

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**“PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD
ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE”**

TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:

GALDAMEZ HERNANDEZ, FATIMA CAROLINA

VELASQUEZ PEREZ, JENNIFER NATHALY

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENERO, 2012

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO GENERAL

DOCTORA ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ING. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS

DOCENTE DIRECTOR

LIC. NIXON ROGELIO HERNANDEZ

COORDINADOR DEL SEMINARIO

LIC. RAFAEL ARÍSTIDES CAMPOS

ENERO 2012

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por ser el guía en todo momento de mi vida y permitirme alcanzar todos mis propósitos, a mi padre Armando Galdámez y mi madre María Hernández por ser un ejemplo de vida, por brindarme su apoyo incondicional, amor, consejos, por ayudarme a ser una persona íntegra; a mis hermanos y hermanas por su apoyo a lo largo de mis estudios y por ser ejemplo de unidad, esfuerzo y perseverancia. Finalmente, a todos aquellos que de alguna manera especial contribuyeron para que una de mis metas se hiciera realidad.

Fátima Galdámez

A Dios todopoderoso: por darme sabiduría, salud, protección en mi vida y permitirme culminar mis estudios.

A mis padres: por su apoyo, sacrificio y consejos que siempre me inspiraron estudiar.

A mis hermanos: les doy las gracias por darme su apoyo y comprensión en todos los momentos necesarios para alcanzar mis metas.

A mis demás familiares: por darme consejos durante mis estudios y amigos por brindarme su amistad.

Nathaly Velásquez

Queremos dar un especial agradecimiento a la Lida. Gladys del Carmen Flores por su amistad y apoyo incondicional a lo largo de la investigación, y a nuestro docente director Lic. Nixon Rogelio Hernández por brindarnos su apoyo y compartir sus conocimientos.

INDICE

RESUMEN

INTRODUCCION

CAPITULO I.

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO, PLAN DE DESARROLLO TURISTICO, Y CALIDAD DE VIDA

1.1	Antecedentes y Generalidades del turismo	1
1.1.1	Historia del turismo	1
1.1.2	El turismo en El Salvador	3
1.1.3	El turismo en Sonsonate	7
1.1.4	El turismo en Izalco	8
1.1.4.1	Población	9
1.1.4.2	Recursos Turísticos	9
1.1.5	Generalidades del Turismo	12
1.1.5.1	Concepto de Turismo	12
1.1.5.2	Importancia del Turismo	13
1.1.5.3	Clasificación del Turismo	13
1.1.6	Oferta Turística	15
1.1.6.1	Diagrama de la Oferta Turística	15
1.1.6.2	El Producto Turístico	16
1.1.7	Demanda Turística	19
1.2.	Organismos impulsores del Turismo en El Salvador	20
1.2.1	Organización Internacional del Turismo (OMT)	20
1.2.2	Ministerio de Turismo (MITUR)	21
1.2.3	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	22
1.2.4	Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	22

1.2.5	Cámara Salvadoreña de Turismo	23
1.2.6	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	23
1.2.7	Secretaria de Cultura	23
1.2.8	Municipalidades	24
1.3	Plan de Desarrollo Turístico	24
1.3.1	La planeación	24
1.3.2	Importancia	25
1.3.3	Definición de plan	25
1.3.4	Tipos de planes	25
1.3.4.1	Plan Estratégico	25
1.3.4.2	Tácticos o Funcionales	26
1.3.4.3	Plan Operativo	26
1.3.5	Plan de Desarrollo	26
1.3.5.1	Desarrollo	26
1.3.5.2	Plan de Desarrollo	27
1.3.6	Plan de Desarrollo Turístico	27
1.3.6.1	Plan de Desarrollo Turístico	27
1.3.6.2	Importancia	27
1.3.6.3	Etapas del plan de Desarrollo Turístico	28
1.4	Actividad Económica	32
1.4.1	Definición	32
1.4.2	Sector Primario	33
1.4.3	Sector Secundario	33
1.4.4	Sector Terciario	34
1.4.4.1	Comportamiento del Turismo 1995-2010	35
1.4.4.2	Contribución del turismo al PIB 1995-2009	36
1.5	Crecimiento Económico	37
1.5.1	Calidad de Vida	37

CAPITULO II.

DIAGNOSTICO ACTUAL DEL DESARROLLO TURISTICO Y LA SITUACION ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

2.1	Objetivos del Estudio	39
2.1.1	General	39
2.1.2	Específicos	39
2.2	Importancia	39
2.3	Metodología de la Investigación	40
2.3.1	Método de la Investigación	40
2.3.2	Tipo de la Investigación	40
2.3.3	Diseño de la Investigación	41
2.3.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de información	41
2.3.4.1	Técnicas de Recolección de Datos	41
2.3.4.2	Instrumentos de Recolección de Datos	42
2.3.5	Universo y Muestra	43
2.3.5.1	Universo	43
2.3.5.2	Muestra	44
2.3.6	Alcances y Limitaciones	48
2.3.6.1	Alcances	48
2.3.6.2	Limitaciones	49
2.4	Diagnostico de la situación actual del desarrollo turístico del municipio de Izalco, departamento de Sonsonate	49
2.4.1	Inventario de Recurso Turísticos	49
2.4.2	Análisis de la Oferta Turística	61
2.4.2.1	Recursos Turísticos	61
2.4.2.2	Atractivos Turísticos y Planta Turística	64
2.4.2.3	Servicios Complementarios	65
2.4.2.4	Medios de Transporte	65

2.4.2.5	Infraestructura Básica	66
2.4.3	Análisis de la Demanda Turística	66
2.4.3.1	Cuantitativa	66
2.4.3.2	Cualitativa	67
2.4.4	Análisis de la Competencia	68
2.4.5	Análisis FODA	71
2.4.5.1	Análisis Interno	73
2.4.5.2	Análisis Externo	76
2.4.5.3	Cruce de Variables FODA	78
2.5	Conclusiones y Recomendaciones	90
2.5.1	Conclusiones	90
2.5.2	Recomendaciones	92

CAPITULO III

PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL FORTALECIMIENTODE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

3.1	Generalidades	94
3.2	Objetivos	95
3.2.1	General	95
3.2.2	Específicos	95
3.3	Importancia	95
3.3.1	Sector turismo	95
3.3.2	Actividad económica	96
3.3.3	Social	96
3.4	Duración del Plan Estratégico	96
3.5	Mercado Meta	97
3.6	Desarrollo del Plan de Desarrollo Turístico	97

3.6.1	Actividades Previas a la Propuesta	97
3.6.2	Formulación del Plan de Desarrollo Turístico	98
3.6.2.1	Definición de la filosofía estratégica	98
3.6.2.2	Determinación de las estrategias	100
3.6.2.2.1	Estrategia de Promoción	100
	1) Estrategia de Comercialización	100
	a) Producto	100
	b) Precio	100
	c) Plaza	101
	d) Promoción	101
	2) Mezcla Promocional	101
	a) Venta Personal	102
	b) Promoción de Ventas	106
	c) Relaciones Públicas	109
	d) Publicidad	111
	e) Programación	125
	f) Presupuestos	128
3.6.2.2.2	Estrategia de Señalización Vial	130
3.6.2.2.3	Rutas Turísticas	138
3.7	Elaboración de Propuesta de Gestión	161
3.7.1	Objetivos	161
3.7.2	Actividades a Realizar	161
3.7.3	Medios de Financiamiento	163
4.	BIBLIOGRAFIA	164
	ANEXOS	166
Anexo 1	Departamento de Sonsonate, el salvador	
Anexo 2	Municipio de Izalco, departamento de Sonsonate	

- Anexo 3 Formato de cuestionario
- Anexo 4 Formato de guía de guía de entrevista
- Anexo 5 Guía de observación sobre la oferta turística del municipio de Izalco
- Anexo 6 Guía de análisis de grupo focal para conocer la oferta turística del municipio de Izalco
- Anexo 7 Habitantes por municipio mayores de 18 años que conforman el área metropolitana de san salvador (AMSS) y el municipio de Izalco. Proyecciones para el 2011
- Anexo 8 Calculo de la muestra del área metropolitana de san salvador (AMSS)
- Anexo 9 Calculo de la distribución para el paso de encuestas en al área metropolitana de San Salvador
- Anexo 10 Cálculo de la muestra del municipio de Izalco
- Anexo 11 Guía de observación para el diagnostico de la oferta turística
- Anexo 12 Resultados obtenidos de la encuesta dirigida a los potenciales turistas del municipio de Izalco y el área metropolitana de San Salvador

RESUMEN

El turismo es una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico de los países, ya que es un segmento económico de mucho potencial en la generación de riquezas que acompañado de elementos sociales y culturales es una alternativa para el desarrollo integral de los diferentes sectores. En vista de lo anterior y conociendo que el municipio de Izalco cuenta con la infraestructura básica necesaria, los recursos y atractivos turísticos para ser potenciados y poder convertirse en uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional, se realizó la presente investigación cuyo propósito es elaborar un plan de Desarrollo Turístico que fortalezca la actividad económica del municipio de Izalco, en el departamento de Sonsonate.

La investigación realizada fue de carácter exploratorio, empleando un conjunto de procedimientos lógicos e instrumentos confiables para poder obtener toda la información necesaria y oportuna que permitiera elaborar una propuesta de acuerdo a las necesidades y particularidades del municipio.

Consta de tres capítulos, en la primera parte se recopiló toda la información relevante por medio de fuentes de información primaria y secundaria, para elaborar el marco teórico que sirve de referencia para el conocimiento del tema en estudio; el capítulo dos consiste en la elaboración del diagnóstico sobre las condiciones actuales del desarrollo turístico y la situación económica del municipio, en el que se auxilió de una serie de técnicas como: encuestas, entrevistas, focus group y observación directa, logrando así obtener información valiosa sobre la oferta turística, demanda turística y su funcionamiento, información que fue analizada dando como resultado una serie de conclusiones y recomendaciones en función de las necesidades identificadas.

El capítulo tres es la respuesta al diagnóstico efectuado por medio de un Plan de Desarrollo Turístico que busca ampliar la oferta turística nacional y promover la demanda de la misma, haciendo énfasis en la realización de turismo interno, de esta forma poder promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos, además de generar empleos y contribuir al fortalecimiento económico y social del municipio. En función de lo anterior se diseñaron tres estrategias orientadas a promover el desarrollo turístico del municipio y fortalecer la actividad económica: estrategia de promoción, estrategia de señalización y estrategia de rutas turísticas.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación contiene el diseño de un Plan de Desarrollo Turístico para fortalecer la actividad económica del municipio de Izalco departamento de Sonsonate, el cual tiene como finalidad de aumentar la afluencia turística del municipio a través de la implementación de estrategias que permitan aprovechar la oferta turística.

El desarrollo de la investigación cuenta con tres capítulos los cuales se describen a continuación: en el primer apartado de esta investigación se da a conocer toda la parte teórica relacionada al tema de investigación la cual es de mucha importancia para el desarrollo de la misma, se plasman algunos conceptos generales del turismo así como su importancia y la clasificación del mismo, abordando el crecimiento económico vinculado a la calidad de vida.

El segundo capítulo abarca la importancia del trabajo de investigación, en esta apartado se muestran los objetivos del estudio realizado, así como los tipos y diseño de la investigación aplicada, incluyendo el diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico del municipio, que es el producto obtenido de los datos arrojados por las técnicas e instrumentos utilizados. Así mismo, se detallan una serie de conclusiones y recomendaciones que dan paso a la elaboración del plan de desarrollo turístico para el municipio de Izalco.

El tercer capítulo es el resultado final de la investigación, es decir que en él se dan a conocer las estrategias elaboradas para dar respuesta a las necesidades identificadas en área turística, dichas estrategias conforman la propuesta de un plan de desarrollo turístico para el fortalecimiento económico de del municipio de Izalco, departamento de Sonsonate, con el cual se pretende que al ser implementado contribuya a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de dicha zona, incremente la demanda turística y mejore la oferta turística existente. Cada una de las tres estrategias elaboradas contiene las diferentes acciones a realizar por cada componente de la oferta turística, es decir que se detallan los pasos a seguir para su implementación y obtención de objetivos deseados.

CAPITULO I.

ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO, PLAN DE DESARROLLO TURISTICO, ACTIVIDAD ECONOMICA Y CRECIMIENTO ECONOMICO.

1.1 ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL TURISMO

1.1.1 HISTORIA DEL TURISMO¹

Es innegable que existan múltiples interpretaciones respecto al turismo, fenómeno que si bien es cierto tiene antecedentes remotos, solo a nuestros días y debido a sus importantes repercusiones en la vida social, económica y cultural de los pueblos, ha merecido la debida atención.

Cabe mencionar que el tema de los viajes es excitante y fascinante, los primeros seres humanos se trasladaron de un lugar a otro durante cerca de un millón de años. Se puede mencionar las épocas remotas en que los peregrinos y romeros, impulsados por sentimientos religiosos o viajeros atrevidos por espíritu de aventura o curiosidad, emprendieron andanzas desafiando toda clase de peligros, hambre y cansancio.

El turismo se desarrolla a través de la historia lenta y espontáneamente en los países Europeos y en Estados Unidos, el turismo como movimiento importante de volumen de personas, toma fuerzas al establecerse el ferrocarril como medio de transporté en la década de 1830.

La aparición del ferrocarril viene a marcar la verdadera aparición del turismo masivo, el turismo constituyo un privilegio de las clases sociales adineradas, es decir de la clase social constituida por grupos de gran poder económico. Muchas de estas personas viajaban, además del placer que de ello se deriva, porque era un acto notorio de sobresalir como persona importante en la sociedad. Hoy en día todo ha cambiado, el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a un mayor número de personas y estratos sociales.

Lo interesante en la historia del turismo no es la secuencia cronológica de su desarrollo sino mas bien el provecho que pueden obtener quienes ahora tratan de desarrollar la actividad a partir de la experiencia de otros países ya desarrollados en esta área.

¹ Walter Hunziker , Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1992.

a) Época del turismo elitista².

Cubre hasta mediados del siglo XIX (1850). Durante esta época la práctica turística quedaba reservada a grupos minoritarios, cuyos miembros disponían del tiempo necesario para viajar con espíritu de aventura y con recursos económicos elevados. Como características de esta época se pueden mencionar las siguientes:

- ✓ Los caminos modernos se encontraban en su etapa inicial, y las líneas férreas no existían o eran muy escasas.
- ✓ El único medio de transporte masivo era el barco.
- ✓ Existían pocos establecimientos de hospedajes y alimentación.
- ✓ No habían medios publicitarios ni organizaciones que promovieran los lugares turísticos.

b) Época de transición.

Cubre hasta la primera mitad del siglo XX (1950) en la que inicia la etapa de su popularización precursora del turismo masivo. Durante esta época, los viajes por motivo de recreo, salud o cultura son practicados por personas proviniendo de sectores más numerosos de la población. Como características de esta época se pueden mencionar:

- ✓ En el año de 1841, Thomas Cook organiza la primera excursión de carácter comercial, utilizando el ferrocarril como medio de transporte para grupos que cumplen fines turísticos.
- ✓ Las antiguas posadas se superan y se multiplica el hotel como único tipo de hospedaje. Surgen en Europa las primeras escuelas de hostelería.
- ✓ Al generalizarse los medios de transporte, un número mayor de personas acuden a las prácticas del turismo sin necesidad de tener altos recursos económicos.
- ✓ Se inventa el automóvil y el avión. Se multiplican los caminos y aparecen las carreteras.
- ✓ Se construyen vías de ferrocarril más anchas y mejor trazadas.
- ✓ Se edifican los primeros aeropuertos.
- ✓ Se abren nuevos puertos marítimos.
- ✓ Aparecen agentes de viajes y los organismos privados y oficiales de turismo.
- ✓ Se empieza a usar la publicidad para promover los centros turísticos.

² Walter Hunziker, Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1992

- ✓ En algunos países el trabajador comienza a disfrutar de legislaciones más liberales que le permiten viajar.

c) Época del turismo en desarrollo o masivo.

Comienza a partir de la segunda mitad del siglo XX hasta nuestros días (1950-2011). En esta época el turismo ya es accesible a las mayorías y establecido como imperativo social, económica y cultural de los pueblos. Entre los aspectos que se pueden destacar en esta época se encuentran:

- ✓ Se permite el transporte masivo de pasajeros.
- ✓ La construcción, modernización y diversificación de establecimientos de hospedaje facilitan y estimulan las visitas temporales en lugares distintos al de las residencias.
- ✓ Se dota de obras básicas de infraestructura tales como puertos marítimos, marinas, súper carreteras, aeropuertos, instalaciones de energía eléctrica, agua potable y centros recreativos que favorecen y fomentan el desarrollo del turismo.
- ✓ Se cuenta con disposiciones que reglamente las actividades turísticas y laborales lo cual propicia el desarrollo armónico y equilibrado del ramo.
- ✓ Los organismos turísticos oficiales y privados planifican y desarrollan profesionalmente sus funciones.
- ✓ El agente de convierte en la parte dinámica del turismo, con ofertas o paquetes atractivos, promoviendo y difundiendo las atracciones turísticas.

1.1.2 EL TURISMO EN EL SALVADOR

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador, si bien es cierto en las últimas dos décadas fue una actividad que se explotó poco debido a la inestabilidad política en el país.

En los últimos años El Salvador le ha apostado al turismo como fuente de ingreso, a pesar de que este cuenta con la región más pequeña de Centroamérica aproximadamente de 21,040.79 km². Podemos encontrar una diversidad de ambientes aptos para el turismo como; su naturaleza, sus playas, comida

típica, cultura, tradiciones, clima cálido, bosques tropicales, reservas naturales. Con un equipamiento turístico de toda clase.

El Salvador ofrece al turista paisajes, cultura, arquitectura, sitios coloniales y arqueológicos, playas, ríos y lagos, en fin cuenta con una gran diversidad de formas de hacer turismo.

El turismo, aporta a El Salvador una oportunidad de desarrollo económico, que inicio después de los acuerdos de paz, firmados en 1992 a pasos muy lentos, ya que su infraestructura entre otros aspectos era muy pobre, pero en 1994 a tan solo dos años de los acuerdos de paz, hubo alrededor de 181,000 turistas³, generando un ingreso de 28.80 millones de dólares, tres años mas tarde se crea la Corporación Salvadoreña de Turismo, la cual para el mismo año genera 387,000 turistas lo que significo un ingreso de 74.70 millones de dólares.

En el año 2004 ingreso 424,7 millones de dólares a la economía, en este mismo año se creo el Ministerio de Turismo. Para el 2008 según autoridades del sector, El Salvador logró recibir unos 411 millones de dólares en concepto de turismo⁴, durante el primer semestre de ese año ingresaron casi un millón de visitantes.

El Ministerio de Turismo (MITUR) señaló en un informe de la Revista Quincenal, editada por CORSATUR en los meses de Julio- Agosto que se esperaba que al cerrar el 2009 arriben al territorio nacional 1.664 millones de paseantes.

Al valorar la demanda turística de El Salvador, cabe resaltar la magnitud de llegadas efectivas de turistas, como ya se ha mencionado. Sin embargo, el país muestra signos de debilidad respecto a la estancia promedio así como al gasto efectuado. Esta situación denota que el atractivo turístico de El Salvador es innato, por el volumen de turistas que recibe, aunque el sistema turístico existente en el país debe potenciarse para maximizar los beneficios de dicha situación.

La mejora del mencionado sistema turístico conlleva la realización de esfuerzos conjuntos desde la Administración Pública así como del sector privado. En este sentido, es apreciable la buena voluntad que ambas esferas de la actividad turística manifiestan, muestra de ello son una serie de rutas turísticas que se han creado con la finalidad de explotar el potencial turístico con el que cuenta el país, entre las que se pueden mencionar:

³ Boletín Informativo de Estadísticas Anuales de Turismo en El Salvador (1995)

⁴ Boletín Estadístico del MITUR.

a) Ruta Arqueológica (La Libertad y Santa Ana):

Esta ruta se enfoca en los principales sitios arqueológicos con los que cuenta el país. En la ruta se encuentra; las ruinas de San Andrés ubicadas en el Valle de Zapotitan; las tres pirámides restauradas, una de ellas con una altura de 10 m, en el área también se encuentran estructuras que todavía están recubiertas por desechos volcánicos procedentes de la erupción del Volcán el Playón en 1917, en la misma área se encuentra un museo con exposiciones de piezas encontradas en la zona; en la ruta también se encuentra Joya de Cerén, la cual es considerada como el sitio más importante del mundo maya, ya que este descubrimiento muestra la forma de vida de los Mayas de hace mas de 1,400 años; en Chalchuapa se encuentra la Casa Blanca, siendo esta uno de los últimos sitios descubiertos en el país. En este sitio se pueden encontrar estructuras entre ellas dos pirámides de baja altura, museo en el que se exponen pequeñas piezas de jade y cerámica encontradas en la zona, así como un taller de teñido de añil en donde se puede observar el proceso, Siempre en la Ciudad de Chalchuapa se encuentra El Tazumal, considerado como el sitio arqueológico principal del país, donde existió un asentamiento maya considerado como uno de los más importantes alrededor de los años 100-200 d.C. en el sitio se pueden observar tumbas, palacios, pirámides y objetos pertenecientes a los mayas, además un museo con la historia de estas ruinas.

b) Ruta de las flores:

Esta ruta se encuentra ubicada entre los Departamento de Sonsonate (Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco) y Ahuachapán (Apaneca y Ataco). Esta ruta es promovida por el Ministerio de Turismo desde la segunda mitad de los años noventa, ya que los municipios incorporados cuentan con atractivos de valor cultural, paisajístico y religioso.

