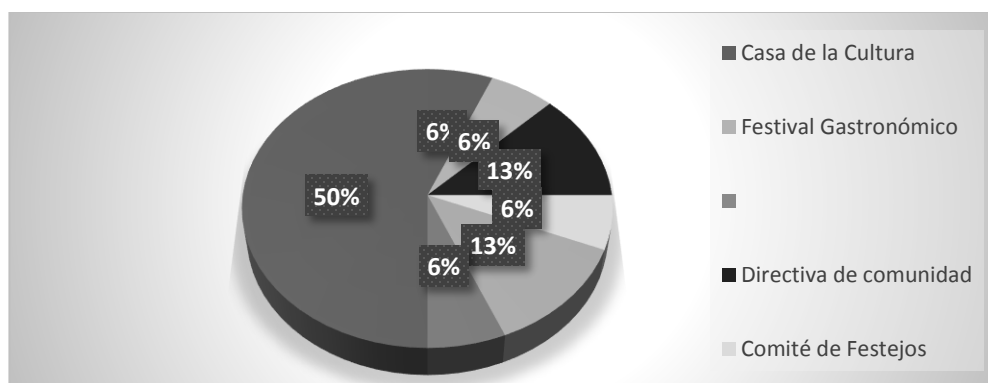


Interpretación: El 50% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y un 19% recomiendan que haya seguridad, el 7% más influencia de turista para que conozcan su cultura, 6% más zonas recreativas para visitarlo, 6% iluminación en las carreteras, 6% visitar el parque arqueológico Cihuatán para atraer al turista y 6% recomienda los sitios de interés cultural que el municipio posee.

3. ¿Cómo se involucra usted en las actividades del municipio?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

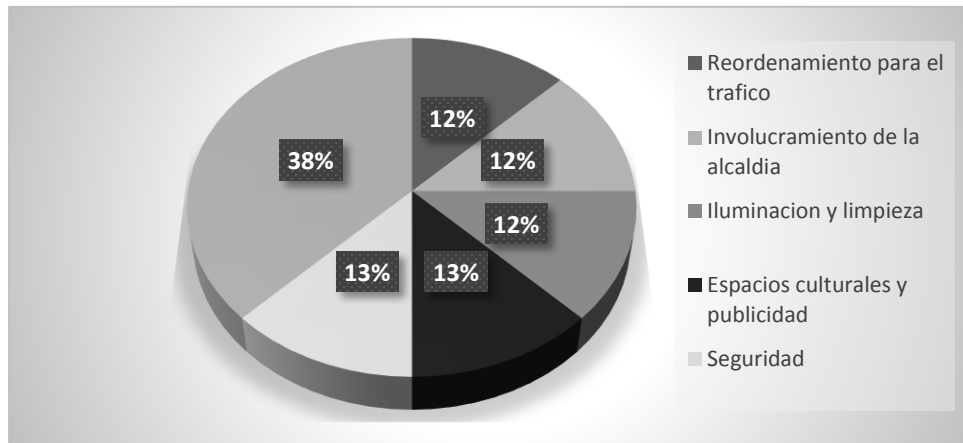
FA	FA	Porcentaje
<i>Casa de la Cultura</i>	1	12.5
<i>Festival Gastronómico</i>	1	12.5
<i>Directiva de comunidad</i>	2	25
<i>Comité de Festejos</i>	1	12.5
<i>Nulos</i>	2	25
<i>Campaña de limpieza Forestales</i>	1	12.5
<i>total</i>	8	100



Interpretación: El 50% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y un 37% contestaron que si se involucran en actividades del municipio y un 13% no se involucra.

4. ¿Que considera usted que podría hacer la alcaldía para posicionar el municipio?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local