A lo largo de la ruta se puede disfrutar de una diversidad de hostales, restaurantes, artesanías y ferias gastronómicas.

c) Ruta Paraíso Artesanal.

Interesante recorrido de 100 Km., aproximadamente desde la ciudad capital pasando por el punto mas alto del país (Cerro El Pital a 2730 metros sobre el nivel del mar). Descubriendo las principales artesanías de

nuestros pueblos. Visitando el parque arqueológico más grande de El Salvador que cuenta con pirámides, cancha del juego de pelota, museo y más.

d) Ruta del café (La Libertad):

Esta ruta está ubicada al oeste de San Salvador a 38 Km. sobre la carretera panamericana. sobre esta ruta se encuentra el municipio de Jayaque, esta ruta es ideal para las personas amantes del café, ya que en el municipio se localiza La Esperanza, El Carmen y Santa Elena, donde le muestran a los visitantes el proceso de producción del café.

e) La Ruta de la Paz (Morazán):

Sobre esta ruta se encuentran los pueblos de Perquín, El Mozote, Corinto, Arandola y Cacaopera, lugares que se identifican por haber sido afectado, en gran manera durante el período de guerra en EL Salvador, ya que estos fueron blancos de acciones militares, que después de los Acuerdos de Paz, estos pueblos se convirtieron en iconos de la guerra de El Salvador. Se creó un Museo en donde se realizan exposiciones fotográficas de poblados en la época de la guerra, armas y uniformes.

Esta ruta destaca por su trascendencia en la historia, complementándose con la riqueza que ofrecen sus paisajes montañosos y con su aire poco contaminado.

f) La Ruta de los Volcanes:

La ruta de los volcanes ubicada dentro de la cadena costera, de montañas y volcanes, se extiende hacia el extremo este y Oeste de El Salvador. La Ruta de los Volcanes es integrada por 12 elevaciones entre volcanes cerros y montañas aproximadamente.

Además de las rutas ya establecidas, El Salvador cuenta con otros atractivos como: sus Iglesias, ríos, lagos, playas, reservas ecológicas, gastronomía, sitios arqueológicos y culturales, alojamientos, discotecas, ferias artesanales y gastronómicas, fiestas patronales, parques. El reto para el país es lograr adecuar estos atractivos y recursos para atraer más turistas y hacer de este rubro una fuente de crecimiento económico para el estado.

1.1.3 EL TURISMO EN SONSONATE.

Una de las particularidades del Departamento de Sonsonate, reside en los fuertes remanentes indígenas que aún subsisten en sus pueblos más tradicionales, como Izalco y Nahuizalco, donde aún es posible encontrar algunas mujeres que utilizan el traje tradicional indígena, algunas ceremonias maya, y el trabajo artesanal de cestería. Contrastante son las fuertes costumbres de la época Colonial, en especial durante las celebraciones de festividades religiosas y la producción de algunas de las más conocidas artesanías de mimbre de El Salvador.

Sonsonate es un departamento eminentemente dedicado a la agricultura, pues su fértil suelo volcánico permite una amplia variedad de cultivos, como el algodón, la caña de azúcar, el frijol, el maíz y el café. La economía sonsonateca también se ve favorecida por el Puerto de Acajutla; el más importante y con la mejor infraestructura de todo el país (ver mapa de Sonsonate en anexo 1).

En la zona existe la denominada «Ruta de las Flores», recorrido que incluye la visita a poblados ricos en tradiciones de este departamento y Ahuachapán. Tales municipios incluyen a Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Concepción de Ataco y Tacuba.

Otro de los grandes atractivos turísticos es el complejo natural “Parque nacional los volcanes” que comparte con el departamento de Santa Ana, Sonsonate es llamada la cuna del montañismo Salvadoreño debido a su situación geográfica en la cordillera Apaneca-Lamatepec, los volcanes Izalco y San Marcelino están dentro de su jurisdicción y el arrecife de coral llamado Los cobanos.

En el departamento se fusionaron la religión católica y las creencias indígenas, reforzadas durante la colonia con diferentes demostraciones de fe de estos, como por ejemplo podemos mencionar en el municipio de Izalco la procesión de los tronos se realiza en la culminación de las fiestas de pascua con el levantamiento del trono en la plaza pública. Antaño se pasearon en hombros por las principales calles y hoy por los cables del tendido eléctrico se ha producido cambios, pero a pesar de esto continúan las tradiciones.

Así también encontramos en Sonsonate, Izalco, Cuisnahuat, Santa Isabel Ishuatán, asociaciones que tienen como tradición la procesión del santo entierro, organizado por varias hermandades llamadas cofradías, unido con las fiestas patronales de cada localidad. Otra tradición importante es las reuniones de

los compadres de Cuisnahuat que devuelven la visita a sus compadres de Jayaque, tradicionalmente pasan juntos en vigilia bebiendo Chicha en honor a San Lucas y a San Cristóbal, santos que son padrinos del niño Jesús según la tradición, esta se realiza en la cueva de los compadres ubicada en Cuisnahuat. Todas estas fiestas o costumbres son una mezcla que tiene origen precolombino y católico.

1.1.4 EL TURISMO EN IZALCO

Izalco cuyo nombre en Náhuatl significa⁵ lugar de las casas de Obsidiana⁶. Con el mismo nombre se le conoce al volcán que fuera un faro natural para los navegantes, también hace referencia a los famosos brujos y es un pueblo que guarda una rica historia que nos traslada hasta las épocas prehispánica y colonial, así como a uno de los sucesos trágicos de la historia del país: la masacre de los indígenas en 1932.

Izalco es uno de los dieciséis municipios que conforman el departamento de Sonsonate, está a 65 km de San Salvador, situado al Nor Oriente de Sonzacate y está limitado por los siguientes municipios: al norte, por Nahuizalco y Santa Ana (departamento de Santa Ana); al este, por El Congo (departamento de Santa Ana) y Armenia; al sur, por San Julián, Caluco, Sonsonate y Nahulingo; y al oeste, por Sonsonate, Sonzacate y Nahuizalco.

Para el departamento es el tercer municipio más grande por su superficie y el segundo más grande por su población con 70,959 habitantes según publicaciones de la DYGESTIC para el año 2007, está constituido por 25 cantones⁷, más que cualquier otro de la Región de Sonsonate.

La ciudad de Izalco y su entorno de planicie se sitúan junto a la carretera CA-8⁸ lo que le otorga muy buena comunicación con la zona metropolitana que se configura como su principal mercado emisor para la Región así como con la ciudad de Sonsonate que actúa como centro de servicios.

⁵Jorge Larde y Larin. El Salvador: historia de sus pueblos, villas y ciudades. CONCULTURA, 2000

⁶ Obsidiana: roca volcánica vítrea, de color negro o verde muy oscuro.

⁷ Ver mapa de Izalco en anexo 2

⁸ Carretera que conecta a San Salvador-Izalco-Sonsonate-Acajutla.

1.1.4.1 POBLACIÓN

El municipio tiene una población de 70,959 habitantes, la que está conformada por un 7.68% población infantil entre los 0 y 3 años; un 7.08% entre los 4 y los 6 años; el 27.14% por jóvenes entre 7 y 17 años; la mayor parte de la población se concentra entre las edades de 18 y 59 años con un 49.73%; y el restante 8.34% está comprendido por una población mayor de 60 años; de acuerdo al último Boletín del VI Censo de Población y V de Vivienda 2007 publicado por la Dirección General de Estadísticas y Censos.

Es una población en su mayoría católica, que aún conserva muchas tradiciones indígenas y religiosas como la procesión de los tronos se realiza en la culminación de las fiestas de pascua con el levantamiento del trono en la plaza pública.

El desarrollo socioeconómico de la zona, en 2004 mostraba que los principales sectores de actividad se distribuían el empleo de la siguiente manera⁹: el sector agropecuario-piscícola empleaba al 29%, el sector industrial al 17%, el comercio al 24%, los servicios varios (excluyendo los financieros e inmobiliarios) al 15%, y la construcción al 6%. Para el año 2006 los índices de analfabetismo y escolaridad mostraban que más de una quinta parte de la población adulta (23.4%) no sabía leer o escribir¹⁰.

Entre el 1998 y el 2005 Izalco experimentó un alza neta de 683 establecimientos totales, representando un incremento neto de 1,428 puestos de trabajo en establecimientos registrados por DIGESTYC. Pero a pesar de estos síntomas de dinamismo, en 2004 Izalco registró una tasa de desempleo del 9% para mayores de 15 años y del 11.6% para las personas entre 15 y 24 años de edad. Lo anterior indica la existencia de dificultades de inserción para la población que participa en el mercado laboral.

1.1.4.2 RECURSOS TURÍSTICOS

La incursión del municipio en las actividades turísticas ha venido en aumento en los últimos años, trabajando de la mano con el gobierno municipal y otras instituciones y empresas interesadas en invertir en el municipio, lo que ha contribuido a su reconocimiento a nivel nacional, a ampliar poco a poco su oferta turística y a mejorar las condiciones de vida de los pobladores involucrados en los proyectos turísticos, por lo que la Alcaldía sigue apostando a realizar proyectos que desarrollen y fortalezcan la actividad turística en el municipio.

⁹ Informe final del plan de desarrollo territorial para la región de Sonsonate 2008 elaborado por el FISDL

¹⁰ *Ibíd.*

Las características orográficas¹¹ otorgan al municipio un elevado potencial de desarrollo turístico que resulta de la combinación de espacios naturales protegidos y una actividad de turismo cultural que goza ya de cierto reconocimiento.

El icono más relevante del área turística es conocido como el Complejo de los Volcanes al que pertenece el volcán de Izalco, este volcán presenta un cono perfecto que está rodeado de otros cerros como los de Conejal y Chino que limitan con el departamento de Santa Ana con el que se comparte el litoral del lago Coatepeque.

Además Izalco tiene varios atractivos turísticos que ya son explotados, de hecho algunos empresarios ya tienen ofertas turísticas y la alcaldía tiene una oficina de promoción turística en la que brinda información para los paseos, realiza contactos con operadores y organiza excursiones a diferentes puntos del municipio como al volcán, a la ciudad o zonas del campo.

A continuación algunos de esos lugares mágicos¹² de Izalco no es solo un volcán ni tampoco un sitio para las brujerías, es un municipio para explorar y disfrutar, es un lugar donde lo mágico se mezcla con la belleza natural.

a) Templos

La religiosidad de Izalco es una de las más célebres del país, comparable con la de Sonsonate. Eso se puede comprobar en las festividades de Semana Santa, en sus procesiones solemnes y las urnas con un decorado exquisito en detalles. El fervor religioso también se puede ver en las dos iglesias que tiene este poblado: la Parroquia Dolores, ubicada al norte y parte alta del pueblo y La Asunción, situada al sur. Cuando el visitante ingresa a Izalco uno de los primeros atractivos que encontrará son las ruinas de La Asunción, vestigios de la iglesia colonial levantada por los españoles con los ladrillos de barro y que fue destruida por el terremoto de Santa Marta en 1773, el mismo que destruyó Antigua Guatemala. A la par de estas ruinas está la actual iglesia La Asunción, reconstruida después de los terremotos del 2001 de una manera más sobria que sus antecesoras.

¹¹ Orografía: conjunto de montañas de una región o país.

¹² Revista Magazine proporcionada por la Alcaldía Municipal de Izalco.

b) La casona de los Vega

Este es un buen lugar para aquel visitante que quiere recorrer la mayor cantidad de lugares y pernoctar en Izalco. Es un sitio acogedor con un ambiente añejo. De hecho la casa ya tiene más de 140 años de existencia y es atendida por sus propietarios. También ofrecen paquetes turísticos con visitas a sitios arqueológicos, a la cueva de Shanejek, un paseo donde está la virgen de La Lava, colocada en las afueras del pueblo para detener la lava que había lanzado el volcán de Izalco. También se recorre el río Caluco y el centro del pueblo.

c) Artista de la madera

Conocido como taller de imaginería El Pesebre, atendido por su propietario, es el lugar idóneo para los amantes de las imágenes religiosas porque aquí se elaboran todo tipo de figuras en madera. Ya sea que desees reparar, comprar o curiosarse cómo trabajan estas obras de arte, lo que debes hacer es visitar la oficina de turismo de la alcaldía o La Casona de Los Vega, pues ellos son el enlace y te lleven a este taller. Este artesano que ya tiene 40 años de darle forma a diferentes tipos de madera es uno de los más buscados de Izalco, incluso ha realizado trabajos para la comunidad de salvadoreños radicados en diferentes países alrededor del mundo.

d) Atecozol

Este balneario se encuentra al costado oriente del casco urbano de Izalco. Con una rica vegetación y un clima agradable, las piscinas de este lugar son abastecidas por nacimientos naturales de la parte alta del municipio. Cuenta con dos piscinas para adultos con un tobogán y cinco piscinas para niños; 34 cabañas así como merenderos donde sirven comida típica de la zona y suculentos almuerzos. Tiene también áreas para un día de campo, juegos infantiles, servicio de guarda parques y canchas para baloncesto o balompié. Tiene una extensión de 24 manzanas y está ambientado con árboles de bálsamo, también posee algunas esculturas como el líder Atonal, la imagen de la Cuyacuat, un ser mitológico mitad serpiente con cabeza de cerdo.

e) Explorando cuevas

En las faldas del volcán de Izalco se encuentran varias cuevas que según los lugareños son venas de lavas subterráneas. Entre estas se encuentran la cueva Shanejek y la del Escorpión, lugares impresionantes que atemorizan por su oscuridad y por la sensación misteriosa que producen. La profundidad que alcanzan es de más de 300 metros. La Shanejek es utilizada por los lugareños para realizar rituales mayas, como parte de la cosmovisión que todavía conservan los descendientes de los indígenas. La del Escorpión es utilizada en el verano para jugar balompié ya que mantiene un lugar fresco. A estos sitios se realizan excursiones para quienes quieran aventurarse.

f) Para los aventureros

En la afueras del casco urbanizado de Izalco se encuentra El Hostal y Restaurante El Chele, ubicado en la final Avenida Roberto Carías, calle a la Violeta, cantón Teshcal, caserío Teshcalito, 800 metros al norte del pueblo. Un lugar excelente para disfrutar de la naturaleza, donde se respira un ambiente de tranquilidad, alejado del bullicio de las ciudades.

Este hostel está ubicado en una propiedad de siete manzanas, cuenta con un pequeño espacio de exhibición donde se muestran piezas arqueológicas, y objetos antiguos, además de un minizoológico. De ahí salen caminatas al volcán con guías turísticos y seguridad de la policía, también hay cabalgatas, visitas a los antiguos riegos de cacao, recorridos al centro urbano y visitas a una zona llamada Las Cumbres, un observatorio de aves y venados cola blanca.

1.1.5 GENERALIDADES DEL TURISMO

1.1.5.1 CONCEPTO DE TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

1.1.5.2 IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de un país. El turismo, es una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico, ya que es un segmento económico de mucho potencial en la generación de riquezas y que acompañado de elementos de tipo social y cultural, es una alternativa para el desarrollo integral de diferentes sectores.

Hoy en día el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingreso en la economía de muchos países, adicional a esto el fomento al turismo permite la generación de empleos a las ciudades aledañas a cada una de los lugares turísticos; algunos de ellos se desempeñan como guías por el conocimiento que poseen del lugar, permite que al turista le sea más fácil ubicarse. Además, los microempresarios exponen sus productos artesanales, en su mayoría propios del lugar para que el turista pueda disponer de ellos, esto permite que las comunidades utilicen el turismo como fuente de ingreso para el desarrollo sostenible.

1.1.5.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

El turismo puede clasificarse de muchas maneras, para la investigación consideraremos la clasificación del turismo en función de propósito del viaje que establece la OMT:

1) Ecológico

El turismo ecológico o ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge los viajeros. El turismo ecológico se promueve como un turismo ético, en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales.



2) Negocios.



Es el turismo que practica la mujer y el hombre de negocios cuando al desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas, paisajes y sitios de diversión. Este mercado en su variante grupal, incluye numerosos segmentos y

productos relacionados con la organización de reuniones de negocios, con diferentes propósitos y magnitudes.

3) Cultural

Se da cuando el atractivo que llama al turista es algún tipo de producción humana, una obra de arte o un conjunto de ellas, es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado y tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico, es más exigente y menos estacional.



4) Rural



Actividades que se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos, y que puede constituirse para los habitantes del lugar en

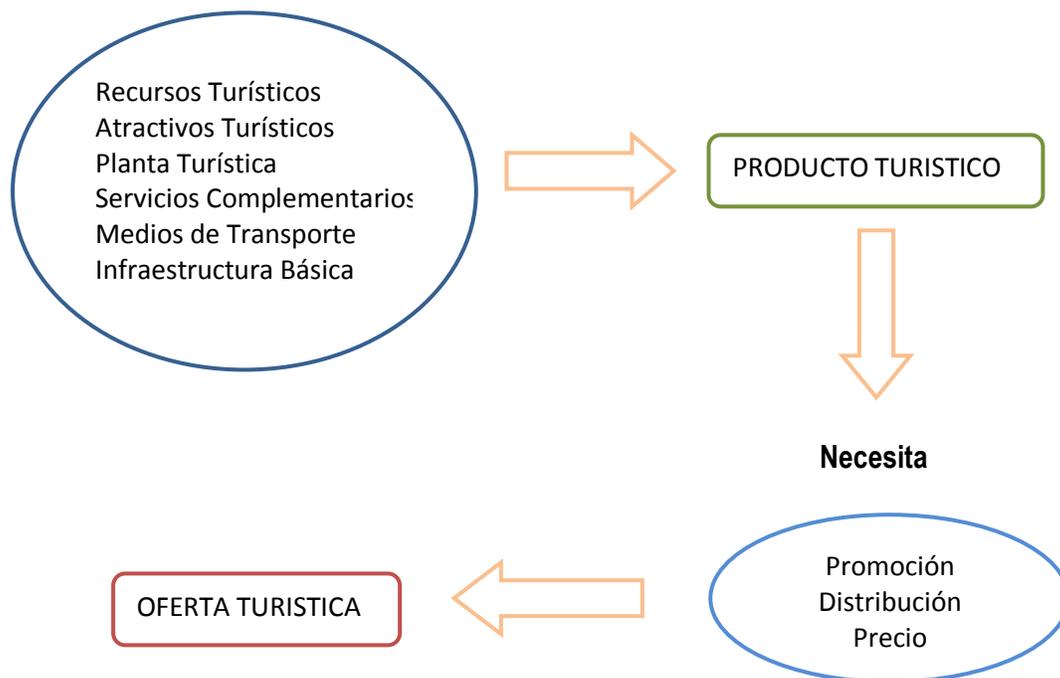
una fuente de ingresos complementarios.

1.1.6 OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

La oferta turística está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación.

1.1.6.1 DIAGRAMA DE LA OFERTA TURÍSTICA.



Fuente: Castellano, Ana María. Planificación turística, adaptabilidad situacional e inserción social. España 1998

1.1.6.2 EL PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado, y está compuesto por¹³:

1) Los recursos turísticos.

Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos se clasifican en:

- a) **Sitios naturales:** esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- b) **Manifestaciones culturales:** se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.
- c) **Folclor:** es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- d) **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas:** comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- e) **Acontecimientos programados:** categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Para conocer cuáles son los recursos turísticos, cuántos son estos y sus características, es necesario contar con un inventario de recursos turísticos. El inventario de recursos turísticos constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y/o culturales, pueden constituir una motivación para el turista. Representa un instrumento valioso para la planificación turística,

¹³Castellano, Ana María. Planificación turística, adaptabilidad situacional e inserción social. España 1998

en cualquier ámbito, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local, regional o nacional.

2) Los atractivos turísticos.

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

3) La planta turística.

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin, estos se clasifican en:

a) Alojamiento: Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros.

Los primeros están conformados por:

- **Hoteles:** que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos).
- **Hoteles-apartamento:** que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes.
- **Moteles:** Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo.
- **Hostal o pensión:** Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales.

Los extra hoteleros agrupan a:

- **Campamentos:** que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).

- **Casa de alojamiento:** normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- **Casas rurales:** comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.

b) **Restaurantes:** son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

4) Los servicios complementarios.

Son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turismo, tales como:

- Sistema bancario.
- Servicios de transporte diversos.
- Servicios de salud.
- Cabinas de Internet.
- Comercio en general.
- Otros (policía, bomberos, etc.).

5) Los medios de transporte.

Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en:

- Transporte terrestre.
- Transporte acuático.
- Transporte aéreo.

6) La infraestructura básica.

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos:

- **Rutas de acceso:** pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
- **Comunicaciones.:** abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, Internet, correo electrónico, etc.
- **Equipamiento urbano:** comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica.

1.1.7 DEMANDA TURÍSTICA

La demanda turística es la que está constituida por los servicios requeridos por los turistas.

La demanda turística, en todo mercado, se divide en¹⁴:

- Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico

En la demanda turística se debe revelar información de tipo cuantitativo y cualitativa¹⁵.

a) Cuantitativa

- Cuantos turistas
- Que consumen
- Donde se alojan
- Duración de la estadía
- Temporada
- Gasto promedio
- Edad, sexo, nivel de estudio, ingresos.

¹⁴Castellano, Ana María. Planificación turística, adaptabilidad situacional e inserción social. España 1998

¹⁵Guía para desarrollar un plan de desarrollo turístico del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura de Costa Rica.

b) Cualitativa

- Tipo de turista
- Origen
- Motivaciones y Expectativas
- ¿Qué es lo que más les gusta?
- ¿Qué es lo que menos les gusta?
- Momento del viaje
- Medios de transporte
- Actividades que realizan
- Profesiones

1.2 ORGANISMOS IMPULSADORES DEL TURISMO EN EL SALVADOR

El impacto del turismo en la economía nacional justifica la importancia de disponer de agentes públicos a nivel nacional que gestionen la política turística de un país, especificando los objetivos fundamentales perseguidos así como las estrategias y tácticas para alcanzarlos, a continuación se listan las principales instituciones impulsadoras del turismo en el país.

1.2.1 ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO (OMT)

Es un organismo especializado de las Naciones Unidas y representa la principal institución internacional en el campo del turismo, que fue creado en 1925, con propósito de promover el turismo. Constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados en este campo.

La OMT desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo.

1.2.2 EL MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)¹⁶

Es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo.

MITUR, es creada por medio del Decreto Ejecutivo Numero en Junio de 2004. Tiene como objetivo principal Mejorar la imagen turística de El Salvador y consolidar el desarrollo del sector turismo, haciendo uso racional de los recursos culturales y naturales como un medio efectivo de generación inmediata y sostenible de empleos y divisas para mejorar las condiciones de vida de la población.

MITUR en colaboración con otros organismos elaboro el plan de desarrollo turístico 2014, que es la herramienta que guiará el accionar en materia turística en nuestro país, es un plan sumamente incluyente, ya que involucra tanto el gobierno central, como municipal, y al sector privado; estableciendo que el grado de cohesión entre ellos será fundamental para alcanzar las metas cuantitativas y cualitativas del desarrollo del turismo en El Salvador.

El plan cuenta con una misión que detalla los pilares fundamentales en los que se debe trabajar y con una ambiciosa visión de cara al 2014, las cuales se muestran a continuación:

Misión Plan de Desarrollo Turístico 2014

“Las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas como privadas, adoptan la Misión de posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región Centroamericana, mediante la ordenación turística del territorio, la mejora cuantitativa y cualitativa de la oferta, así como la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos, haciendo participe, mediante la sensibilización, formación e información, a la comunidad salvadoreña, donde quiera que ésta resida¹⁷”

Visión Plan de Desarrollo Turístico 2014

“En el año 2014, la actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo en el

¹⁶ www.mitur.gob.sv

¹⁷ Plan de Desarrollo Turístico 2014

país. El Salvador será un destino turístico competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, puede potenciar una ventaja diferencial significativa.

Un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismos temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica¹⁸.

1.2.3 CORPORACION SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR)

La Corporación Salvadoreña de Turismo, fue creada en 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita al Ministerio de Turismo. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible.

1.2.4 INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)¹⁹

El ISTU fue creado en 1961, y tiene como misión promover el turismo interno y la recreación familiar brindando un eficiente servicio de calidad en los parques acuáticos y naturales, que promueve el esparcimiento e integración familiar de los salvadoreños. De igual forma por medio de la administración de 11 Parques Acuáticos (Agua Fría, Amapulapa, Apastepeque, Apulo, Atecozol, Costa del Sol, Altos de la Cueva, Los Chorros, Ichanmichen, Toma de Quezaltepeque, y Sihuatehuacán) y 3 Parques Naturales (Balboa, Cerro Verde y Walter ThiloDeininger) ubicados a lo largo y ancho del país, tiene como visión ser la institución rectora de la recreación familiar a través de un sistema de calidad en el servicio, apoyado en una infraestructura de Parques Recreativos que satisfagan las expectativas de los visitantes.

¹⁸Plan de Desarrollo Turístico 2014

¹⁹ www.istu.gob.sv

1.2.5 CAMARA SALVADOREÑA DE TURISMO ²⁰

La Cámara Salvadoreña de Turismo, fue fundada en el año 1978 en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el Turismo. Miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR).

Además trabaja en apoyo al sistema de Integración Centroamericano (SICA). Es una institución que trabaja en conjunto con el Ministerio de Turismo de El Salvador, para unificar esfuerzos entre la empresa Privada y el Gobierno y tiene como misión hacer del turismo el sector más importante de la economía nacional, como el primer generador de ingresos por divisas y posicionar a El Salvador como un destino turístico de clase mundial y líder a nivel regional.

1.2.6 MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (MARN)²¹

Es creado el 16 de mayo de 1997, con el objeto de desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; así como normar la gestión ambiental, pública y privada y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador. Su misión responde a revertir la degradación ambiental y reducir los riesgos liderando una gestión ambiental pública enérgica, articulada, incluyente, responsable y transparente.

1.2.7 SECRETARIA DE CULTURA²²

Fue establecida por el Gobierno de Carlos Mauricio Funes Cartagena como una sustitución del Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA), fundado en 1991, y tiene como misión ser la instancia que vela por la conservación, el fomento y la difusión de la cultura y el arte, proponiendo políticas culturales y planificando, organizando y dirigiendo las diversas formas de investigación, formación artística, apoyo a

²⁰ www.casatur.org

²¹ www.marn.gob.sv

²² www.cultura.presidencia.gob.sv

la creación popular, y salvaguarda de la restauración y difusión del patrimonio cultural (tangibles e intangibles) del país.

1.2.8 MUNICIPALIDADES

En El Salvador se contabilizan 262 municipios distribuidos en 14 departamentos. Algunas de las competencias más importantes atribuidas a las municipalidades son:

- Confección del presupuesto municipal.
- Mantenimiento de las infraestructuras básicas
- Elaboración de planes de desarrollo urbano y rural
- Impulso de la actividad turística

1.3 PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

1.3.1 LA PLANEACION

La planeación es la acción y efecto de planear, es decir la planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y recursos necesarios para su realización.

Planear es el proceso para decidir las acciones que deben realizarse en el futuro, generalmente el proceso de planeación consiste en considerar las diferentes alternativas en el curso de las acciones y decidir cuál de ellas es la mejor²³.

²³ Roberto N. Anthony, Sistemas de Control de Gestión, 2008.

1.3.2 IMPORTANCIA

La planeación es la base de las demás etapas del proceso administrativo, que permite a las organizaciones fijar metas y objetivos, y diseñar los planes de acción coordinando esfuerzos y recursos para el cumplimiento de los mismos. Así mismo, minimiza los costos y brinda un marco de referencia para la toma de decisiones que van a influir en forma determinante en el desarrollo de la organización.

1.3.3 DEFINICION DE PLAN

Es un producto de la planeación, es un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción con el objetivo de dirigirlo y encausarlo, indicando la forma en que se logran los objetivos²⁴.

Los Planes son el resultado del proceso de planeación y pueden definirse como diseños o esquemas detallados de lo que habrá de hacerse en el futuro, y las especificaciones necesarias para realizarlos²⁵.

El propósito de los planes se encuentra en la previsión, la programación y la coordinación de una secuencia lógica de eventos, tomando en cuenta condiciones, expectativas y previsiones en un tiempo determinado. Los planes deben responder al qué (objeto), cómo (medios), cuándo (secuencia), dónde (local) y por quién (ejecutante o persona).

1.3.4 TIPOS DE PLANES

Toda organización diseña planes para el logro de objetivos y metas, estos planes por su amplitud pueden ser:

1.3.4.1 PLAN ESTRATÉGICO

Son los que establecen los lineamientos generales de la planeación, sirviendo de base a los demás planes (táctico y operativos), son diseñados por los miembros de mayor jerarquía de la empresa y su función consiste en regir la obtención, uso y disposición de los medios necesarios para alcanzar los objetivos generales de la organización, son a largo plazo y comprenden a toda la empresa.

²⁴ Carlos Dávila. La administración tercer Milenio, diccionario temático. Primera edición, 1996

²⁵ http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/procesoadmvo/tema2_2.htm

Tiene por finalidad producir cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna, desarrollándose a partir de cuatro fases bien definidas²⁶:

- a) Análisis situacional, de las fortalezas y limitaciones de la empresa, y análisis del entorno.
- b) Formulación de misión.
- c) Formulación de objetivos organizacionales.
- d) Formulación de estrategias.

1.3.4.2 TÁCTICOS O FUNCIONALES

Estos determinan planes más específicos que se refieren a cada uno de los departamentos de la empresa y se subordinan a los Planes Estratégicos. Son establecidos y coordinados por los directivos de nivel medio con el fin de poner en práctica los recursos de la empresa. Estos planes por su establecimiento y ejecución se dan a mediano plazo y abarcan un área de actividad específica²⁷.

1.3.4.3 PLAN OPERATIVO

Se rigen de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Planeación Táctica y su función consiste en la formulación y asignación de actividades más desarrolladas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Los planes operativos son a corto plazo y se refieren a cada una de las unidades en que se divide un área de actividad²⁸.

1.3.5 PLAN DE DESARROLLO

1.3.5.1 DESARROLLO

Significa lograr una creciente eficacia en la manipulación creadora de su medio ambiente, tecnológico, cultural y social así como sus relaciones con otras unidades políticas y geográficas²⁹.

²⁶Schoell y Guiltinan. Mercadotecnia, Conceptos y Prácticas Modernas. Tercera edición, 1991

²⁷http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/procesoadmvo/tema2_2.htm

²⁸ Alexis Rodríguez. Administración I y II. Primera edición, 2004.

²⁹Sunkel y Paz, Elsubdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo. Editorial Siglo 21. México, 1981.

El término puede ser entendido como el proceso de evolución, crecimiento y cambio de un objeto, persona o situación específica en determinadas condiciones. El desarrollo es la condición de evolución que siempre tiene una connotación positiva ya que implica un crecimiento o paso hacia etapas o estados superiores.

Otros autores lo definen como el proceso en el que la sociedad, con participación de los diferentes agentes internos y externos, se organice para mejorar las condiciones de vida, mantener su identidad y aprovechando los recursos internos; ya que éstos se constituyen en los factores generadores de desarrollo local.

1.3.5.2 PLAN DE DESARROLLO

Es el principal instrumento de gestión y promoción del desarrollo en las áreas: local, municipal, integral, urbano, turístico, territorial, personal, comercial y otros. Este establece las pautas, lineamientos y estrategias para alcanzar un desarrollo sostenible. Como instrumento de gestión el plan de desarrollo debe adecuarse a las exigencias generadas por los constantes e inesperados cambios de la realidad³⁰.

1.3.6 PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.

1.3.6.1 PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

Es un instrumento integral que contiene el proceso, los lineamientos y las estrategias a implementar para mejorar la oferta y demanda turística de un sector determinado, de acuerdo a las particularidades del lugar, propiciando el fortalecimiento de la actividad económica.

1.3.6.2 IMPORTANCIA.

Este plan contribuye al desarrollo adecuado de la actividad turística, permitiendo revalorizar las tradiciones gastronómicas, artísticas y culturales de los pueblos, además de fortalecer la actividad económica y de mejorar la calidad de vida de los habitantes del lugar.

³⁰Guía para desarrollar un plan de desarrollo turístico del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura de Costa Rica.

1.3.6.3 ETAPAS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.

La metodología de trabajo de un plan de desarrollo turístico se compone de siete fases, estas se exponen de manera lineal en el tiempo, de manera que la consecución de una lleve a la siguiente³¹.

1) Lanzamiento de la propuesta de desarrollo turístico.

Se establece un primer contacto con las diferentes entidades que conforman el municipio para hacer de su conocimiento la investigación que se pretende realizar y solicitar su colaboración para la realización de visitas a cada uno de los actores y establecer el grado de participación de las mismas en el proceso o desarrollo de investigación.

La idea es que la organización precursora inicie un proceso de información y motivación a otros actores con competencia en el tema o que podrían estar interesados en participar: gobiernos locales, instituciones gubernamentales, asociaciones de productores, asociaciones de desarrollo comunal, empresas rurales, gremios, instituciones de educación, cámaras de comercio y turismo, propietarios de hoteles, restaurantes, servicios de transporte, tour-operadores y otros que se consideren necesarios.

2) Exploración previa del territorio.

Se Realiza la primera radiografía del territorio y de su situación turística, es decir identificar los recursos turísticos actuales y potenciales de la zona. Además de la búsqueda de información útil y relevante para el desarrollo de la investigación, ya sea en estudios, informes o proyectos previos realizados en la localidad.

Se procura un primer acercamiento general al territorio en el que se recoge información preliminar de todos los actores relacionados, analizando temas relativos al territorio y al turismo del territorio, pero sin profundizar aún en ellos. El papel de las actividades económico-productivas y su vinculación con el turismo, las deficiencias sobre los servicios básicos de la población, la identificación de planes y proyectos de impacto territorial, etc., para poder encauzar las fases siguientes.

³¹ *Ibíd.*

3) **Diagnostico de la situación turística del territorio.**

Se elaborará un diagnóstico turístico que recoja la realidad turística del territorio, el que se convertirá en un elemento clave para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico, el diagnóstico de la situación turística debe incluir los siguientes elementos:

a) **Entorno territorial:** en este primer bloque de información se describe y analiza la situación geográfica y ambiental, la población, los sectores productivos, el empleo y la institucionalidad, entre otros factores, que permitirán una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que han de dirigir el plan.

b) **Análisis de la situación turística:** este apartado permite el conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos críticos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las que actuar. Ello incluye tanto los atractivos como todos los aspectos de la demanda y la oferta básica, la competencia, su promoción y comercialización, las cuales son:

- *Inventario de atractivos*

Consiste básicamente en identificar los atractivos turísticos que posee el territorio en estudio.

- *Análisis de la oferta local*

Identificar las condiciones actuales de la oferta turística, tomando en cuenta que está integrada principalmente por los elementos siguientes: alojamiento, gastronomía, recreación, esparcimiento y actividades de carácter tradicional.

- *Análisis de la demanda turística*

En el análisis de la demanda se debe relevar información de tipo cuantitativo y cualitativo, que se detalla a continuación:

Información cuantitativa:

- ¿Cuántos turistas?
- ¿Qué consumen?
- ¿Donde se alojan?
- Duración de la estadía
- Temporada
- Gasto medio
- Edad, sexo, nivel de estudios, ingresos, residencia habitual

Información cualitativa:

- Tipo de turistas
- Origen
- Motivaciones y expectativas
- ¿Qué es lo que más les gusta?
- ¿Qué es lo que menos les gusta?
- Momento del viaje
- Medios de transporte
- Actividades que realizan
- Profesiones

- *Infraestructura y servicios*

Se refiere a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos (agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.)
- Transportes (puertos, aeropuertos, autobús, taxi)
- Caminos (rutas existentes, estado)
- Servicios (comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.)

- *Análisis de la competencia*

En este caso interesa comparar el territorio de estudio con otros de mayor desarrollo turístico y los aspectos que interesa analizar son:

- Principales territorios con los que se competiría
- Qué productos se ofrecen en el mercado Puntos fuertes y débiles de los territorios competidores
- Sugerencias para explotar los puntos débiles
- Sugerencias para cubrir los puntos fuertes
- *Análisis de las tendencias del mercado*

4) *Formulación del plan de acción turística.*

Se diseñarán un conjunto de acciones y proyectos que se consideren necesarios, eficaces y viables para el desarrollo turístico del municipio. El plan de acción es la planificación racional y sistematizada de las iniciativas que se consideran necesarias para el desarrollo turístico, en este sentido se habla de planificación integral y sostenible, que tendrá los siguientes componentes:

- a) Identidad singular del destino turístico
- b) Objetivos
- c) Áreas de acción
- d) Estrategias
- e) Desarrollo de las acciones
- f) Cronograma de ejecución
- g) Estimación presupuestaria y posibles vías de financiación.

5) *Elaboración de propuesta de gestión.*

En esta fase se establecerá el modelo más idóneo de gestión teniendo en cuenta las dos dimensiones que suponen, por un lado, asegurar el proceso de elaboración y ejecución de plan, y por otro lado, la posterior gestión de la nueva realidad turística resultante en el territorio.

La gestión debe ir orientada a lograr la activación del conjunto del territorio, representa un mensaje de compromiso público para la mejora de las condiciones de vida en ella, incentivando la inversión y la incorporación de los ciudadanos a nuevas actividades empresariales.

6) *Elaboración del plan de capacitación (fase complementaria)*

Se realizará sobre las necesidades formativas y de capacitación de los distintos agentes involucrados en el desarrollo turístico del territorio identificados en las etapas previas para proponer una planificación de actividades formativas adecuadas a dicha demanda. Estas actividades pueden ser charlas, cursos, talleres, participación en ferias y visitas de intercambio cubriendo temas como: conceptos generales sobre turismo, legislación aplicable, metodologías de planificación y evaluación, oportunidades de negocio y gestión turística.

En ese sentido, el Plan de Formación y Capacitación se orientará a preparar a los recursos humanos y empresariales para asegurar la calidad de la oferta, por lo que se ejecutará en dos planos o momentos, el primero durante los primeros meses de trabajo, y el segundo en desarrollo del Plan en sí mismo.

7) *Participación y concienciación social*

Esta etapa pretende Diseñar distintas herramientas de participación y concienciación social de manera que el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, se constituya en una propuesta consensuada por el máximo de ciudadanos y lo haga sostenible económica, social, política y ambientalmente.

1.4 ACTIVIDAD ECONOMICA

1.4.1 DEFINICIÓN

Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular³².

³² <http://www.definicionabc.com/economia/actividad-economica.php>

Es el conjunto de establecimientos o empresas que guardan homogeneidad en cuanto a la producción, comercialización de los bienes y servicios que obtienen, su estructura de costos y tecnologías de unidad estadísticas (establecimientos) en categorías claramente diferenciables entre sí, dentro del territorio nacional³³.

Para la economía, una actividad es cualquier proceso que ocurre de manera organizada con el fin último de generar productos, o también bienes y servicios, que en un contexto dado contribuirán al progreso económico de un grupo, sociedad o nación.

Las actividades económicas tienen el propósito de cubrir las necesidades humanas a partir del trabajo sobre los recursos disponibles en el planeta y, en ese sentido, contemplan un criterio no sólo económico y empresarial, sino también social y ambiental en la toma de decisiones.

Existen tres tipos de actividad económica: la primaria, la secundaria y la terciaria.

1.4.2 SECTOR PRIMARIO.

Está formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados. Usualmente, los productos primarios son utilizados como materia prima en las producciones industriales. Las principales actividades del sector primario son: la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura³⁴, la apicultura³⁵, la acuicultura³⁶, la caza y la pesca.

1.4.3 SECTOR SECUNDARIO.

El sector secundario es el conjunto de actividades que implican la transformación de alimentos y materias primas a través de los más variados procesos productivos. Normalmente se incluyen en este sector: siderurgia³⁷, las industrias mecánicas, la química, la textil, la producción de bienes de consumo, el hardware informático, las industrias de base³⁸etc.

³³ www.digestyc.gog.sv

³⁴ cultivo y explotación de los bosques o montes.

³⁵ ciencia que se dedica al cultivo de las abejas o a la cría de las abejas.

³⁶ Cría de organismos acuáticos, comprendidos: peces, moluscos, crustáceos y plantas.

³⁷ Extracción del mineral de hierro para obtener su fundición y elaborar aceros.

³⁸ son las que dan un primer tratamiento a las materias primas para que las utilice otras industrias.

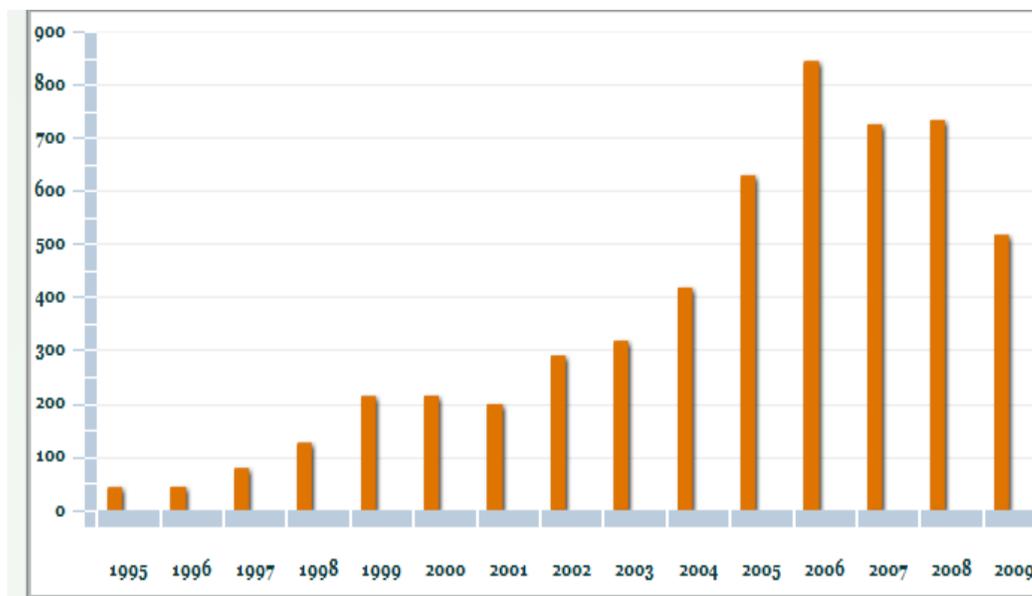
1.4.4 SECTOR TERCIARIO.