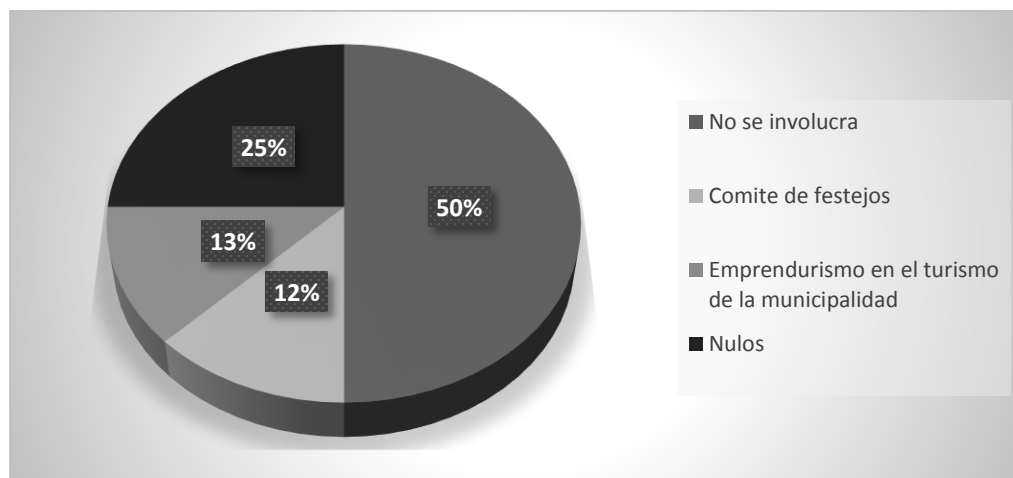


Interpretación: el 38% de los líderes de opinión no contestaron la pregunta, y un 13% consideran que la alcaldía posicionarara el municipio poniendo más seguridad y espacios culturales como también publicidad, el 12% dice que la alcaldía tiene que involucre más. Y también 12% que debe de haber más iluminación como también tener constante limpieza.

5. ¿Cómo se involucra en los proyectos y actividades que realiza la alcaldía?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

<i>FA</i>	<i>FA</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>No se involucra</i>	<i>4</i>	<i>50</i>
<i>Comité de festejos</i>	<i>1</i>	<i>12.5</i>
<i>Emprendurismo en el turismo de la municipalidad</i>	<i>1</i>	<i>12.5</i>
<i>Nulos</i>	<i>2</i>	<i>25</i>
<i>total</i>	<i>8</i>	<i>100</i>

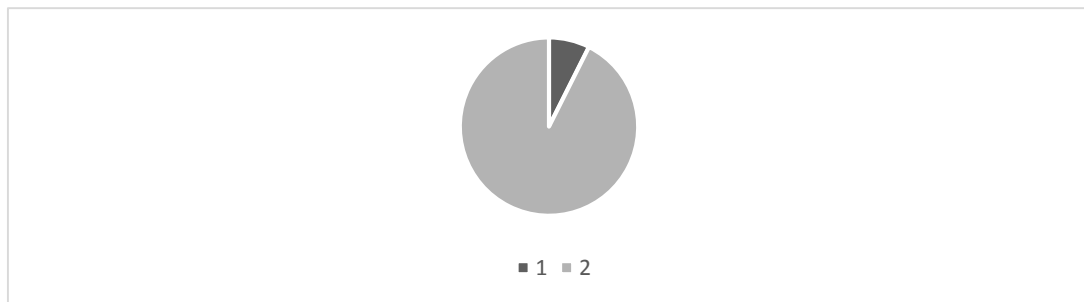


Interpretación: el 50% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y un 25% fueron nulas, el 13% se involucran en el emprendurismo en el turismo de la municipalidad y el restante que son el 12% se involucra en los comités de festejos que realiza la alcaldía.

6. ¿Usted considera que el municipio e Aguilares ha logrado desarrollo local?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

<i>FA</i>	<i>FA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	6	75%
<i>NO</i>	2	25%
<i>TOTAL</i>	8	100%