Es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Dentro de él se encuentra el rubro comercio, restaurantes y hoteles, que es donde se refleja o contabiliza los ingresos generados por el sector turismo. Es este sector quien refleja el desarrollo de los países, ya que a medida estos van desarrollándose, se explota más el sector servicio y disminuye la explotación del sector primario, generando mayores ingresos en función del mismo.

En nuestro país el sector terciario ha presentado un gran empuje a partir de los acuerdos de paz en 1992, y de una serie de políticas económicas orientadas a promover el turismo en el país, esto trajo consigo que hoy en día el turismo sea considerado un motor fundamental de la economía salvadoreña y que contribuye no solo al desarrollo económico, sino también propicia la mejora en la calidad de vida de los sectores involucrados.

A continuación se presenta el comportamiento del turismo en los últimos 14 años, así como la contribución de este sector al Producto Interno Bruto Salvadoreño:

1.4.4.1 COMPORTAMIENTO DEL TURISMO 1995-2010



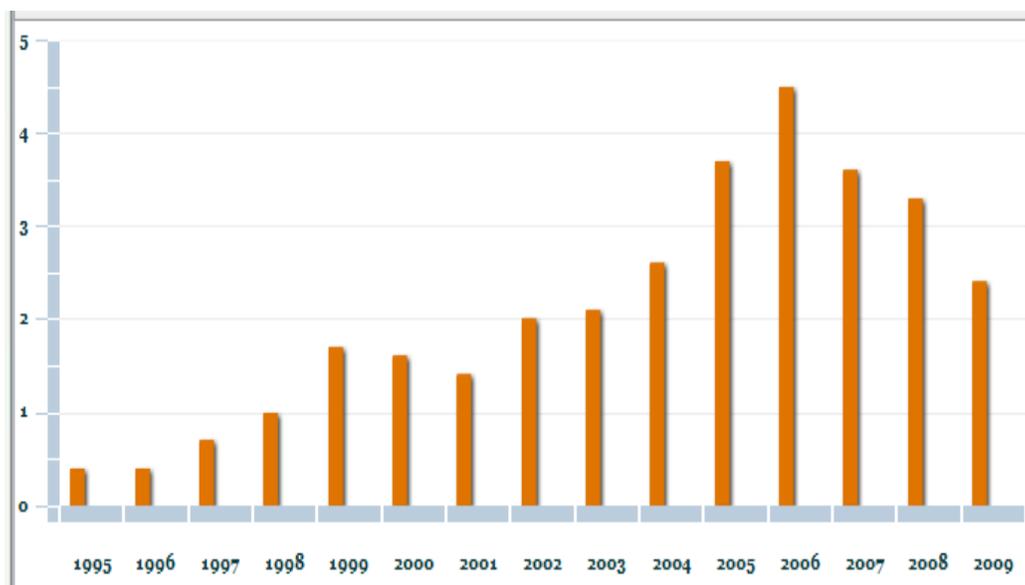
Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Monto	40.9	44.2	76.7	125.1	212.4	215.7	199.4	289.9	316.8	417.9	628.8	843.2	725.9	733.9	516.6

Medido en millones de dólares

Fuente: Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR)

El sector turismo ha tenido un crecimiento significativo a lo largo del tiempo, logrando de 1995 a 2006 que fue el año de mayor auge turístico en la historia salvadoreña, un incremento de 196.61%, es decir que los ingresos generados para el año 2006 fueron casi 200 veces mayores que los ingresos del año 1995. El comportamiento del sector ha sido prácticamente a la alza del periodo 1995-2006, de ese año a la fecha ha tenido un comportamiento cíclico, con altos y bajos, lo anterior debiéndose a la crisis económica mundial, donde hubo un alto índice de desempleo y el ahorro figuraba entre las medidas principales para contrarrestar tal situación, provocando así que muchos miles de turistas dejaran de visitar el país, sin embargo el Gobierno en turno por medio del Ministerio de Turismo ha puesto en marcha una serie de proyectos encaminados a promover al país como un buen destino turístico a nivel internacional, para lo cual se busca el mejoramiento de la oferta turística.

1.4.4.2 CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL PIB 1995-2009



Año	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Monto	0.4	0.4	0.70	1.00	1.70	1.60	1.40	2.00	2.10	2.60	3.70	4.50	3.60	3.30	2.40

Medido en millones de dólares

Fuente: Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSA TUR)

A medida que el sector turismo ha mejorado su oferta turística, han sido mayores los ingresos percibidos y mayor su contribución al PIB. Es considerado un sector potencial para el desarrollo económico y social del país, por lo que actualmente es una de las grandes apuestas del actual Gobierno Salvadoreño.

Otros factores asociados con el desarrollo del turismo son el crecimiento económico y la calidad de vida, donde la experiencia de países más desarrollados en el área turística como España y México argumentan que este sector promueve el fortalecimiento tanto de la economía como la calidad de vida de la población.

1.5 CRECIMIENTO ECONOMICO

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad, implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición: la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento³⁹.

Para el desarrollo de esta investigación se referirá a crecimiento económico como:

El incremento notable de ingresos y la mejora en la forma de vida de los individuos de un territorio.

1.5.1 CALIDAD DE VIDA

De acuerdo a lo anterior, el crecimiento económico y la mejora en la forma de vida están estrechamente relacionados; según la organización Mundial de la Salud (OMS), la calidad de vida es la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes.

Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno (servicios básicos).

Hablar sobre la calidad de vida es un poco complejo, ya que el concepto tiene una interpretación muy diferente cuando lo emplean hombres cuyas necesidades vitales están satisfechas, como en el caso de quienes viven en los países ricos y altamente industrializados, que cuando lo emplean otros cuya principal preocupación es cómo y dónde alimentarse el día de hoy, como sucede en los países subdesarrollados. Para estos últimos, el desarrollo económico es urgente y prioritario para lograr un nivel material que logre satisfacer sus necesidades básicas: alimentación, vivienda, vestido, salud y educación.

³⁹www.eumed.net/libros/2009b/529/Definicion%20de%20Crecimiento%20Economico.htm

Sin embargo, el mejoramiento de la calidad de vida se plantea como principal objetivo del desarrollo social, económico y cultural, pasa por la búsqueda necesaria de un equilibrio entre la cantidad de seres humanos y los recursos, así como la protección del medio ambiente, pues la evolución de la población y sus patrones de crecimiento y de distribución están incidiendo de manera alarmante en la disponibilidad de los recursos naturales y en los diferentes ámbitos del bienestar humano⁴⁰.

Para el desarrollo de esta investigación se abordará el concepto Calidad de vida refiriéndose a:

Mejoramiento del nivel de vida, y de la capacidad que tiene una persona o grupo social para satisfacer sus necesidades vitales más imperantes.

⁴⁰ Bueno Sánchez, Eramis. Perspectivas teóricas de las políticas de población. México 1995

CAPITULO II.

DIAGNOSTICO ACTUAL DEL DESARROLLO TURISTICO Y LA SITUACION ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1.1 GENERAL

Establecer la situación actual de la oferta y demanda turística para conocer los gustos y preferencias de los potenciales turistas y las condiciones del producto turístico existente en el municipio de Izalco.

2.1.2 ESPECÍFICOS

1. Evaluar el producto turístico del municipio para determinar si cuenta con el potencial turístico requerido para satisfacer los gustos y preferencias de los potenciales turistas.
2. Analizar los gustos y preferencias de los potenciales turistas que permitan generar estrategias para mejorar la oferta turística actual en el municipio de Izalco.
3. Identificar las posibles actividades y rutas turísticas para facilitar la promoción del municipio de Izalco como uno de los principales destinos turísticos al interior del país.

2.2 IMPORTANCIA

La importancia de este diagnostico radica en conocer la situación actual de la oferta y demanda turística del municipio de Izalco en el departamento de Sonsonate, para elaborar un Plan de Desarrollo Turístico adecuado a las necesidades del municipio que contribuya a fortalecer la actividad económica y por consiguiente a mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lugar, ya que una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta

turística local original que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel; así mismo, el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda.

2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en base al método científico, empleando un conjunto de procedimientos lógicos e instrumentos confiables, permitiendo así la obtención de conocimientos validos que den solución al problema de investigación, a la vez se auxilió del siguiente método para el desarrollo de la investigación:

Inductivo

Este método parte de la observación exacta de los fenómenos particulares para de ellos obtener una conclusión general⁴¹. Por lo tanto, fue la base para la realización del análisis de la situación actual del sector turismo en el municipio de Izalco y permitió obtener información relevante y oportuna para diseñar un plan de desarrollo turístico que fortalezca el sector turismo y mejore la calidad de vida de los habitantes del municipio.

2.3.2 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación que se ejecutó fue de carácter exploratorio, debido a que no se cuenta con un estudio de esta índole en el municipio, el desarrollo turístico y su fortalecimiento es un tema poco explorado por los dirigentes del municipio, por tanto se procederá a recabar información utilizando principalmente fuentes de información primaria y secundaria para poder adquirir el suficiente conocimiento para saber qué factores son relevantes al problema y cuáles no lo son, a manera de formular con mayor exactitud el esquema de investigación.

⁴¹Muñoz campos Roberto. La investigación científica paso a paso. Edit. Talleres Gráficos. Cuarta edición. San salvador, El salvador

2.3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la investigación se hizo utilizando el método científico, auxiliándose además del diseño no experimental, debido al alcance de la investigación no se podrán manipular las variables, ni intervenir en el desarrollo de las actividades observadas.

El diagnóstico de la investigación se basará en la obtención de información por medio de la observación directa de las condiciones actuales del sector turismo del municipio, determinando así la relación entre las variables involucradas.

2.3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

2.3.4.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El diagnóstico de la investigación se desarrolló empleando tres tipos de técnicas, las cuales se escogieron en función del tipo de investigación y los objetivos de la misma, detallándose a continuación:

1. LA ENCUESTA

Esta técnica se realizó con la finalidad de recabar información para efectuar un diagnóstico actual sobre la oferta turística del municipio, y para identificar indicadores de importancia que contribuyan a la formulación de un plan de desarrollo turístico para el fortalecimiento de la actividad económica.

2. LA ENTREVISTA

El objeto de esta técnica fue obtener información sobre la situación actual de los productos turísticos y de los mecanismos de mercadeo que utilizan para el fomento y desarrollo del turismo, para lo cual se entrevistó a la Licenciada Karla Menjivar encargada de la oficina de turismo de la Alcaldía de Izalco, por ser ella quien conoce perfectamente el funcionamiento de este sector. La información brindada fue de vital importancia para realizar un diagnóstico objetivo.

3. LA OBSERVACION DIRECTA

Se utilizó para conocer las características actuales de la oferta turística que posee el municipio, haciendo uso de una serie de instrumentos para su evaluación a nivel general y específico, e identificar los potenciales ejes de desarrollo turístico dentro del municipio. Siendo necesario realizar varias visitas a los diferentes productos turísticos existentes en el municipio para constatar sus características actuales.

4. TECNICA DEL FOCUS GROUP

Se realizó un grupo focal con los representantes de los diferentes sectores que componen la oferta turística del municipio arrojando información relevante sobre los factores que afectan directa o indirectamente el desarrollo turístico de la zona.

2.3.4.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. CUESTIONARIO

Se elaboró un instrumento de 29 preguntas, entre las cuales había preguntas abiertas, cerradas dicotómicas y de opción múltiple, enfocadas a conocer los gustos y preferencias de los potenciales turistas (ver anexo 3).

2. GUIA DE ENTREVISTA

Son 14 preguntas puntuales sobre temas de interés relacionados con el desarrollo turístico y al apoyo que actualmente recibe por parte de las autoridades competentes (ver anexo 4).

3. GUIA DE OBSERVACION

Se trabajó en base a dos criterios: un general y un específico. El general se enfoca a la evaluación de la oferta turística a nivel municipal; el específico está orientado a evaluar la oferta turística en función del inventario turístico que posee el municipio, cabe mencionar que la guía de observación solo se aplicó al 80% del total del inventario por considerarse una muestra representativa de los mismos (ver anexo 5).

4. GUIA DE ANALISIS DEL GRUPO FOCAL

Se desarrollaron 12 temáticas relevantes con la colaboración de los representantes de cada uno de los sectores que conforman el producto turístico del lugar: artesanos, restaurantes, centros culturales, alojamiento, balnearios, recursos naturales, y la Alcaldía, resultando de ello información importante para conocer el sentir de los oferentes turísticos en función de temas como : recursos turísticos, fortalezas y debilidades de cada sector, amenazas y oportunidades de cada sector, calidad de los servicios, gustos y preferencias de los turistas, factores que inciden en la afluencia turística, campañas de marketing, rutas turísticas y apoyo de Alcaldía en el desarrollo turístico (ver anexo 6).

2.3.5 UNIVERSO Y MUESTRA

2.3.5.1 UNIVERSO

El universo utilizado para esta investigación está dado por tres tipos de elementos:

- 1) **Oficina de turismo de la Alcaldía del municipio de Izalco:** que está conformada por tres personas, la jefa de la unidad y dos subalternos.
- 2) **Empresarios turísticos del municipio:** son los propietarios del producto turístico, es decir de los establecimientos que ofrecen al turista bienes y servicios para la satisfacción de sus gustos y necesidades.
- 3) **Turistas potenciales:** a pesar de no haber un registro exacto de la demanda turística que ha experimentado el municipio en los últimos años, se considera una población finita porque se trabajó con el total de la población para el año 2011⁴² para cada una de las dos áreas geográficas estratégicas seleccionadas, las cuales son:

⁴² Cálculos realizados con las tasas anuales de crecimiento por municipio proporcionadas por Dirección General de Estadísticas y Censos, en su publicación sobre las Estimaciones y Proyecciones Municipales de Población 2005 – 2010 y el Boletín del VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.

- a) Municipio de Izalco, por ser el lugar donde se lleva a cabo la investigación.
- b) Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), por ser considerado uno de los principales lugares donde su población practica el turismo.

2.3.5.2 MUESTRA

La muestra empleada para el desarrollo de la investigación se detalla a continuación:

- 1) **Oficina de turismo de la Alcaldía del municipio de Izalco:** por ser únicamente tres personas las que se encuentran en la oficina se realizó un censo de dicha población.
- 2) **Empresarios turísticos del municipio:** de acuerdo a los datos proporcionados por la Alcaldía del municipio de Izalco, estudios previos hechos en el municipio y la observación efectuada se considera una población finita de 33 establecimientos entre hoteles, casa de campo, restaurantes, parques, cuevas, balnearios y centros culturales. Se utilizó todo el universo recurriendo a la técnica del focus group, programando dos sesiones de acuerdo al rubro o giro comercial para la obtención de información confiable y oportuna.

Las sesiones del grupo focal se sub dividieron en:

- a) Restaurantes y Alojamiento

Es decir los representantes de la planta turística, que es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo.

- b) Recursos naturales y Culturales

Son los representantes de los recursos turísticos, los elementos primordiales de la oferta turística. A los que pertenecen los elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir generar demanda.

- 3) **Turistas potenciales:** al estar divididos en dos áreas estratégicas: Izalco y AMSS, se calculó las muestras en base al total de la población según cálculos realizados con las tasas anuales de crecimiento por municipio proporcionadas por Dirección General de Estadísticas y

Censos(DIGESTYC), en su publicación sobre las Estimaciones y Proyecciones Municipales de Población 2005 – 2010 y el Boletín del VI Censo de Población y V de Vivienda 2007 (ver anexo 7).

Para el cálculo de la muestra se auxilió de un método estadístico que a discreción de los integrantes del grupo es el perteneciente a los métodos de muestreo no probabilístico, específicamente el muestreo por cuotas, que consiste en facilitar al entrevistador el perfil de las personas que tiene que entrevistar dejando su criterio, la elección de las mismas, siempre y cuando cumplan con el perfil. Y dentro de este método se utilizó el muestreo aleatorio simple para seleccionar a las personas, es decir que cualquier persona que cumpla el perfil tuvo la posibilidad de ser seleccionado.

En este caso, el perfil deseado fue un turista potencial, es decir un hombre o una mujer de cualquier nacionalidad, mayor de 18 años, que viva en el AMSS o en el municipio de Izalco y que le guste hacer turismo.

Cálculo de la muestra

Fórmula para el cálculo de la muestra con una población finita⁴³:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = es el nivel de confianza

p = es la probabilidad de éxito

q = es la probabilidad de fracaso (1-p)

N = es el tamaño de la población

e = es la precisión o el error

⁴³ Robert Johnson, Patricia Kuby. Estadística Elemental. Editorial Thomson, tercera edición.

Aplicando la fórmula:

Los porcentajes utilizados son los que se consideran representan mejor el compromiso y objetividad de la investigación.

a) Turistas potenciales del Área Metropolitana de San Salvador (Ver anexo 8)

$$n = \frac{(1,031,987)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2(1,023,577 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 150 \text{ turistas potenciales}$$

Donde:

N= 1,031,987 turistas potenciales

Z= 95% = 1.96

p= 0.50

q= (1- 0.50) = 0.50

E= 0.08

Es decir, que en Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) se pasaron 150 encuestas a aquellas personas que cumplieron con el perfil previamente establecido.

El AMSS está compuesto de 14 municipios, de los cuales 12 pertenecen al departamento de San Salvador y los restantes 2 municipios pertenecen al departamento de La Libertad.

Los municipios pertenecientes al departamento de San Salvador son:

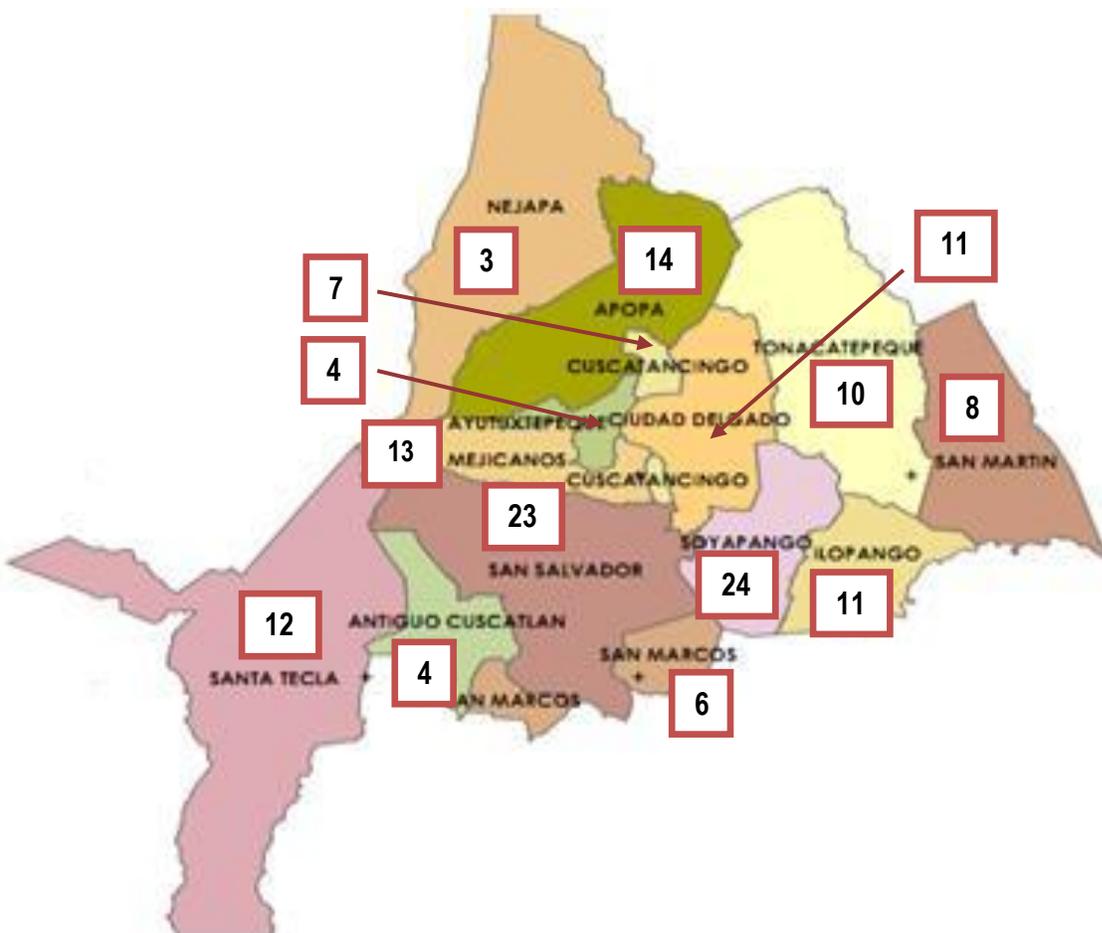
1. San Salvador
2. Mejicanos
3. San Marcos
4. Ayutuxtepeque
5. San Martin
6. Apopa
7. Nejapa
8. Soyapango

9. Cuscatancingo
10. Tonacatepeque
11. Ciudad Delgado
12. Ilopango

Los municipios que pertenecen al departamento de La Libertad son:

1. Antigua Cuscatlán
2. Santa Tecla

La distribución en cuanto al número de encuestas a pasar en cada municipio se hizo en función del número de habitantes de cada uno, es decir que en los municipios más poblados se pasaron mayor cantidad de instrumentos, dando como resultado la siguiente distribución (para su cálculo ver anexo 9):



Fuente: elaboración propia del equipo de trabajo.

b) Turistas potenciales del municipio de Izalco(ver anexo 10)

$$n = \frac{(42,214)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2(41,225 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 95$ turistas potenciales

Donde:

$N = 42,214$ turistas potenciales

$Z = 95\% = 1.96$

$p = 0.50$

$q = (1 - 0.50) = 0.50$

$e = 0.10$

Por lo tanto, en el municipio de Izalco se pasaron 95 encuestas a aquellas personas que cumplieron con el perfil previamente establecido. El paso de encuestas se realizó en vísperas de las fiestas patronales en honor a la Virgen de la Asunción, aprovechando que en esa época llegan a las principales plazas personas provenientes de todos los rincones del municipio, tanto de la zona urbana como de la zona rural.

2.3.6 ALCANCES Y LIMITACIONES

2.3.6.1 ALCANCES

- La investigación contó con la participación de todos los sectores que conforman la oferta turística del municipio, los representantes de cada sector fueron muy colaboradores y aportaron información valiosa que facilitó y fortaleció la investigación.
- El incorporar no solo la zona urbana del municipio, sino también la zona rural que no es muy tomada en cuenta no por que carezca de potencial turístico, sino porque su accesibilidad presenta algunas deficiencias.

2.3.6.2 LIMITACIONES

- La limitación principal fue la falta de unidad entre algunos sectores que conforman la oferta turística, ya que el hecho de reunirlos a dialogar en una mesa requirió de grandes esfuerzos, al final los resultados de la convocatoria no fueron los esperados aún cuando se contaba con el respaldo de la Alcaldía municipal.

2.4 DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

El empleo de las técnicas e instrumentos antes mencionados permitió la realización de un diagnóstico objetivo sobre las condiciones actuales de la oferta y demanda turística del municipio, convirtiéndose en información clave para la posterior formulación del Plan de Desarrollo Turístico.

2.4.1 INVENTARIO DE RECURSO TURÍSTICOS

El municipio de Izalco posee una variedad de recursos y atractivos turísticos a lo largo y ancho de su territorio, que conforman el elemento primordial de la oferta turística, la cual se encuentra inventariada por la oficina de turismo de la Alcaldía del municipio antes mencionado, y que se retomó para la presente investigación, haciendo una compilación con otras investigaciones afines y la observación realizada en el municipio.

El inventario resultante es el que se presenta a continuación:

1.PARQUE MENÉNDEZ

Dirección: Avenida Atlacatl, Calle Principal, Barrio Asunción.

Parque recreativo del municipio de Izalco ubicado tres cuadras al norte de la Alcaldía, Avenida Morazán frente iglesia Dolores.



2. ESTADIO SALVADOR MARIONA

Dirección:A 200 metros al sur de la parroquia asunción, antigua calle hacia Atecozol

Centro de entretenimiento para todos los jóvenes, estudiantes del municipio el cual cuenta con una cancha de futbol, cancha de básquetbol; está ubicado en final 7ª calle poniente, Barrio Santa Lucia, Izalco.



3.ATECOZOL

Dirección: a 400 metros de Texaco Atecozol, Blvd. La otra Banda, Izalco

Turicentro y balneario publico el cual cuenta con aproximadamente 32 manzanas de terreno dentro de las cuales poseen ricas aguas naturales, piscina olímpica y 5 piscinas pequeñas para diversión y esparcimiento de los niños así como abundantes flore y plantas ornamentales.



MIMAMOR

BALNEARIO ATECOZOL- SONSONATE

4.EL VOLCÁN DE IZALCO	
Dirección: a 8 y medio Km al noroeste de la ciudad de Izalco	
Destino turístico ubicado en la finca de los cucufates, ideal para caminatas con familia y amigos, disfrutando de un clima agradable, de la flora y fauna del lugar.	
5.CASA DE CRISTAL	
Dirección: Cantón Lomas de San Marcelino, San Blas, calle al Cerro Verde.	
Es ideal para la recreación y el descanso y con un ambiente extremadamente fresco.	
6.LAS CUEVAS DE CUYAGUALO O SHANEJEK	
Dirección: cantón Cuyagualo a 15 metros de la entrada del Copinol, al pie del volcán de Izalco	
Un lugar ecológico cultural que se remonta a 3500 años. Cavernas de origen volcánico, con historia maya-náhuatl-pipil, catedral de ceremonias mayas.	

7.PAINTBALLIZALCO	
Dirección:A 500 metros de Atecozol, Izalco	
Es una finca de 1 y 1/2 Manzana de bosque, que cuenta con una cancha artesanal y el campo traviesa, el lugar ofrece sus instalaciones y el alquiler del equipo adecuado para jugar.	
8.RESTAURANTECAMPO MAR	
Dirección:Av. Morazán, # 12, Izalco, Sonsonate	
Sus especialidades a la cara son sopas, mariscos y carnes, con un ambiente agradable rodeado de naturaleza..	
9.RESTAURANTE EL CHELE	
Dirección:3ª Calle Oriente #7, Barrio Dolores, Izalco, Sonsonate	
Ubicado al norte de Izalco, donde se puede disfrutar de sano esparcimiento, tranquilidad absoluta, montar a caballo por todo el área correspondiente y piscinas para adultos y niños. No faltando sus exquisitas comidas típicas de conejo, costillas de jabalí, costillas adobadas, cabro, gallina asada, cocteles y gallo en chicha.	

10.RESTAURANTE VIA ROCA	
<p>Dirección: Dirección: Carretera a san salvador km, 53 ½, Izalco, Sonsonate.</p>	
<p>Un restaurante-Museo y Pupuseria escénico. Muestra un escenario prehistórico al estilo “pica- piedras”, desde el vestido cavernícola hasta los más finos detalles en utensilios y estructuras</p>	
11.RIO NUEVO RESTAURANTE:	
<p>Dirección: Carretera a San Salvador, Km, 58 ½, Izalco.</p>	
<p>Un lugar para disfrutar en familia, aun en los veranos más cálidos de un solaz descanso y frescas aguas de rio en medio de exuberantes vegetación natural</p>	
12.LITTLE CHICKEN	
<p>Dirección: Calle Principal, Barrio Asunción, frente a parque Saldaña</p>	
<p>Ofrece variedad de deliciosas comidas caseras y rápidas para almorzar y cenar, en un acogedor estable cimiento, con servicio excelente.</p>	

13.TAQUERÍA TENAMPA	
Dirección: Esquina Opuesta al parque Saldaña	
Un lugar donde la familia puede degustar de especialidades de comida mexicana, donde disfrutara de un clima agradable y un servicio de primera calidad.	
14.CASA DE CAMPO LA CUYANCUA	
Dirección: a 800 metros de la Entrada de Atecozol, carretera que desde Sonsonate conduce a san Salvador	
Lugar donde se puede disfrutar del clima cálido que lo envuelve, contacto con la naturaleza, practicar deportes y puede deleitar de comidas típicas y boquitas.	
15.CABAÑAS CAMPO BELLO	
Dirección: a 2 Km. antes de llegar al parque Cerro Verde	
Propio para hacer pequeñas convenciones o capacitaciones, o paseos en familia, aprovechando el contacto con la naturaleza y el paisaje del volcán de Izalco y el volcán Iamatepec.	

16. PLAZA IZALQUEÑA ASUNCIÓN ARTESANÍAS

Dirección: Entre Avenida Roberto Carias Y Avenida Morazán, 2ª calle Oriente, a un costado de la Escuela Salomón David Gonzales

Lugar donde se pueden comprar y apreciar una gran cantidad de artesanías elaboradas a mano en materiales tan variados como: hierro, barro, cerámica, y pinturas propias del lugar.



17. HOSTAL LA CASONA LOS VEGA

Dirección: Calle Roberto Cea, # 24, Barrio Dolores, Izalco, Sonsonate

Una de las casas de mayor antigüedad que funge como restaurante café, donde se atienden eventos, eventos tours, artesanías y más.



18. CUEVAS DEL ESCORPIÓN

Dirección: caserío Santo Tomas, del cantón San Isidro.

Se aprecia el paisaje y la naturaleza del medio ambiente del volcán de Izalco y su clima, propio para el turismo de aventura y rural sostenible. Así como para el estudio geológico y de la flora y fauna del lugar.



19.CUEVA EL TANQUITO	
Dirección: calle a Caserío las Marías a 500metros antes del desvío.	
Representa una leyenda rural, se dice de que en este lugar un rico hacendado tenia conversaciones con el demonio, este lugar en la actualidad es una cueva que retiene agua con azufre y otros gases propios de una zona volcánica, se encuentra localizada dentro de la zona rural del municipio.	
20.VIRGEN DE LA LAVA	
Dirección: Cantón Chorro Arriba, a 4 kms de Izalco.	
Es un monumento a la Virgen de Concepción, cuenta la historia que entre 1700 y 1750 el volcán de Izalco hizo erupción, los pobladores de ese entonces sacaron a la Virgen de la Iglesia Dolores pidiendo se detuviera la lava que se dirigía al pueblo, deteniéndose milagrosamente la lava hasta el lugar donde se coloco la Virgen.	
21.RIO CENIZA	
Dirección: Camino a las faldas del volcán	
Uno de los ríos más hermosos que posee el municipio, cuyas aguas aún se conservan cristalinas, con un paisaje inigualable, y donde el turista puede disfrutar de sus frescas aguas.	

22.POZA DE CUYANCUA	
Dirección: Carretera antigua a San Salvador a 500 m. de Atecozol Izalco	
En este lugar se aparecía según nuestros antepasados, se creía que la culebra andaba cerca cuando se oían sonar sus cascabeles que colgaban de su cuerpo. Cerca de ese lugar se encuentra “la cueva de la luna”.	
23.LA FUENTE DORMIDA	
Dirección: a 700 metros antes de llegar al volcán de Izalco	
Esta fuente está situada en la parte central del bosque y según versiones de los antepasados, fue un lugar muy pantanoso en donde se perdían los animales y personas que se internaban en ella.	
24.MIRADOR MARÍA AUXILIADORA	
Dirección: caserío María Auxiliadora, Cantón Las Marías, sobre las faldas del volcán.	
Ofrece una excelente vista panorámica de los alrededores del municipio, con un clima fresco y lleno de especies de flora y fauna única del lugar.	

25.CASA BARRIENTOS

Dirección: primera ave. Sur y primera calle poniente, Izalco.

Donada a la municipalidad y fungía como casa de la cultura hoy en restauración y se tiene proyectada ser convertida en el museo del municipio. Posee todavía los retablos, balcones y marcos de puertas y ventanas propios de la época



26.PARQUE LOS DINOSAURIOS VILLA ROCA

Dirección: Callejón la Mica, cantón Huiscoyolate

Ofrece a los visitantes principalmente educación, ya que cuenta con un recorrido en la historia de los dinosaurios, desde sus inicios hasta su extinción, sus principales clientes son los niños a quienes se les ofrece este recorrido, en sus instalaciones además hay áreas de juegos, ping-pong, balón cesto.



27.PARQUE SALDAÑA

Dirección: Avenida Morazán y calle Libertad

Contiene en su interior la piedra del jaguar tallada por las tribus yaqui de la zona en tiempos precolombinos; además tiene el mobiliario adecuado desde luminarias hasta bancas y espacios de circulación y jardineras



28.RUINAS DE LA IGLESIA ASUNCIÓN

Dirección: Avenida Atlacatl, Calle Principal, Barrio Asunción.

Vestigios de una parroquia colonial de una belleza incomparable erigida por los españoles colonizadores de esta zona. Esta iglesia sirve de división entre lo que antes fueron los `pueblos de Izalco. Es de origen colonial y esta a la orilla de la pavimentada que cubre todo el centro de la ciudad.



29.MUSEO DE LAS MASCARAS

Dirección: calle la Unión, sobre antigua carretera a Izalco, cantón San Luis.

Lugar donde se descubre la cultura del lugar por medio de una variedad de piezas coloniales, y mascararas que se utilizaban en las danzas y rituales.



30.RESTAURANTE EL ALBA

Dirección: Blvd. Dolores, 4ª Av. Norte, nº 40, Izalco

Es un restaurante familiar, con un ambiente agradable, su especialidad es la comida mediterránea, con el fin de complacer el gusto de su cliente de una forma diferente de las comidas tradicionales del lugar, además ofrece la reservación para eventos en sus instalaciones



31.ARTESANÍAS IZALCO	
Dirección: 2ª calle Oriente a 300 metros del desvío que conduce a Izalco	
Se puede encontrar una gran variedad de artículos como: hamacas, bancos de madera, muebles de mimbre, canastas, adornos para el hogar, porta llaves de madera, recuerdos entre otros.	
32.RESTAURANTE MARIONA	
Dirección: Ubicado a 100 metros del desvío de Atecozotl	
En él encontrara comida típica, mariscos, un ambiente agradable, y bebidas nacionales e internacionales.	
33.LA ESTACION DEL FERROCARRIL	
Dirección: cantón Temuca a 4 kilómetros de Izalco	
Fue construida por los ingleses a una legua de Izalco, tenía una caseta donde vendían los pasajes, y así fue como Sonsonate se volvió en una ciudad comercial portuaria.	

2.4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Para analizar la oferta turística se utilizó una guía de observación, las entrevistas efectuadas a los propietarios del producto turístico del municipio, y las encuestas pasadas a los potenciales turistas.

Se visitaron 25 establecimientos de los contemplados en el inventario turístico, donde se evaluó una serie de criterios que sirvieron para determinar las condiciones actuales de la oferta turística existente en el municipio (ver Anexo 5), los resultados se muestran a continuación:

2.4.2.1 RECURSOS TURÍSTICOS

El municipio cuenta con una riqueza natural y cultural impresionante, que cautiva a todo aquel que llega a Izalco, la calidez y amabilidad que caracteriza a su gente que reciben con una sonrisa a los visitantes hace del lugar un destino turístico atractivo. Es necesario mencionar que si bien muchos de estos recursos cuentan con el reconocimiento de la población, y son sujetos de inversión para su desarrollo, hay muchos de ellos que no son reconocidos y por consiguiente no se hace ningún tipo de inversión. De acuerdo a la información recabada se clasifica a continuación los recursos turísticos en conocidos y no conocidos:

a) Recursos Turísticos conocidos:

1. Parque Menéndez
2. Volcán de Izalco
3. La Virgen de la Lava
4. Parque Saldaña
5. Casa de Cristal
6. Las ruinas de la iglesia Asunción
7. Celebraciones culturales y religiosas
8. Cabañas campo Belo
9. Casa de campo la Cuyancua
10. Restaurante El Chele
11. Restaurante Campo mar
12. Río nuevo Restaurante

13. Hostal la Casona de los Vega
14. Taquería Tenampa
15. Restaurante Little Chicken
16. Atecozol
17. Paintball

b) Recursos Turísticos no conocidos:

1. Las cuevas de Cuyagualo
2. Las cuevas del Escorpión
3. La cueva El Tanquito
4. La estación del ferrocarril
5. Río Ceniza
6. La poza de Cuyancua
7. La fuente dormida
8. Mirador María Auxiliadora
9. La casa Barrientos
10. Restaurante El Alba
11. Plaza Izalqueña de Artesanías
12. Parque de los Dinosaurios Villa Roca
13. Museo de las mascararas.

Los recursos conocidos cuentan con una muy poca promoción, brindada en su mayoría por iniciativas de la Alcaldía del municipio, contribuyendo a que sean reconocidos a nivel local e incluso a nivel nacional e internacional. Estos recursos turísticos por poseer una afluencia de visitantes durante todo el año tienen entradas de dinero que les permite mejorar su infraestructura, la prestación de servicios, y están más interesados en su crecimiento y desarrollo, así como en la participación de proyectos impulsados por parte de la Alcaldía en coordinación con el Ministerio de Turismo(MITUR).

Para el caso de los recursos no conocidos, su promoción se limita a la que se hace de viva voz por personas que ya los conocen y recomiendan a terceras personas visitarlos; poseen deficiencias en su infraestructura, no tienen personal que atienda de manera permanente a los turistas que llegan al lugar, y únicamente se puede acceder a ellos con una visita planificada previamente en coordinación con la Alcaldía municipal. Sin embargo las personas que conocen estos recursos turísticos quedan maravilladas de la vegetación vista en el lugar, de la misticidad en los recursos turísticos y de la historia que hay detrás de cada uno de ellos.

Cabe mencionar que muchos de estos recursos turísticos potenciales son propiedad privada y por lo tanto, para fortalecer su crecimiento la Alcaldía necesita trabajar en conjunto con los propietarios, quienes muchas veces no muestran interés en conformar parte de la oferta turística principal del municipio o de participar en los proyectos impulsados por la Oficina de turismo.

La riqueza cultural que posee el municipio es del conocimiento popular, una de las tradiciones más destacadas es la celebración de la semana santa, que anualmente llama a cientos de turistas y que es considerada a nivel mundial como el tercer lugar donde mejor celebran estas festividades. Además, durante todo el año se están celebrando constantes cofradías por cada barrio del lugar, los brujos realizan actividades propias de su cultura y que pueden ser vistas por los turistas previa solicitud. Se tiene las ruinas de la iglesia La Asunción en buenas condiciones junto con el campanario que tiene campanas que datan del siglo XVI las cuales están rodeadas de historias fantásticas, como fantásticas son también las leyendas que cuentan sus habitantes y que otorgan a Izalco el sobre nombre de lugar de brujos y curanderos.

La Alcaldía está llevando a cabo iniciativas para recuperar la identidad cultural del municipio entre las cuales están dos concursos: uno para premiar el mejor el mejor montaje del nacimiento del niño Jesús y otro sobre la elaboración de la alfombra más bonita en Semana Santa, se llevan a cabo constantemente reuniones con el comité de turismo para impulsar pequeños proyectos en pro de mejorar la oferta turística existente, a la vez que se trabaja de la mano con el Ministerio de Turismo en proyectos como la participación del concurso Pueblos Vivos, que en caso de ser ganadores traerá consigo grandes beneficios para el impulso del turismo del municipio.

2.4.2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y PLANTA TURÍSTICA.

Comprende los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, el alojamiento y los restaurantes que hacen la estancia de las personas más agradable y que son de vital importancia para que el visitante se convierta en turista.

El municipio muestra serios problemas en cuanto al alojamiento, ya que su capacidad de alojar visitantes es muy poca porque sólo cuentan con cuatro lugares donde hospedarse con un número limitado de habitaciones. Los lugares donde hospedarse resultan muy acogedores, resaltan la cultura del lugar, suplen las necesidades de los turistas en cuanto a comodidad, seguridad y alimentación, aunque carecen de servicios tecnológicos de punta, factor que hay que prestarle mucha atención, ya que el acceso a las tecnologías de información hoy en día más que un lujo es una necesidad, por lo tanto la modernización de el alojamiento en el ámbito tecnológico vendría a colaborar en el aumento de la demanda turística.

La incapacidad de alojamiento viene dada porque el municipio no cuenta con una promoción permanente a nivel regional ni nacional que invite a las personas a visitar el lugar y de esta manera obtener ingresos que permitan invertir en infraestructura nueva que se adecue a las necesidades del mercado y ser un municipio más atractivo. Así mismo, carece de una organización bien estructurada que impulse proyectos para mejorar la oferta turística, el actual comité de turismo que inicio labores desde dos años atrás empieza a dar resultados positivos de su gestión, pero tiene algunos problemas para elaborar planes incluyentes encaminados a fortalecer el desarrollo turístico para hacer del municipio uno de los principales destinos turísticos del país.

En el área de restaurantes el municipio cuenta con una variedad gastronómica que hace énfasis en la comida típica del país, ofrecen bebidas nacionales e internacionales, sus instalaciones cuentan con las comodidades necesarias para atender al turista, ofrecen desayunos, almuerzos y cenas, en general se puede decir que estos atractivos turísticos ofrecen un servicio de calidad, sus precios son accesibles al público en general, los establecimientos están limpios y ordenados, la ubicación de cada uno de los restaurantes es accesible con calles en buen estado, ubicados en una zona segura, con servicio al cliente muy bueno, aunque no poseen parqueo propio.

2.4.2.3 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

El municipio está equipado con una gran diversidad de servicios complementarios como los son servicios de salud entre los cuales están: cruz roja, unidad de salud y clínicas particulares; los servicios financieros están limitados puesto que solo existe la presencia de el Banco Izalqueño y el banco HSBC; si bien Izalco es un pueblo que posee la arquitectura colonial y muchas costumbres de nuestros antepasados también tiene todas las comodidades que brinda la tecnología moderna como lo son: servicios telefónicos y de internet; es uno de los pocos municipios en el país que cuenta además de la presencia policial permanente con un Cuerpo de Agentes Municipales (CAM) que brindan mayor seguridad a los pobladores y turistas del lugar, para borrar la mala imagen de la que actualmente es dueña el departamento de Sonsonate como uno de los departamentos más violentos en el país⁴⁴. En cuanto al comercio cuenta con pequeños centros comerciales donde venden diversidad de artículos, tiene supermercados, mercados municipales, tiendas y abarroterías.

La oferta turística carece de lugares para hacer vida nocturna, como bares, discotecas, restaurantes con música en vivo, lo que limita el accionar del turista. También es necesario mencionar que a pesar que el municipio cuenta con servicio de internet este no tiene una amplia cobertura a nivel residencial sino que en su mayoría son cibercafé donde se alquilan computadoras con acceso a internet.