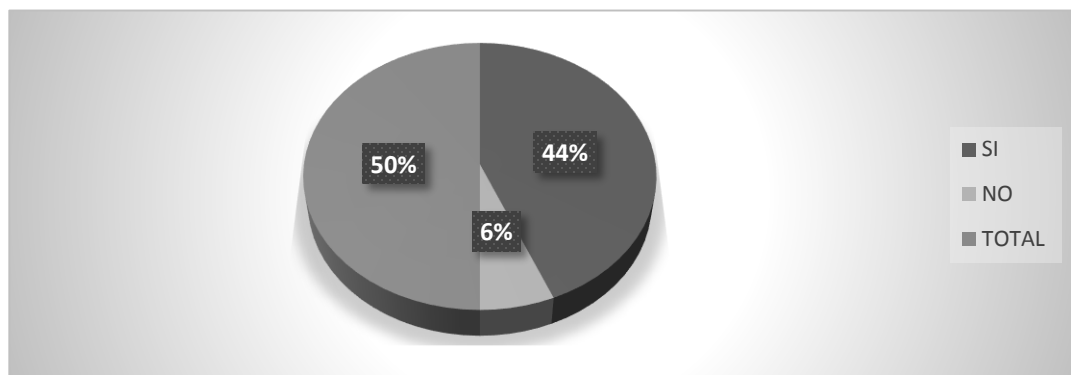


Interpretación: 100% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y un 75% dicen que si se ha logrado desarrollo local y el 25% restante considera que aun no ha logrado desarrollo local en el municipio.

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos de Aguilares usted ha visitado?

Objetivo de la pregunta: determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.

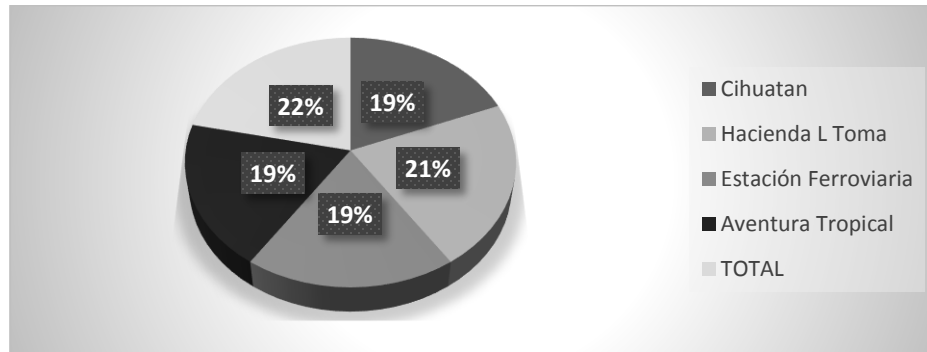
FA	FA	PORCENTAJE
SI	7	87.5
NO	1	12.5
TOTAL	8	100



Interpretación: El 100% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y un 87.5% consideran que si hay zonas potenciales para hacer turismo y el 12.5% dicen que en Aguilares hay potenciales para crear turismo.

8. ¿Cuál de las siguientes atractivos turísticos de Aguilares usted ha visitado?

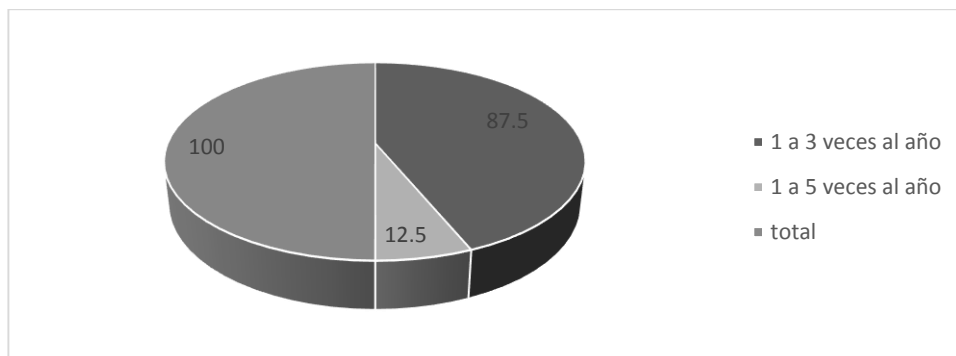
FA	FA	PORCENTAJE
<i>Cihuatan</i>	7	14.28
<i>Hacienda L Toma</i>	8	14.28
<i>Estación Ferroviaria</i>	7	12.5
<i>Aventura Tropical</i>	7	14.8
TOTAL	8	100



Interpretación: El 100% de los líderes de opinión han contestado esta pregunta y 14.28% han visitado Cihuatlan y Hacienda la toma, 14.8 Aventura Tropical y el restante de 12.5% han visitado la Estación Ferroviaria.