2.4.2.4 MEDIOS DE TRANSPORTE

El tipo de transporte que circula en el municipio se limita únicamente al transporte terrestre, ya que no posee acceso a la zona costera. El servicio de transporte colectivo que transita por el lugar desde San Salvador hacia Sonsonate con la ruta 205 se califica de muy bueno, al tener una flota de autobuses en buen estado y con un número de unidades que permite fluidez en el servicio.

Izalco es un municipio que está estructurado fundamentalmente por el eje principal de la Región (San Salvador-Izalco-Sonsonate-Acajutla), en este caso la carretera CA-8, con doble calzada, atravesando la rica planicie interior de la Región, hasta la ciudad de Izalco. Tiene una gran potencia comercial y de servicios por la presencia cercana del Complejo de los Volcanes. El municipio cuenta con rutas urbanas que lo comunican con el resto de municipios del departamento Sonsonate, estas ruta son: 3, 58, 52 y 53; más una serie de medios de transportes adicionales como: moto- taxis y pick-ups.

⁴⁴La Prensa Grafica, junio 2011

2.4.2.5 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

La red vial que comunica al municipio con el resto del país se encuentra en óptimas condiciones, la calle CA-8 que es la principal vía de acceso al lugar no presenta baches y se encuentra totalmente señalizada, en cuanto a las calles secundarias dentro del municipio son calles en su mayoría pavimentadas y algunas adoquinadas todas en muy buenas condiciones que hacen posible el acceso a la mayor parte del municipio por cualquier tipo de vehículo, sin embargo posee caminos vecinales sin pavimentar que en la estación de verano permanecen en buen estado, pero que en invierno tiende a deteriorarse volviendo muchos lugares de difícil acceso.

Posee todos los servicios básicos en buenas condiciones como lo son: agua potable, servicio de aguas residuales, energía eléctrica, servicios de salud, educación, servicios telefónicos e internet, y servicio de correo, teniendo un alcance completo en la zona central del municipio, pero que presenta dificultades en algunas zonas rurales al interior del municipio, pero que se trabaja actualmente para abarcar el 100% de la población.

2.4.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA (ver anexo 11)

2.4.3.1 CUANTITATIVA

El municipio no lleva a cabo un recuento oficial de las visitas efectuadas, sino que se basan en pronósticos anuales, que son realizados por parte de la Alcaldía municipal. Las épocas de más afluencia turística son: en semana santa y vacaciones de agosto, debido a sus celebraciones religiosas que son consideradas una de las más pintorescas a nivel nacional e internacional.

De acuerdo a la investigación realizada los visitantes prefieren degustar de los platillos nacionales y como segunda opción los mariscos, dando preferencia a los platillos típicos del lugar que se visita; sin mostrar una época específica del año como favorita para hacer turismo; así mismo, prefieren al visitar lugares turísticos hacer viaje únicamente de día, son muy pocos los que le gusta quedarse a dormir en el lugar y si lo hacen usualmente son extranjeros, gente joven y soltera, prefiriendo hospedarse en hoteles y casas de campo.

El promedio del gasto diario que las personas designan está en el rango de \$10.00 a \$100.00, el cual varía en función del nivel de ingresos, que según los datos recabados se concentra entre \$200.00 y \$600.00

2.4.3.2 CUALITATIVA

La afluencia turística que recibe el municipio es principalmente de turistas nacionales entre los 18 y 37 años, motivados principalmente por conocer la riqueza cultural y natural del lugar, es decir conocer y ser parte de las diferentes festividades que se realizan en el municipio como lo son las celebraciones religiosas de semana santa, las diferentes cofradías, conocer la comunidad indígena que vive en el lugar, recorrer las calles de un municipio importante en la historia del país, y descubrir mediante un sinnúmero de historias el misticismo que encierra el lugar, así mismo, conocer los diferentes sitios naturales principalmente el volcán de Izalco y el turicentro Atecozol que es el referente común de la mayoría de encuestados al cuestionarles cuáles son los lugares que conoce de este municipio.

Las cosas que más se destacan en el municipio aparte de su cultura y naturaleza, es la amabilidad de su gente y su comida, el turista expresa que se siente como en casa y lo motiva a regresar.

El municipio cuenta con una oferta turística variada que le permite al turista realizar un sin fin de actividades dentro y fuera del casco urbano en cualquier época del año, siendo las más demandadas: realizar caminatas, gastronomía, practicar deportes como fútbol y pesca, visitar centros culturales que hablen de la historia del municipio y comprar artesanías propias del lugar.

Los medios de transporte por medio de los cuales el turista potencial se desplaza para visitar los diferentes recursos turísticos es en su mayoría el vehículo propio, sólo un tercio de la población se desplaza por transporte colectivo, lo que implica que es necesario tener por un lado las carreteras en buen estado y por otro que los establecimientos posean parqueo para que el turista se sienta cómodo y seguro a la hora de desplazarse por el lugar.

El potencial turista se muestra muy abierto a la posibilidad de visitar el municipio de Izalco para conocer su riqueza natural y cultural, mientras que los que ya los visitaron están dispuestos a visitarlo una vez más, lo que quiere decir que el municipio proyecta una buena imagen, agradable al turista que lo motiva a visitarlo.

2.4.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Se considera como competencia para el municipio de Izalco todo aquel destino turístico (municipio) que posea similares características geográficas y culturales, y que brinden al turista rutas similares para conocer el municipio, es decir que ofrezcan una oferta turística muy parecida a la del municipio en cuestión.

Para el caso del municipio se puede vislumbrar la competencia desde dos perspectivas de acuerdo a las características propias de Izalco y tomando en cuenta la clasificación de los pueblos vivos de acuerdo al Ministerio de Turismo:

- 1) **Segmento Legado Maya y Arqueológico:** Sus municipios se identifican por la existencia de sitios arqueológicos que se encuentran dentro del legado de la Civilización Maya y con ello su oferta de replicas de piezas, artesanías, rituales mayas, danza de historiantes, bailes autóctonos, comidas típicas, tradiciones, cofradías, lengua Nahuatl, entre otras.
- 2) **Segmento Naturaleza y Aventura:** Compuesto por municipios cuyo patrimonio es natural; posee oferta de sitios donde se realizan actividades relacionadas al turismo rural, ecoturismo y/o deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza tales como camping, canopy, navegación en ríos, canotaje, caminatas, senderismo alpinismo, ciclismo de montaña, buggies, exploración de cuevas, observación de aves, paisajismo, apreciación del entorno natural, entre otros.

En cuanto a los municipios con legado Maya y Arqueológico que representan competencia para el municipio de Izalco se pueden mencionar:

- Chalchuapa (Santa Ana)
- Santo Domingo de Guzmán
- Panchimalco (San Salvador)

En el caso de la clasificación Naturaleza y aventura podemos mencionar lugares como:

- Apaneca (Ahuachapán)
- Jujutla (Ahuachapán)

- Volcán Chinchontepec (San Vicente)
- Rosario de Mora
- Juayua (Sonsonate)

Se llevo a cabo un análisis comparativo con algunos de los municipios que poseen una oferta turística con similares características y que en la actualidad han alcanzado un notable desarrollo turístico en el país, los resultados fueron los siguientes:

Cuadro comparativo de oferta turística⁴⁵.

Características	Destinos turísticos: segmento legado Maya y Arqueológico.		Destinos turísticos: segmento Naturaleza y Aventura	
	Chalchuapa (Santa Ana)	Panchimalco (San Salvador)	Nahuizalco (Sonsonate)	Apaneca (Ahuachapán)
1. Recursos Turísticos	Variedad de recursos culturales, comida típica, artesanías, museos, turicentros y sitio arqueológico.	Con arquitectura colonial, parques naturales, celebraciones religiosas, comida típica y paisajes extraordinarios.	Parques, ríos, vistas espectaculares, artesanías de tule y mimbre, comunidades indígenas, comida típica y celebraciones culturales.	Con riqueza cultural, celebraciones religiosas, artesanías, turicentros, paisajes extraordinarios y rica gastronomía.
2. Atractivos Turísticos	Cuenta con las condiciones necesarias para ser visitados por los turistas.	Brinda al turista todas las condiciones necesarias para poder atenderlos.	Posee el equipamiento necesario para recibir a turistas nacionales y extranjeros.	La mayor parte de su producto turístico cuenta con las condiciones necesarias para atender al público.

⁴⁵ Fuente: elaboración propia del grupo de tesis producto de la investigación en fuentes primarias, secundarias y la observación directa.

3. Planta Turística	Posee variedad de restaurantes y hostales para atender a los turistas.	Posee diferentes restaurantes y alojamientos para atender a turistas y visitantes.	Cálidos y variados restaurantes de infraestructura colonial y pocos lugares donde alojarse.	Tiene mucha variedad en cuanto a la alimentación, pero presenta deficiencias con respecto al alojamiento.
4. Servicios Complementarios	Cuenta con policía, unidad de salud, servicio de transporte, mercados locales y de comercio.	El municipio tiene servicios de salud, educación, seguridad, telefonía y comercio.	Un pueblo que cuenta con todas las comodidades de la ciudad.	Posee policía, unidad de salud, servicio de transporte, mercados locales y de comercio.
5. Medios de Transporte	Todo tipo de vehículos, con buen servicio de transporte de San Salvador hacia Santa Ana y rutas al interior del departamento	Su ubicación hace que sea accesible para todo tipo de vehículo, el transporte público es diverso y fluido.	Posee un servicio de transporte fluido que conecta con los municipios y departamentos vecinos, donde puede circular todo tipo de vehículos.	Transitan todo tipo de vehículos, con servicio de transporte fluido al interior del municipio y sus alrededores.
6. Infraestructura Básica	Todos los servicios básicos están en muy buenas condiciones.	La mayor parte de su infraestructura está en muy buenas condiciones, y cuenta con todos los servicios básicos.	En muy buenas condiciones, cuenta con los servicios básicos de agua, energía eléctrica, teléfono, aguas residuales e internet.	Carece de señalización interna, pero si cuenta con los servicios básicos.

<p>7. Promoción turística</p>	<p>Posee oficina informativa, comité de turismo y publicidad por internet moderada.</p>	<p>Publicidad escrita, tour operadores, comité de turismo, su publicidad necesita ser más agresiva.</p>	<p>Se realizan esfuerzos de promoción, sin embargo su alcance no es muy amplio.</p>	<p>Su publicidad es casi nula, a pesar de contar con un comité de turismo.</p>
--------------------------------------	---	---	---	--

Todos los lugares turísticos mencionados anteriormente comparten muchas características geográficas, culturales, y todos están compitiendo por adjudicarse un lugar como pueblo vivo al igual que Izalco en las cuatro plazas disponibles para el presente año.

La diferencia radica en el apoyo que cada municipalidad brinda para desarrollar el sector turístico en función de su presupuesto y su plan de trabajo, así como del compromiso asumido por los habitantes para explotar responsablemente al máximo los recursos con los que se cuentan y sobre todo la promoción del lugar a nivel local, departamental, regional, nacional e internacional.

Es en este sentido que muchos municipios han destacado como destino turístico, porque se ha venido invirtiendo en este sector desde mucho tiempo atrás, siendo conscientes que el desarrollo turístico es un proyecto que dará frutos en el mediano y largo plazo, cuyos alcances beneficiaran a toda la población del lugar.

2.4.5 ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA)

Después de un exhaustivo análisis tanto de la oferta y la demanda turística en el municipio de Izalco, se seleccionaron los factores más relevantes para la construcción de la matriz FODA, que es la radiografía de la situación actual del turismo en el lugar antes mencionado, enfocándose en dos áreas fundamentales:

- Interno (Debilidades y Fortalezas)
- Externo (Amenazas y Oportunidades)

Cuadro del análisis FODA⁴⁶

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura colonial 2. Riqueza cultural-religiosa que los habitantes la mantienen activa 3. Oficina de turismo y apoyo de la Alcaldía. 4. Alto potencial turístico para visitantes nacionales y extranjeros. 5. Cercanía a la capital. 6. Distinción en cuanto a la fuerza de la industria artesanal. 7. Forma parte de las rutas turísticas de los volcanes y de la ruta Náhuatl-pipil. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca promoción como destino turístico. 2. Poca señalización vial en el Municipio. 3. Falta de orientación empresarial. 4. Poca participación en los planes turísticos impulsados en el mediano y largo plazo. 5. Escasez de alianzas estratégicas con instituciones promotoras del turismo.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de rutas turísticas. 2. Promoción turística. 3. Desarrollar el sector artesanal como las microempresas y el comercio informal. 4. Inversión extranjera y nacional. 5. Pertenecer al proyecto de pueblos vivos impulsado por el Ministerio de Turismo. 6. Creación de oferta hotelera local. 7. Apoyo del Ministerio de Turismo al turismo interno en el plan turismo 2014. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La competencia. 2. Ausencia de apoyo económico para el desarrollo y mantenimiento turístico de los municipios. 3. El alto índice de violencia que aumenta gradualmente. 4. Cambio de gobierno municipal.

⁴⁶ Fuente: elaboración propia del grupo de tesis producto de la observación directa, resultados obtenidos en las encuestas, información proporcionada por los grupos focales y las entrevistas realizadas.

2.4.5.1 ANÁLISIS INTERNO (FORTALEZAS – DEBILIDADES)

a) Fortalezas

1) Posee infraestructura colonial.

El municipio conserva mucha de su infraestructura colonial, caminar por las tranquilas calles adoquinadas del pueblo es remontarse a 100 años en la historia del país, sus casas pintorescas, las imponentes iglesias, su campanario, sus restaurantes, evocan la cultura del lugar lo que hace única la experiencia de visitarlo.

2) Cuenta con una riqueza cultural-religiosa que los habitantes la mantienen viva.

El principal atractivo turístico del lugar es la cultura, sus habitantes aun conservan muchas creencias y tradiciones de sus antepasados, muchas de las cuales se fueron incorporando al catolicismo, que es la religión predominante en el lugar. Durante todo el año se realizan diferentes cofradías, cada barrio rinde homenaje a un santo distinto, siendo las épocas de mayor festejo las de semana Santa, las Festividades de Agosto y las de Diciembre. Actualmente Izalco es considerado en lugar número 3 en cuanto al fervor y vistosidad en las celebraciones religiosas de semana santa a nivel Internacional, y es la época en la que recibe a mas turistas durante el año.

3) Oficina de turismo y apoyo de la Alcaldía.

Desde dos años atrás el municipio cuenta con esta oficina que se encarga de promover el turismo, es quien diseña los planes a desarrollar en este rubro en función del presupuesto asignado, la oficina trabaja de la mano con la Alcaldía y el Ministerio de Turismo.

4) Alto potencial turístico para turistas nacionales y extranjeros.

Izalco es privilegiado por su ubicación geográfica entre cerros y volcanes, lo que hace tener un clima agradable y gozar de una riqueza natural incomparable, ya que cuenta con ríos, cerros, volcanes, cuevas, cascadas, nacimientos de agua, extensiones de tierra fértil donde sembrar, paisajes impresionantes, y mucha área verde donde el turista puede realizar caminatas y disfrutar de la naturaleza.

La mezcla entre lo antiguo y lo moderno, además de una gran variedad de atractivos turísticos como restaurantes, balnearios, hoteles, monumentos históricos, la comunidad náhuatl que habita en el lugar,

iglesias, ruinas, los brujos y su misticismo, hacen que Izalco pueda llegar a ser considerado uno de los principales destinos turísticos al interior del país.

5) Cercanía a la capital.

La proximidad con el AMSS es un factor que contribuye a que Izalco esté entre los principales destinos turísticos, debido a que se puede llegar en poco tiempo y pasar agradables momentos con familia y amigos disfrutando de la diversidad de opciones recreativas que Izalco ofrece al turista.

6) Distinción en cuanto a la fuerza de la industria artesanal.

La artesanía del municipio es de muy alta calidad, con diseños novedosos, utilizando materia prima tradicional pero agregándole el sello distintivo de la casa, allí se fabrican pinturas, se esculpe en madera, se hacen llaveros, muebles, figuras en metal, bisutería, etc. Izalco es reconocido a nivel internacional por esculpir en madera imágenes religiosas de todo tipo y tamaño.

7) Forma parte de las rutas turísticas de los volcanes y de la ruta Náhuatl-pipil.

El formar parte de estas rutas hace que la afluencia turística aumente considerablemente y se pueda obtener publicidad a nivel nacional e internacional por medio de las páginas donde se promocionan estas rutas, además refleja que el municipio cumple con los estándares de calidad para atender al turista nacional y extranjero, mejorando la imagen que se tiene del lugar, y contribuyendo a la mejora de la actividad económica y a la calidad de vida de los habitantes del municipio.

b) Debilidades

1) Poca promoción como destino turístico

La publicidad con la que cuenta el municipio es muy limitada, la Alcaldía facilita los medios locales para promocionar los diferentes productos turísticos, mediante el canal de televisión local, y la radio municipal, no poseen página web oficial donde se publicite Izalco como destino turístico, solo se encuentra información en la web por medio de la página del Ministerio de Turismo. La falta de promoción por parte de cada establecimiento obedece a la falta de recursos para realizarla por sus propios medios. La falta de promoción trae consigo una baja demanda turística.

2) Poca de señalización vial en el Municipio.

La señalización de la carretera CA-8 que conduce al municipio de Izalco está en perfectas condiciones, sin embargo desde el desvío a Izalco, que es el principal acceso al municipio la señalización necesita mejoras, ya que no hay indicaciones de cómo llegar a los diferentes cantones que lo conforman y de donde están ubicados algunos de sus principales recursos turísticos, dificultando así el recorrido del turista.

3) Falta de orientación empresarial

Algunos de los recursos turísticos que actualmente no son muy conocidos por la población, carecen de la planta turística necesaria para ser considerados atractivos turísticos y poder recibir a los turistas y brindarles las comodidades necesarias. En la mayoría de los casos el acceso a estos recursos se dificulta por estar en propiedad privada, por tanto se deben tramitar los respectivos permisos de autorización con anticipación para su ingreso y se encuentran alejados de la zona urbana donde no hay transporte colectivo que lleve a los turistas hasta el lugar sino únicamente por vehículo. . La falta de explotación también obedece a que no existen actualmente convenios entre municipalidades y empresa privada, para invertir en el lugar, mejorar y ampliar la oferta turística.

4) Poca participación en los planes turísticos impulsados en el mediano y largo plazo.

Algunos de los propietarios de los recursos turísticos presentan renuencia al cambio, a llevar a cabo nuevos proyectos turísticos por temor a fracasar, aun con el respaldo de la Alcaldía y sobre todo cuando los objetivos de los mismos se lograran en el mediano y largo plazo, tienen una mentalidad a corto plazo que muchas veces dificulta la organización y puesta en marcha de planes y proyectos para fomentar el desarrollo turístico.

5) Escasez de alianzas estratégicas con instituciones promotoras del turismo.

El municipio se limita a tener relaciones de negocios únicamente con el MITUR, dejando de lado al sector privado al no establecer contacto con ellas y ofrecerles ser participes del proyecto de desarrollo turístico municipal, en el corto y largo plazo.

2.4.5.2 ANÁLISIS EXTERNO (OPORTUNIDADES – AMENAZAS)

a) Oportunidades.

1) Creación de rutas turísticas

Actualmente el municipio de Izalco forma parte de rutas turísticas como la ruta de los volcanes y la ruta que actualmente se está implementando que es la ruta Náhuatl-Pipil. Izalco cuenta con los recursos necesarios para poder crear nuevas rutas turísticas para el municipio.

2) Promoción turística

Diseñar campañas publicitarias para poder dar a conocer el municipio y sus distintos atractivos turísticos y sus distintas actividades religiosas-culturales y poder de esa forma tener una mayor demanda turística.

3) Desarrollar el sector artesanal como las microempresas y el comercio informal

Una de las grandes oportunidades para el fortalecimiento económico del municipio es a través del sector artesanal, ya que pueden explotar más este sector a través de otros tipos de artesanías que las talladas en madera como: hierro y mimbre.

4) Inversión extranjera y nacional

En la actualidad se considera que Izalco tiene los recursos en materia turística necesarios para poder invertir y mejorar sus instalaciones, y poder de esa forma tener una mayor afluencia de turistas tanto extranjeros como nacionales lo cual conllevara al fortalecimiento de la actividad económica del municipio.

5) Pertenecer al proyecto de pueblos vivos impulsado por el Ministerio de Turismo

En la actualidad se está preparando para que el municipio de Izalco participe otra vez en el concurso de “Pueblos Vivos”, lo cual en esta ocasión tiene más oportunidad de ganar debido a que ya no solo serán una categoría, sino que contara con cuatro categorías las cuales serán de acuerdo a los requisitos establecidos por el Ministerio de Turismo (MITUR).

6) Creación de oferta hotelera local

La expansión de la oferta hotelera traería beneficios como una mayor capacidad de alojamiento a turistas en temporadas altas como lo son la semana santa y Diciembre, ya que en el municipio no cuenta con hoteles sino que solamente se limita a casas de alojamiento y hostales los cuales si satisfacen sus necesidades mas no satisfacen sus gustos y preferencias.

7) Apoyo del Ministerio de Turismo al turismo interno en el plan turismo 2014.

La incorporación de nuevos proyectos a los cuales Izalco puede llevar a cabo a través del Ministerio de Turismo, lo cual sería un beneficio para el municipio y para los turistas.

Aplicar estrategias y directrices de turismo con ayuda técnica del Ministerio de Turismo para poder tener un desarrollo turístico y poder así fortalecer la actividad turística y económica del municipio.

b) Amenazas.

1) La competencia

En el desarrollo de la actividad turística influyen múltiples factores y la competencia a nivel turístico la representan los municipios que ofrecen una similar oferta turística, sobre todo aquellos que están en las cercanías del municipio, ya que el turista al tener diversidad de opciones escoge aquella que brinde los mejores atractivos turísticos, cercanía y con precios competitivos.

2) Ausencia de apoyo económico para el desarrollo y mantenimiento turístico de los municipios.

Este es un factor del cual se carece debido a que los propietarios no cuentan con los fondos necesarios para el mantenimiento adecuado de los recursos y atractivos turísticos del municipio y esto trae como consecuencia el deterioro de los mismos y a tener una baja demanda de turistas internos y extranjeros.

3) El alto índice de violencia que aumenta gradualmente

El alto índice de violencia en el país ha hecho que los inversionistas disminuyan considerablemente en esta rama del turismo, ha repercutido negativamente en la demanda turística interna y externa. Lo anterior

es preocupante porque en la medida que la delincuencia no disminuya el turismo a nivel nacional se verá afectado en gran medida.

4) Cambio de gobierno municipal

Esto es un factor que no se puede controlar debido a que si hay cambio de gobierno trae consigo nueva administración, con nuevas prioridades debido a su plataforma de trabajo y sus intereses partidarios.

2.4.5.3 CRUCE DE VARIABLES FODA.

El cruce de las variables FODA, se realiza entre los elementos del análisis interno y los del externo, surgiendo así sugerencias:

- a) Defensivas (Fortalezas - Amenazas)
- b) Ofensivas (Fortalezas – Oportunidades)
- c) Supervivencia (Debilidades – Amenazas)
- d) Adaptativas (Debilidades - Oportunidades).

a) Cruce de Variables Fortalezas y Amenazas (FA)

	F1. Infraestructura colonial	F2. Riqueza cultural-religiosa que los habitantes la mantienen activa	F3. Oficina de turismo y apoyo de la Alcaldía.	F4. Alto potencial turístico para visitantes nacionales y extranjeros.	F5. Cercanía a la capital.	F6. Distinción en cuanto a la fuerza de la industria artesanal.	F7. Forma parte de las rutas turísticas de los volcanes y de la ruta Náhuatl-pipil.
A1. La competencia.		<ul style="list-style-type: none"> Elaborar rutas turísticas para dar a conocer su cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar campañas publicitarias 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar rutas turísticas destacando el potencial turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de rutas turísticas que salgan desde la capital. 		<ul style="list-style-type: none"> Brindar servicios de calidad a los turistas.
A2. Bajo apoyo económico para el desarrollo y mantenimiento turístico de los municipios.			<ul style="list-style-type: none"> Gestionar con la municipalidad y otras instituciones cooperación y patrocinios. 				<ul style="list-style-type: none"> Gestionar la participación en nuevas rutas turísticas.
A3. El alto índice de violencia que aumenta gradualmente.			<ul style="list-style-type: none"> Elaborar planes de seguridad que mitiguen el alto índice delincencial. 				
A4. Cambio de gobierno municipal		<ul style="list-style-type: none"> Incentivar el manteamiento y apoyo al a las actividades turístico culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar un presupuesto adecuado a las necesidades turísticas del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Establecer alianzas estratégicas con instituciones que ayuden a desarrollar el sector turismo. 			

b) Cruce de Fortalezas y Oportunidades (FO)

	F1. Infraestructura colonial.	F2. Riqueza cultural-religiosa que los habitantes la mantienen activa.	F3. Oficina de turismo y apoyo de la Alcaldía.	F4. Alto potencial turístico para visitantes nacionales y extranjeros.	F5. Cercanía a la capital.	F6. Distinción en cuanto a la fuerza de la industria artesanal.	F7. Forma parte de las rutas turísticas de los volcanes y de la ruta Náhuatl-pipil
O1. Creación de rutas turísticas.		<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar rutas que mezclen los principales atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la creación e incorporación de nuevas rutas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar rutas que mezclen los principales atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de rutas turísticas que salgan desde la capital. 		
O2. Promoción turística.			<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar campañas publicitarias a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de afiches y brochures. 			<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar y reforzar la publicidad existente.
O3. Desarrollar el sector artesanal como las microempresas y el comercio informal.			<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con sector financiero facilidades de crédito. 		<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas comerciales con centros artesanales al interior del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar productos artesanales únicos • Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales. 	
O4. Inversión nacional y extranjera.	<ul style="list-style-type: none"> • Apostar al mantenimiento de la infraestructura colonial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener activas las actividades religioso-culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer lineamientos que propicien la inversión en el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los atractivos turísticos existentes y ampliar la oferta turística. 			
O5. Pertenecer al proyecto de pueblos vivos			<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las gestiones necesarias para 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener los estándares de calidad para la 			

impulsado por el Ministerio de Turismo.			competir y formar parte del proyecto.	atención de los turistas.			
O6. Creación de oferta hotelera local.			<ul style="list-style-type: none"> • Generar facilidades en la construcción de nueva planta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar proyectos para ampliar la oferta hotelera en función de los gustos y preferencias de los turistas. 			
O7. Apoyo del Ministerio de Turismo al turismo interno en el plan turismo 2014.			<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar apoyo en materia turística. • Participar en los proyectos impulsados por el MITUR. 				<ul style="list-style-type: none"> • Generar condiciones mínimas para formar parte de nuevas rutas turísticas.

c) Cruce de Debilidades y Amenazas (DA)

	D1. Falta de promoción como destino turístico	D2. Poca señalización vial en el Municipio	D3. Falta de orientación empresarial	D4. Poca participación en los planes turísticos impulsados en el mediano y largo plazo	D5. Escasez de alianzas estratégicas con instituciones promotoras del turismo.
A1. La competencia.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar campañas publicitarias que incrementen la demanda turística. 	<ul style="list-style-type: none"> Señalización adecuada del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar a los propietarios del producto turístico para una mejor administración de los mismos. 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de los planes de desarrollo turístico ya sean en el corto, mediano o largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo turístico.
A2. Bajo apoyo económico para el desarrollo y mantenimiento turístico de los municipios.	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar el patrocinio de campañas publicitarias con MITUR. 		<ul style="list-style-type: none"> Capacitar a los propietarios del producto turístico para una mejor administración de los mismos. 		<ul style="list-style-type: none"> Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo turístico
A3. El alto índice de violencia que aumenta gradualmente				<ul style="list-style-type: none"> Incorporar planes de seguridad turística como la policía de turismo (POLITUR). 	<ul style="list-style-type: none"> Invertir en el mantenimiento del cuerpo de agentes metropolitanos y en seguridad privada.
A4. Cambio de gobierno municipal	<ul style="list-style-type: none"> Destinar un presupuesto adecuado a las necesidades del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Incluir el mantenimiento y mejora de recursos viales en el plan de trabajo municipal. 			<ul style="list-style-type: none"> Establecer lineamientos que propicien la inversión en el municipio.

d) Cruce de Debilidades y Oportunidades (DO)

	D1. Falta de promoción como destino turístico.	D2. Poca señalización vial en el Municipio.	D3. Falta de orientación empresarial.	D4. Poca participación en los planes turísticos impulsados en el mediano y largo plazo.	D5. Escasez de alianzas estratégicas con instituciones promotoras del turismo.
O1. Creación de rutas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> Llevar a cabo campañas publicitarias para rutas existentes y para las que se desarrollaran. 	<ul style="list-style-type: none"> Tener la señalización adecuada para facilitar el recorrido del turista por el municipio. 		<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de las nuevas rutas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar con MITUR y los propietarios del producto turístico la creación de nuevas rutas.
O2. Promoción turística.	<ul style="list-style-type: none"> Invertir en campañas publicitarias que aumente la demanda turística. 		<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a los propietarios realizar campañas que den a conocer los productos por sus propios medios. 		<ul style="list-style-type: none"> Gestionar el patrocinio de campañas publicitarias con MITUR.
O3. Desarrollar el sector artesanal como las microempresas y el comercio informal.	<ul style="list-style-type: none"> Proyectar al municipio como un destino turístico artesanal. 		<ul style="list-style-type: none"> Diseñar productos artesanales únicos Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales. 		<ul style="list-style-type: none"> Gestionar con sector financiero facilidades de crédito. Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales.
O4. Inversión extranjera y nacional.			<ul style="list-style-type: none"> Elaborar proyectos para ampliar la oferta turística con ayuda de la inversión extranjera. 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de las nuevas rutas turísticas y proyectos a implementar. 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo turístico

O5. Pertener al proyecto de pueblos vivos impulsado por el Ministerio de Turismo.			<ul style="list-style-type: none"> Participar en los proyectos impulsados por la alcaldía y el MITUR para desarrollar el turismo y fortalecer la actividad económica. 	<ul style="list-style-type: none"> Participar en los proyectos impulsados por la alcaldía y el MITUR para desarrollar el turismo. 	
O6. Creación de oferta hotelera local.			<ul style="list-style-type: none"> Generar facilidades en la construcción de nueva planta turística. 		<ul style="list-style-type: none"> Gestionar apoyo técnico en la construcción de la oferta hotelera.
O7. Apoyo del Ministerio de Turismo al turismo interno en el plan turismo 2014.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar campañas publicitarias que incrementen la demanda turística 			<ul style="list-style-type: none"> Formar parte en los proyectos impulsados por el MITUR en el mediano, corto y largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar apoyo e inversión en el desarrollo turístico a instituciones.

e) Listado de sugerencias

Origen

Sugerencias Defensivas.

- | | |
|---|---------|
| 1. Elaborar rutas turísticas para dar a conocer su cultura | F2, A1 |
| 2. Realizar campañas publicitarias | F3, A3 |
| 3. Elaborar rutas turísticas destacando el potencial turístico | F4, A1 |
| 4. Creación de rutas turísticas que salgan desde la capital | F5, A1 |
| 5. Brindar servicios de calidad a los turistas | F7, A1 |
| 6. Gestionar con la municipalidad y otras instituciones cooperación y patrocinios | F3, A2 |
| 7. Gestionar la participación en nuevas rutas turísticas | F7, A2 |
| 8. Elaborar planes de seguridad que mitiguen el alto índice delincriminal | F3, A3 |
| 9. Incentivar el mantenimiento y apoyo al a las actividades turístico culturales | F2 , A4 |
| 10. Gestionar un presupuesto adecuado a las necesidades turísticas del municipio | F3, A4 |
| 11. Establecer alianzas estratégicas con instituciones que ayuden a desarrollar el sector turismo | F4, A4 |

Sugerencias Ofensivas.

- | | |
|---|--------|
| 1. Diseñar rutas que mezclen los principales atractivos turísticos | F2, O1 |
| 2. Facilitar la creación e incorporación de nuevas rutas turísticas | F3, O1 |
| 3. Diseñar rutas que mezclen los principales atractivos turísticos | F4, O1 |
| 4. Creación de rutas turísticas que salgan desde la capital | F5, O1 |
| 5. Desarrollar campañas publicitarias a nivel nacional | F3, O2 |
| 6. Creación de afiches y brochures | F4, O2 |
| 7. Aprovechar y reforzar la publicidad existente | F3, O3 |
| 8. Gestionar con sector financiero facilidades de crédito | F7, O2 |
| 9. Establecer alianzas comerciales con centros artesanales al interior del país | F7, O2 |
| 10. Diseñar productos artesanales únicos | F6, O2 |
| 11. Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales | F6, O3 |
| 12. Apostar al mantenimiento de la infraestructura colonial | F1, O4 |

13. Mantener activas las actividades religioso- culturales	F2, O4
14. Establecer lineamientos que propicien la inversión en el municipio	F3, O4
15. Mejorar los atractivos turísticos existentes y ampliar la oferta turística	F4, O4
16. Realizar las gestiones necesarias para competir y formar parte del proyecto	F3, O5
17. Mantener los estándares de calidad para la atención de los turistas	F4, O5
18. Generar facilidades en la construcción de nueva planta turística	F3, O6
19. Elaborar proyectos para ampliar la oferta hotelera en función de los gustos y preferencias de los turistas	F4, O6
20. Gestionar apoyo en materia turística	F3, O7
21. Participar en los proyectos impulsados por el MITUR	F3, O7
22. Generar condiciones mínimas para formar parte de nuevas rutas turísticas	F7, O7

Sugerencias de Supervivencia.

1. Realizar campañas publicitarias que incrementen la demanda turística	D1, A1
2. Señalización adecuada del municipio	D2, A1
3. Capacitar a los propietarios del producto turístico para una mejor administración de los mismos	D3, A1
4. Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de los planes de desarrollo turístico ya sean en el corto, mediano o largo plazo	D4, A1
5. Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo Turístico	D5, A1
6. Gestionar el patrocinio de campañas publicitarias con MITUR	D1, A2
7. Capacitar a los propietarios del producto turístico para una mejor administración de los mismos	D3, A2
8. Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo	D5, A2
9. Turístico	
10. Incorporar planes de seguridad turística como la policía de turismo (POLITUR).	D4, A3
11. Invertir en el mantenimiento del cuerpo de agentes metropolitanos y en seguridad privada	D5, A3

- | | |
|--|--------|
| 12. Destinar un presupuesto adecuado a las necesidades del municipio | D1, A4 |
| 13. Incluir el mantenimiento y mejora de recursos viales en el plan de trabajo municipal | D2, A4 |
| 14. Establecer lineamientos que propicien la inversión en el municipio | D5,A4 |

Sugerencias Adaptativas.

- | | |
|---|--------|
| 1. Llevar a cabo campañas publicitarias para rutas existentes y para las que se desarrollaran | D1,O1 |
| 2. Tener la señalización adecuada para facilitar el recorrido del turista por el municipio. | D2, O1 |
| 3. Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de las nuevas rutas turísticas | D4, O1 |
| 4. Gestionar con MITUR y los propietarios del producto turístico la creación de nuevas rutas | D5, O1 |
| 5. Invertir en campañas publicitarias que aumente la demanda turística | D1, O2 |
| 6. Incentivar a los propietarios realizar campañas que den a conocer los productos por sus propios medios | D3, O2 |
| 7. Gestionar el patrocinio de campañas publicitarias con MITUR | D5, O2 |
| 8. Proyectar al municipio como un destino turístico artesanal | D1, O3 |
| 9. Diseñar productos artesanales únicos | D3, O3 |
| 10. Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales | D3, O3 |
| 11. Gestionar con sector financiero facilidades de crédito | D5, O3 |
| 12. Capacitar en el desarrollo de nuevas técnicas artesanales | D5, O3 |
| 13. Elaborar proyectos para ampliar la oferta turística con ayuda de la inversión extranjera | D3, O4 |
| 14. Incentivar a los propietarios del producto turístico a formar parte de las nuevas rutas turísticas y proyectos a implementar. | D4, O4 |
| 15. Buscar la incorporación de empresas que inviertan y contribuyan al desarrollo Turístico | D5, O4 |
| 16. Participar en los proyectos impulsados por la alcaldía y el MITUR para desarrollar el turismo y fortalecer la actividad económica | D3, O5 |

- | | |
|---|--------|
| 17. Participar en los proyectos impulsados por la alcaldía y el MITUR para desarrollar el turismo | D4, O5 |
| 18. Generar facilidades en la construcción de nueva planta turística. | D3, O6 |
| 19. Gestionar apoyo técnico en la construcción de la oferta hotelera | D4, O6 |
| 20. Realizar campañas publicitarias que incrementen la demanda turística | D1, O7 |
| 21. Formar parte en los proyectos impulsados por el MITUR en el mediano, corto y largo plazo | D4, O7 |
| 22. Gestionar apoyo e inversión en el desarrollo turístico a instituciones. | D5, O7 |

2.5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.5.1 CONCLUSIONES

1. El municipio de Izalco posee gran variedad de productos turísticos distribuidos tanto en la zona urbana como en la rural, los cuales poseen en su mayoría las condiciones necesarias para recibir al turista y satisfacer las necesidades de los mismos, el producto turístico del lugar no se limita a unos cuantos restaurantes e iglesias coloniales, sino que posee una mezcla de recursos naturales, gastronómicos y culturales que ofrecen un experiencia diferente y única a todo aquel que lo visita.
2. Hablar de Izalco es hablar de las tradiciones de los pueblos Náhuatl, es remontarse al pasado y conocer parte de la historia del país, conserva la arquitectura colonial en muchos de sus barrios, además de la calidez de su gente, el asentamiento indígena, características que hace del municipio un lugar único que puede convertirse en un nicho de mercado en materia turística en nuestro país, es decir, apostarle al turismo interno, mezclando el turismo histórico-cultural con la naturaleza, mezcla que ha servido a muchos países para impulsar el desarrollo turístico de los pueblos, dinamizando las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales.
3. Carece de participación en las rutas turísticas establecidas a nivel nacional por instituciones allegadas a MITUR, así como también de rutas internas que funcionen de manera permanente y que mezclen de una manera atractiva los productos turísticos urbanos con los productos turísticos rurales.
4. La administración por parte de los encargados de la oficina turística en la Alcaldía municipal junto con los miembros del comité de turismo presentan una serie de dificultades a la hora de crear nuevos planes de acción para integrar a los dos los sectores que componen la oferta turística del municipio, debido a que se carece de un presupuesto apropiado, aun cuando desde dos años atrás se está brindando mas apoyando a este sector en comparación con gestiones de gobierno municipal anteriores.

5. La falta de promoción turística apropiada es parte fundamental que ha estado estancando el desarrollo turístico del municipio, debido a que este sector no estaba entre los puntos importantes del plan de trabajo de los gobiernos municipales anteriores y por tanto no se les asignaba un presupuesto apropiado, lo anterior aunado a la falta de organización por parte de los propietarios de los recursos y atractivos turísticos por responder a intereses económicos distintos y falta de asistencia técnica. Lo anterior empezó a cambiar desde dos años atrás empezando a dar muestras de mejora en la organización turística en general.

6. La falta de identidad cultural por parte no solo de algunas partes de la población Izalqueña, sino de la población en general, que desconoce sus raíces y se muestra renuente a rescatarlas, a lo que se le suma la renuencia a cambiar de hábitos al hacer turismo, ya sea por comodidad o falta de información para visitar otros lugares turísticos.

7. La infraestructura básica del municipio se encuentra en buenas condiciones, al ofrecer al visitante las comodidades necesarias para su estancia en el lugar, sin embargo presenta deficiencias en el área de señalización y alojamiento, lo que dificulta la movilización de los visitantes y turistas al interior del municipio, a la vez que disminuye la recepción de turistas al no tener una variada oferta de alojamiento.

2.5.2 RECOMENDACIONES

1. Reforzar el mantenimiento del producto turístico existente, así como propiciar el mejoramiento de los mismos para poder brindar a los turistas productos y servicios de calidad que satisfagan sus gustos y necesidades.
2. Elaborar rutas turísticas internas que permitan conocer al turista en un mismo recorrido el lado cultural y natural del municipio, visitando los lugares más emblemáticos del producto turístico local, dinamizando las actividades económicas tradicionales y valorizando las particularidades culturales locales.
3. Crear nuevas turas turísticas permanentes trabajando en coordinación con el Ministerio de Turismo y otras Organizaciones afines, en las que se incluyan la visita a los recursos y atractivos turísticos que se encuentran tanto en la zona urbana como en la zona rural del municipio de Izalco.
4. Concientizar a los propietarios de la oferta turística a involucrarse en las actividades que la municipalidad lleva cabo para fortalecer el desarrollo turístico en el municipio, estableciendo alianzas estratégicas con la Empresa Privada que permitan dinamizar el sector turismo en el municipio, por medio de capacitaciones, inversiones y asociaciones con pequeños empresarios de la zona.
5. Gestionar con los dirigentes de la Alcaldía un aumento en el presupuesto para la oficina de turismo, que le permita llevar a cabo más proyectos enfocados al desarrollo turístico e invertir en publicidad para la promoción del municipio, y aumentar de esa forma la demanda turística.
6. Diseñar un plan de capacitación orientado a preparar los recursos humanos y empresariales para mejorar la calidad de la oferta turística integrando todos los sectores para que estos tengan los conocimientos básicos que se necesitan para llevar a cabo las actividades requeridas en el fortalecimiento del desarrollo turístico del municipio. A la vez reorientar las campañas publicitarias para resaltar y rescatar nuestra identidad cultural y fomentar el turismo interno.

7. Trabajar de la mano con todos los integrantes de la oferta turística del municipio, la Alcaldía municipal, Ministerio de Turismo y empresa privada, para mejorar la oferta turística existente, brindando opciones atractivas de hacer turismo interno que conviertan al visitante nacional y extranjero en turista.

CAPITULO III

PROPUESTA DE PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

3.1 GENERALIDADES.

En función de los resultados obtenidos en el diagnostico de la oferta y demanda turística del municipio, se detectaron una serie de áreas de acción, las que se definen a partir de los grandes puntos críticos para el desarrollo turístico, bien sean por su situación deficitaria o por su potencial para contribuir al desarrollo turístico, por tanto se comprobó la necesidad de diseñar un plan de desarrollo para el fortalecimiento de la actividad económica del municipio de Izalco, que permita una mayor afluencia turística en el municipio.