9. ¿Con que frecuencia a visitado estos lugares

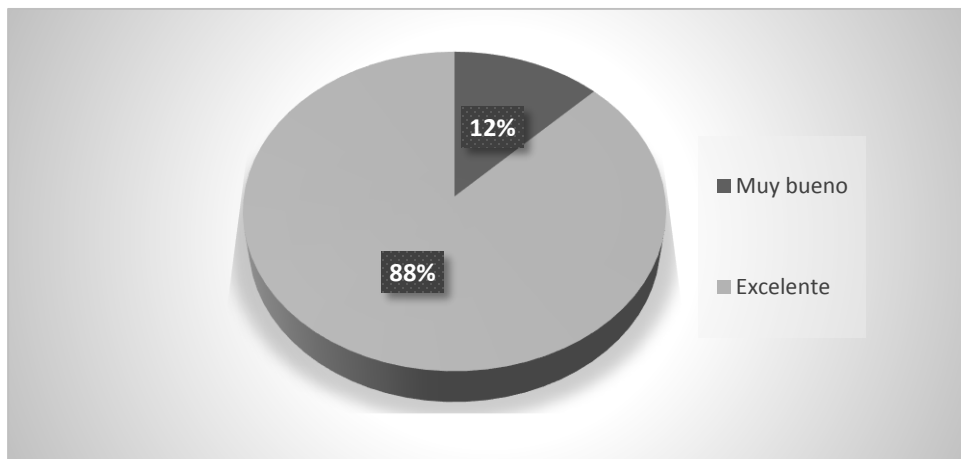
FA	FA	Porcentaje
1 a 3 veces al año	7	87.5
1 a 5 veces al año	1	12.5
Total	8	100



Interpretación: El 100% de los líderes de opinión contestaron la pregunta y el 87.5% han visitado de 1 a 3 veces al año los lugares ante mencionados y el 12.5% restante lo visitan 1 a 5 veces al año.

10. ¿Cómo considera usted el atractivo turístico Cihuatán?

<i>FA</i>	<i>FA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Muy bueno</i>	<i>1</i>	<i>12.5</i>
<i>Excelente</i>	<i>7</i>	<i>87.5</i>
<i>Total</i>	<i>8</i>	<i>100</i>



Interpretación: El 100% de los líderes de opinión han contestado la pregunta el 88% consideran que el parque arqueológico Cihuatán está en excelente estado y un 12% restante considera que es un atractivo muy bueno por el mantenimiento constante que le dan al lugar.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

A continuación, se presentarán conclusiones, obtenidas de la información recolectada por medio de las visitas al Municipio de Aguilares, junto con las encuestas realizadas a los líderes de opinión y entrevistas a las instituciones públicas privadas.

1. En el municipio de Aguilares el factor de mayor incidencia para el desarrollo es la economía debido a que esta ha crecido considerablemente en los últimos años y ha logrado que este municipio sea proveedor principal para las comunidades aledañas. El factor económico influye en el desarrollo del turismo debido a que esto genera recursos para el mantenimiento y mejoramiento de los atractivos turísticos del municipio sean estos administrativos además de aplicar mejoras en el paisaje como es notable en la limpieza, seguridad, iluminación entre otros.
2. La comunidad y la alcaldía no están organizadas en tener un convenio para el desarrollo turístico del municipio debido a que la alcaldía en ciertos aspectos no toma en cuenta la opinión de los líderes de la comunidad. Los líderes de la comunidad intervienen en la ejecución y promoción de los proyectos; pero no son incluidos en la formulación y elaboración de dichos proyectos.
3. En el municipio de Aguilares se utiliza la estrategia de posicionamiento con énfasis a la publicidad, siendo esta la única estrategia que utilizan debido a la falta de suficientes recursos económicos, dando mayor importancia a otros proyectos que en su momento son de mayor prioridad.

4. En alcaldía de Aguilares los proyectos con enfoque turístico no son tomados con mayor prioridad dejándolo en un segundo plano ya que no se cuenta con recursos necesarios para invertir en otras estrategias posicionamiento. La alcaldía está enfocada en invertir sus recursos en el área de comercio y desarrollo social.
5. Las instituciones públicas que intervienen en los atractivos turísticos del municipio de Aguilares son: alcaldía municipal y ministerio de cultura; mientras que en el sector privado interviene Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador (FUNDAR).

5.2 Recomendaciones

A consecuencia del análisis de las entrevistas, el resultado de las encuestas y las conclusiones a las cuales se ha llegado, es preocupante ya que el municipio no se está dando a conocer turísticamente para atraer turistas y para tener un buen desarrollo local.

Ha continuación se plantea una serie de recomendaciones

1. Recomendamos a Aguilares invierta en el posicionamiento de lo contrario seguirá estancado turísticamente.
2. Recomendamos Aguilares tener un diseño de estrategias ya que no cuenta con ellas
3. Recomendamos a la alcaldía que tome más de interés en notar el potencial turístico que este posee y de esta manera invertir en el turismo.

4. Recomendamos a la municipalidad tomar en cuenta sugerencias de los líderes de opinión ya que ellos se involucran con el pueblo como líderes y no se sienten incluidos a pesar de su esfuerzo.
5. Organizar de mejor manera el comité turístico, para buscar y/o crear alianzas con las instituciones competentes a turismo.
6. Recomendamos a la municipalidad de Aguilares y a COMITURA para promover el turismo a través de un plan de medios, identificando un target adecuado para atraer turista.
7. Que el ministerio de turismo lo tome en cuenta a Aguilares para darlo a conocer ya sea por las redes sociales, televisión, radio, etc.

Referencia

- Carvajal Burbano, A. (2011). *Desarrollo local: Manual básico para agentes de desarrollo local y otros actores* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/libros/libros-000052.pdf>
- Castillo Palacios, F. W. (14 de marzo de 2012). El concepto de estrategia [Entrada en el blog]. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>.
- Chaparro, M. (2018). *Patrimonio cultural tangible. Retos y estrategias de gestión* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/03/Chaparro-Camila.-Patrimonio-cultural-tangible.pdf>
- Díaz Bravo, I., Torruco García, U., Martínez Hernández, M., y Varela Ruiz, M. (mayo, 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, (27), 162-167. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Docplayer. (2020). *El marketing*. Recuperado de <https://docplayer.es/46189023-En-el-presente-capitulo-se-desarrollaran-contenidos-referidos-a-la-mercadotecnia.html>
- El Salvador mi país. (s.f.). *Importancia de turismo cultural en El Salvador*. Recuperado de <https://www.elsalvadormipais.com/importancia-del-turismo-en-el-salvador>.
- Flores, O. (2019). *CEPA inaugura estación ferroviaria en Aguilares*. Recuperado de <https://informatvx.com/cepa-inaugura-estacion-ferroviaria-en-aguilares/>.

Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador. (s.f.). *El proyecto de Cihuatán*.

Recuperado de http://www.fundar.org.sv/cihuatan.html#proy_cihuatan

Guzmán Vilar, L. y Garcia Vidal, G. (s.f). *Fundamentos teóricos para una gestión turística*

del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad [versión de Adobe

Acrobat Reader]. Recuperado de [http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55744.pdf)

[internet/55744.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55744.pdf)

Jiménez Paneque, R. (1998). *Metodología de la investigación: Elementos básicos para la*

investigación clínica [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de

[http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investiga](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf)

[cion- texto.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-doc/metodologia_dela_investigacion-texto.pdf)

Kelley, J. (s.f.). *Guía de museos arqueológicos El Salvador*. San Salvador, El Salvador:

Masakage Murano.

Kotler, P., Bowen, T., J., C. Makens, J., Garcia de Madariaga, J., y Flores Zamora, J. (2011).

Marketing turístico. Madrid, España: Pearson Educacion.

Lopez Roldan, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*

[versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf)

[2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf)

Meneses, J. y Rodriguez, D. (2016). *Cuestionario y la entrevista* [versión de Adobe Acrobat

Reader]. Recuperado de http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026.pdf

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2003). *Patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Patrimonio, I. (1997). *Protegiendo el patrimonio latinoamericano*. Recuperado de <https://www.ilam.org/index.php/es/patrimonio-cultural>.
- Real Academia Española. (s.f.). *Patrimonio*. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=711QinQReDXX25ba9lgG>
- Ries, A. (1992). *Posicionamiento: El concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia*. Naucalpan de Juárez., México: McGraw Hill.
- Sandoval, D. (s.f.). *¿Cómo crear un perfil del consumidor?* [Entrada en el blog]. Recuperado de <https://www.nextu.com/blog/como-crear-un-perfil-del-consumidor/>
- Scribd, Inc. (2020). *La Organización Mundial del Turismo es un organismo especializado de las Naciones Unidas*. Recuperado de <https://www.scribd.com/document/355244529/UNWTO-2008-Entender-el-turismo-Glosario-Ba-sico>
- Trout, J. (2002). *Posicionamiento el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-de-al-ries-y-jack-trout-resumen/>
- Ungo, D. M. (2002). *Desarrollo local y descentralización en Centroamérica* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de http://biblio3.url.edu.gt/PROFASR/Descen-tralizacion/docApoyo/des_locaydes.pdf

Xavier, M. (2010). *Estrategias de posicionamiento*. Recuperado de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>

Anexos

Anexo N°1. Entrevista

Universidad Tecnológica de El salvador	
Facultad de Ciencias Empresariales	
Tema: Diseño de estrategias de posicionamiento del turismo cultural en relación al patrimonio cultural e inmaterial del municipio de Aguilares	
Entrevista para las instituciones públicas y privadas	
Objetivo: Indagar sobre las instituciones involucradas públicas, privadas y sin fines de lucro que intervienen en los atractivos turísticos.	
Nombre:	
Cargo:	Edad:

1. ¿Considera usted que nuestro país tiene patrimonio cultural histórico?
2. ¿Cree usted que Aguilares es un municipio conocido por la población salvadoreña?
3. ¿Opina usted que Aguilares cuenta con patrimonio cultural histórico?
4. ¿podría mencionar los atractivos que usted conoce de Aguilares?
5. ¿Ha solicitado la alcaldía ayuda al ministerio de cultura para dar a conocer el municipio turísticamente?
6. ¿Dentro de la alcaldía se tiene algún proyecto o estrategia para posicionar y expandir el turismo del municipio?
7. ¿Cuenta Cihuatan con aliados para darle publicidad al sitio arqueológico?
8. ¿Considera usted que la situación delictiva es lo que más afecta para que los turistas no visiten Aguilares?
9. ¿Usted considera que el municipio de Aguilares ha logrado desarrollo local?
10. ¿Cómo posicionaría usted el turismo en Aguilares?

Anexo N.º 2 Cuestionario

Universidad Tecnológica de El Salvador	
Facultad de Ciencias Empresariales	
Tema: Diseño de estrategias de posicionamiento del turismo cultural en relación al patrimonio cultural e inmaterial del municipio de Aguilares	
Encuesta para líderes de opinión de la comunidad	
Objetivo: Determinar si la comunidad del municipio de Aguilares está trabajando de la mano para la municipalidad para efectuar el desarrollo local.	
Nombre:	
Lugar:	
Sexo:	Edad:

1. ¿Cuánto tiempo tiene de residir en Aguilares?
2. ¿Qué recomienda que haya en el municipio de Aguilares, para que la población se interese en conocer su cultura?
3. cómo se involucra usted en las actividades del municipio
4. que considera usted que podría hacer la alcaldía para posicionar el municipio
5. ¿Como se involucra en los proyectos y actividades que realiza la alcaldía?

Indicación: seleccione solamente una respuesta que considere pertinente a cada pregunta, marcando con una “x” la respuesta de su elección.

6. ¿Usted considera que el municipio de Aguilares ha logrado desarrollo local?

Sí ☐

No ☐

Porque:

7. ¿Considera que en Aguilares hay zonas potenciales para hacer turismo?

Si ☐

No ☐

Porque:

8. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos de Aguilares usted ha visitado?

Parque Arqueológico Cihuatan

☐

Aventura tropical

☐

Hacienda la Toma

☐

Estación ferroviaria

☐

9. Con que frecuencia a visitado estos lugares

1 a 3 veces al año

☐

1 a 5 veces al año

☐

10. como considera usted el atractivo turístico Cihuatan?

Bueno

☐

Excelente

☐

Mapa de Aguilares.



El principal río que envuelve a Aguilares es el río Acelhuate funciona como límite con los municipios de Guazapa y Suchitoto.



Alcaldía municipal de Aguilares



Hacienda la Toma



Parque central de Aguilares



La nueva estacion ferroviaria la Toma de Aguilares



Antigual imagen de la estacion ferroviaria



Iglesia el señor de las misericordias



Parque arqueológico de Cihuatlan



Aventura Tropical