En el presente capitulo, se muestra el diseño del plan de desarrollo turístico, donde se establecen las diferentes etapas que lo conforman, y las estrategias a desarrollar para mejorar los diferentes puntos críticos, esto con el propósito de contribuir a que el municipio fortalezca su actividad económica convirtiéndose en un generador de empleos y una nueva opción de destino turístico a nivel nacional e internacional. El plan comprenderá los siguientes aspectos: Misión, visión, objetivos que se desean alcanzar, importancia en los diferentes sectores del país y desarrollo de estrategias.

Se han desarrollado tres estrategias que pretenden dar solución a los puntos críticos identificados en el diagnostico de la situación turística, los cuales fueron: poca promoción turística del municipio, la falta de señalización vial dentro del municipio y las pocas rutas turísticas existentes.

3.2 OBJETIVOS.

3.2.1 GENERAL.

Elaborar un plan de desarrollo turístico que contribuya al fortalecimiento de la actividad económica y a la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio de Izalco, departamento de Sonsonate.

3.2.2 ESPECÍFICOS.

- 1) Definir estrategias adecuadas que permitan ampliar la oferta turística del municipio de Izalco.
- 2) Diseñar una mezcla promocional adecuada para dar a conocer los diferentes atractivos turísticos con los que cuenta el municipio.
- 3) Establecer rutas turísticas como medios para facilitar la promoción del municipio de Izalco como uno de los principales destinos turísticos al interior del país.

3.3 IMPORTANCIA.

3.3.1 SECTOR TURISMO.

El Departamento de Sonsonate posee lugares muy atractivos, específicamente en el municipio de Izalco, el cual cuenta con una riqueza natural y cultural incomparable, por lo que se pretende impulsar al municipio en materia turística, estableciendo alianzas estratégicas con el sector público y privado que permitan mejorar la oferta turística existente. La importancia del plan radica en ampliar la oferta turística nacional y promover la demanda de la misma, haciendo énfasis en la realización de turismo interno, de esta forma poder promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos, además de generar empleos y contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades y del municipio

3.3.2 ACTIVIDAD ECONOMICA.

Una buena administración turística conlleva la total coordinación con entidades que influyen tanto directa como indirectamente en la actividad, permitiendo la revalorización de la actividad turística, resaltando y fortaleciendo la identidad cultural a nivel local y regional, realizando a su vez campañas de promoción destacando toda la riqueza turística del municipio que permitirán fomentar la inversión nacional y extranjera, dinamizar la economía del país al generar más empleo y crear espacios para el nacimiento de nuevas micro y pequeñas empresas.

3.3.3 SOCIAL.

Ofrecer a la municipalidad una herramienta eficiente e innovadora como lo es un plan de desarrollo turístico que contribuya al fortalecimiento de la actividad económica y turística, destacando al sector por ofrecer grandes beneficios a la sociedad, promoviendo el crecimiento y desarrollo local de la población receptora y la de sus comunidades cercanas, volviéndose un generador de empleos, mejorando y modernizando los productos turísticos existentes, fomentando así que los habitantes se desarrollen conservando su entorno cultural y natural, ayudando a la creación de una estructura socioeconómica más sólida que propicie la integración de los pueblos y brindando una opción diferente y atractiva de destino turístico para el sano esparcimiento de los turistas.

3.4 DURACION DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.

La implementación del Plan de Desarrollo Turístico para el municipio de Izalco tiene una duración prevista de tres años, del año 2012 al año 2014. Es un plan a mediano plazo debido a que las estrategias y acciones a efectuar deben coordinarse e integrarse poco a poco moviéndose armoniosamente hacia el cumplimiento de los objetivos.

3.5 MERCADO META.

Está dirigido a turistas nacionales y extranjeros, amantes de la naturaleza, la aventura y la cultura, que estén en un rango de edad entre los 18 a los 50 años, con ingresos mayores a \$200.00, pertenecientes a cualquier género y situación familiar.

3.6 DESARROLLO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.

3.6.1 ACTIVIDADES PREVIAS A LA PROPUESTA.

A continuación se detallan una serie de actividades que dieron pie a la formulación del Plan de Desarrollo Turístico, el cual fue elaborado de acuerdo a las particularidades del municipio de Izalco, departamento de Sonsonate.

1) Reunión informativa.

Se realizaron los contactos previos a la visita del municipio con los dirigentes de la Alcaldía del municipio y más específicamente con la encargada de la oficina de turismo Lic. Karla Menjivar para programar la primera visita al municipio, en la cual se hizo de su conocimiento el tipo de investigación que se pretende realizar y la solicitud respectiva de la colaboración no solo de la oficina de turismo sino también de los agentes que componen la oferta turística del municipio, posteriormente se sostuvieron reuniones informativas con los miembros del comité de turismo del municipio. Estas reuniones se llevaron a cabo durante la realización del anteproyecto de investigación y la elaboración del capítulo uno del presente informe.

2) Exploración previa del territorio.

Se busco toda la información relevante para la realización de esta investigación en libros, tesis, revistas, páginas web, a la vez que se entrevisto a pobladores del lugar y personas conocedoras del funcionamiento turístico y económico del municipio que permitió obtener de primera mano información

valiosa para orientar los objetivos de la investigación. La información recopilada se encuentra contenida en el capítulo uno de este documento.

3) Diagnostico de la situación turística del territorio.

Para conocer la situación actual del sector turismo en el municipio, se realizaron una serie de encuestas a los potenciales turistas del Área Metropolitana de San Salvador y del municipio de Izalco, así como dos focus group con los propietarios de los atractivos turísticos y entrevistas con los dirigentes de la oficina de turismo, para recoger la realidad turística del territorio convirtiéndose en un elemento clave para la formulación de un Plan de Desarrollo Turístico adecuado que se ajuste a las necesidades del municipio. Todo lo anterior se encuentra detallado en el capítulo dos de este documento.

3.6.2 FORMULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.

3.6.2.1 DEFINICIÓN DE LA FILOSOFÍA ESTRATÉGICA.

Misión.

“Somos un municipio que contribuye al desarrollo turístico por medio de la conservación y valoración de la identidad cultural y natural del país, brindando servicios y productos turísticos de calidad que cumplan con las expectativas del turista nacional y extranjero, a la vez que se fortalece la actividad económica y se mejora la calidad de vida de los habitantes”.

Visión.

“Ser un municipio reconocido a nivel nacional e internacional como uno de los principales destinos turísticos ecológicos y culturales, brindando una oferta turística de calidad excepcional, haciendo vivir al turista una experiencia inolvidable, de tal manera que quiera volver una y otra vez”

Objetivos.

- 1) Proporcionar productos y servicios turísticos de calidad que se adapten a los gustos y preferencias de Los turistas nacionales y extranjeros.
- 2) Generar las estrategias adecuadas que respondan a las necesidades del municipio, para promover el desarrollo turístico del mismo.
- 3) Contribuir a la conservación del patrimonio cultural y de los recursos naturales para alcanzar la sostenibilidad para las generaciones presentes y futuras.
- 4) Desarrollar el potencial del municipio como centro turístico para contribuir al fortalecimiento de la micro y pequeña empresa de la localidad.

Principios.

Para la obtención de resultados óptimos en la implementación de este plan será necesario aplicar los siguientes principios:

a) Sostenibilidad.

Busca integrar las áreas social, ambiental y económica, de forma que propicie el desarrollo sostenible del municipio.

b) Promoción del bienestar y la satisfacción del turista.

Persigue satisfacer el cumplimiento de las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros.

c) Rentabilidad.

Pretende optimizar el rendimiento producido por la actividad turística del municipio y generar el máximo valor añadido a la oferta turística del país.

d) Defensa de la identidad y la cultura salvadoreña.

Consiste en valorar y promocionar la riqueza cultural y étnica del país.

e) Cooperación.

Es planificar partiendo de la implicación, consenso y máxima participación de los sectores público y privado.

f) Cualificación del capital humano.

Es un factor estratégico del modelo de competitividad y sostenibilidad.

g) Aportación y estímulo de la competitividad nacional

Pretende favorecer la integración de la actividad turística en el conjunto de la economía nacional.

h) Mejora continua

Aplicación de objetivos, estrategias y procedimientos que permitan la mejora continua en la producción y prestación de los servicios turísticos

3.6.2.2 DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS.

Para la realización del plan de Desarrollo Turístico se han definido diferentes áreas de acción en función a las necesidades identificadas en el diagnóstico realizado en el municipio, las cuales permitirán determinar las estrategias que busquen dar respuesta a cada una de las necesidades identificadas. Las áreas de acción definidas para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del municipio de Izalco son:

- 1) Promoción
- 2) Señalización vial
- 3) Rutas Turísticas

3.6.2.2.1 Estrategia de Promoción.**1) Estrategia de Comercialización.****a) Producto.**

El municipio de Izalco ofrece una gran variedad de bienes y servicios de excelente calidad, siendo sus principales atractivos los sitios naturales y las manifestaciones culturales, los cuales son complementados con los restaurantes, el alojamiento, los medios de transporte y la infraestructura básica, haciendo de la estancia del turista una experiencia única y agradable que pone a su entera disposición los 365 días del año.

b) Precio.

Los precios para gozar de los diferentes productos y servicios que ofrece Izalco son variados dependiendo del tipo de actividad a realizar o la ruta que el turista quiera recorrer, los precios de las

rutas, alojamiento y alimentación son accesibles y competitivos. El plan está diseñado para personas con ingresos mayores a \$200.00.

c) Plaza.

El canal de distribución utilizado por el producto turístico del municipio es el canal directo que va del productor al consumidor.

d) Promoción.

La promoción actual del municipio es muy poca, por lo que se ha diseñado una estrategia de promoción para mejorarla, la cual constituirá el conjunto de todas las herramientas de mercadotecnia que el municipio utilizara para alcanzar los objetivos en el mercado meta.

2) Mezcla Promocional.

La propuesta promocional para el municipio de Izalco esta formada por la mezcla específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que permitirán al municipio alcanzar sus objetivos de publicidad e incrementar la demanda turística, así como fortalecer la actividad económica del municipio.

- **Objetivo General.**

Diseñar una propuesta de estrategia de promoción que permita informar, persuadir y estimular a los turistas para incrementar la demanda de visitantes al municipio.

- **Objetivos Específicos**

- ✓ Diseñar una campaña publicitaria para posicionar al municipio de Izalco como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional.
- ✓ Formular estrategias de venta que permitan incrementar la demanda turística del municipio.
- ✓ Elaborar estrategias promocionales de ventas atractivas que contribuyan a motivar la visita de los turistas al municipio.

- ✓ Desarrollar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que permitan impulsar el desarrollo turístico del lugar.

a) Venta Personal

La venta personal pretende establecer contacto directo con más potenciales turistas con el fin de persuadirlos para que visiten el municipio y conozcan los diferentes atractivos turísticos que allí se ofrecen.

Objetivo:

Proporcionar el recurso humano idóneo a la fuerza de venta para lograr persuadir al cliente real y potencial a que visite los sitios turísticos de la zona.

Políticas:

- El personal del área de ventas de los diferentes atractivos turísticos se encargará de brindar información general y específica de los servicios y lugares turísticos que ofrece el municipio.
- La asistencia a las capacitaciones será de carácter obligatorio para el personal de servicio de cada uno de atractivos turísticos.
- Realizar evaluaciones para medir la calidad de servicio al cliente y retroalimentar aquellas áreas que necesiten mejorarse.

Actividades a realizar.

1. Capacitar a los micros y pequeños empresarios que ofrecen servicios alimenticios y de alojamiento para garantizar la calidad de los productos y servicios que el turista consume o adquiera. Se han identificado las siguientes áreas a capacitar:

- Atención y trato al turista.
- Preparación y presentación de los alimentos.
- Presentación y limpieza de los meseros.

Las capacitaciones se harán en coordinación con el Ministerio de Turismo e INSAFORP lo que permitirá atender mejor al cliente y mejorar la oferta turística. El periodo de capacitación será durante los dos primeros años del plan, en la segunda semana del mes de enero y tendrá una duración de 10 días, de lunes a viernes.



2. Capacitar a los actuales y nuevos guías de turista para que puedan brindar un servicio de calidad tanto a los visitantes como a los turistas que lleguen al municipio, sean estos nacionales o extranjeros. Se contempla reforzar las áreas de:

- Historia, y
- Atención y trato al turista

Las capacitaciones se llevaran a cabo durante los dos primeros años del plan en coordinación con el Ministerio de Turismo, de tal forma que los guías queden totalmente aptos para evacuar cualquier duda que le surja al turista con respecto a la historia del municipio.

3. Realizar alianzas con instituciones (Bancos, colegios, universidades, tours operadores, agencias de viaje y centros comerciales) que permitan poner en contacto a los potenciales turistas con los diferentes atractivos turísticos que brinda el municipio por medio de la entrega de hojas volantes y brochures informativos en las diferentes instalaciones.

El material promocional contendrá toda la información necesaria sobre el municipio y su producto turístico como: ubicación exacta, números de teléfono, página web, atractivos turísticos, rutas turísticas que ofrece, entre otros, incluyendo una galería de fotos para hacer más atractivos los brochures y hojas volantes.

Las alianzas con bancos y tours operadores consisten en la disposición de un espacio dentro de sus instalaciones para la colocación de brochures que estén a la mano de los visitantes para que estos puedan informarse y visitar el municipio. Los estantes donde estarán ubicados los brochures serán abastecidos tres veces al año, anticipándose a las épocas de vacación en el país, siendo estas:

- Primera semana de marzo
- Segunda semana de julio
- Segunda semana de octubre

Las alianzas estratégicas con los tours operadores se harán por medio de la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTOUR) y sus diferentes miembros. Mientras que las alianzas con las instituciones financieras se harán con dos de ellas que gozan de gran presencia a nivel nacional, estas son:

- Banco Agrícola, y
- Federación de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador de R.L (FEDECACES)



Las alianzas estratégicas con Colegios y centros comerciales, se harán en función de la ubicación geográfica (que estén dentro del área Metropolitana de San salvador) y la demanda de los mismos. Esta consiste en repartir hojas volantes y brochures en las principales entradas y salidas de cada lugar seleccionado. Los cuales serán entregados por personal capacitado que podrá ampliar la información en caso los potenciales turistas lo requieran.

Las fechas en que se realizaran las visitas a los colegios, universidades y centros comerciales serán dos semanas antes de las vacaciones de semana santa, vacaciones agosto y vacaciones de fin de año, por ser estas épocas en las que se realiza mayor turismo en el país: El objetivo de promocionar el municipio con dos semanas de anticipación es persuadir a la población en general para que lo visite y pueda ser considerado entre las primeras opciones de destinos a visitar. Las fechas específicas para llevarlo a cabo se muestran a continuación:

- Primera semana de marzo
- Segunda semana de julio
- Segunda semana de octubre

Los colegios seleccionados son: Colegio Guadalupano, Liceo Salvadoreño, Colegio Cristóbal Colon, Externado San José, Exsal y Colegio La Sagrada Familia.

Entre las universidades a visitar están: Universidad de El Salvador, José Simeón Cañas y Francisco Gavidia. Los centros comerciales que se visitaran para realizar promoción son: Metrocentro octava etapa, Metro Sur, Galerías, Multiplaza, La Gran Vía y Metrocentro Sonsonate



4. Realizar un festival gastronómico el último sábado de cada mes, en el que el turista podrá encontrar diversos atractivos como: venta de diferentes platillos típicos, música folklórica en vivo, demostraciones de los atractivos turísticos de la zona, exposición y venta de artesanías, además el turista tendrá la oportunidad de tener una antesala de los muchos atractivos turísticos que ofrece el municipio.



b) Promoción de ventas.

Pretende estimular al cliente para que adquiera el bien o servicio ofrecido a través de un atractivo adicional al de la compra normal o cotidiana y lograr una mejor aceptación incrementando así la demanda turística.

Objetivo:

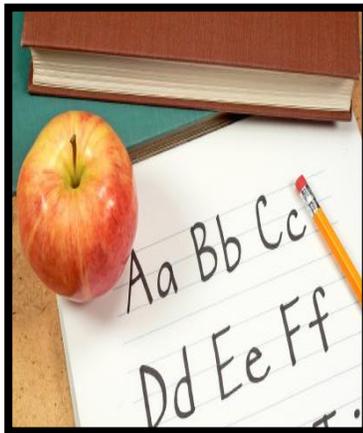
Utilizar estrategias de ventas efectivas mediante actividades de promoción para lograr una mayor afluencia de turistas al municipio.

Políticas:

- Crear precios especiales para grupos institucionales numerosos que visiten el municipio.
- La estrategia de promoción implementada deberá ser revisada y evaluada periódicamente por el comité de turismo del municipio

Actividades a Realizar:

1. Se elaboraran menús especiales para días festivos como: San Valentín, día de la madre, y día del maestro, con promociones y precios especiales, donde podrá degustar variedad de platillos con ingredientes de excelente calidad. Se ofrecerá un 10% de descuento a todas las personas que lleguen a celebrar estas festividades en cualquiera de los restaurantes que se encuentran en el inventario turístico en las fechas de: 14 de febrero, 10 de mayo y 22 de junio respectivamente.



2. Ofrecer descuentos a instituciones o grupos de personas mayores de 10 integrantes que lleguen al municipio a gozar de las diferentes rutas turísticas que ofrece el municipio. El descuento a aplicar es del 10% y es válido en cualquier época del año, en cualquiera de las 4 rutas internas que existentes en el municipio.



3. Crear promociones para los clientes que les gusta ver los partidos de football de las diferentes ligas nacionales e internacionales como: la liga Española, y la liga Nacional, con un ambiente agradable y seguro para disfrutar con familia y amigos. Las promociones en los restaurantes consisten en poner los aperitivos o entradas al 2 x 1, brindar el 10% de descuento en todos los platos fuertes de los restaurantes cuando se lleven a cabo los partidos más atractivos de la liga nacional y liga Española, además de ofrecer el “balde cervecero” a precios relativamente bajos con las mejores cervezas nacionales y extranjeras.



4. Realizar rifas de rutas turísticas para 4 personas por medio de la página web oficial del turismo en Izalco www.izalcotour.com. La temática será simple, en la página web se encontrará un espacio para poder participar contestando una pregunta relacionada a la cultura del municipio, donde las personas se registraran y una vez efectuada la rifa aparecerá el listado de los ganadores. Se rifaran dos paquetes turísticos durante el año para las vacaciones de agosto.

c) Relaciones Públicas

Se busca establecer buenas relaciones con los diferentes agentes que conforman la oferta y demanda turística del municipio, derivando de ello una publicidad favorable y creando una buena imagen de destino turístico al interior del país. El tener una buena comunicación a nivel interno y externo ayuda a mejorar la promoción del lugar y contribuye al desarrollo turístico del mismo.

Objetivo:

Elaborar y proyectar una excelente imagen ante el público en general, para ser considerado uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional y apoyar las labores de venta personal, promoción de ventas y publicidad.

Políticas.

- Tomar en cuenta las sugerencias hechas por los turistas para contribuir al desarrollo turístico del lugar.
- Buscar constantemente el patrocinio de otras empresas, con el objeto de incrementar las Relaciones Públicas del municipio.
- Realizar reuniones trimestrales con los miembros de la oferta turística para evaluar su funcionamiento y reorientar esfuerzos.

Actividades a realizar.

1. Colocar en el restaurante un buzón de sugerencias para los turistas, en donde ellos podrán opinar la calidad del producto, la variedad de menús, la atención al cliente, el ambiente del lugar, los precios, las promociones y otros servicios adicionales, lo cual se realizará permanentemente.

El buzón estará ubicado en un lugar visible y tendrá hojas de papel y un lapicero para facilitar que el cliente exprese sus opiniones y sugerencias.



2. Trabajar de la mano con el Ministerio de Turismo (MITUR), las instituciones adscritas al mismo y la Secretaria de la Cultura para buscar apoyo en la promoción de las actividades turísticas que realiza el municipio y ser partícipe de los nuevos proyectos que impulsan dichas entidades.

3. Establecer alianzas estratégicas con el sector financiero para que brinden facilidades de crédito a los que quieran invertir en la actividad turística del municipio, ya sea para nuevos atractivos turísticos o mejora de los ya existentes. Las instituciones con las que se pretende hacer alianzas estratégicas son Banco Agrícola Comercial y FEDECACES, a la vez que serán lugares donde promocionar el municipio por medio de brochures.

4. Realizar una reunión anual con los inversionistas públicos y privados para agradecer su apoyo durante el año. La reunión se realizara durante la primera semana del mes de diciembre en las instalaciones de uno de los restaurantes del municipio, ofreciendo un almuerzo con uno de los mejores platillos que se sirven en el lugar.



d) Publicidad.

Se busca efectuar una campaña Publicitaria a través de los medios de comunicación (Periódicos, hojas volantes, brochures informativos, spot televisivos) con el fin de dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio de Izalco.

Objetivo

Informar a los clientes reales y potenciales mediante una publicidad persuasiva en los medios de comunicación masivos, sobre la oferta turística que posee el municipio de Izalco con la finalidad de aumentar la afluencia turística al municipio.

Políticas

- Proyectar una imagen favorable del municipio de Izalco dando a conocer la variedad de los atractivos turísticos que este posee.
- Promover la oferta turística del municipio como un lugar de sano esparcimiento en donde el turista puede disfrutar de aire puro y tranquilidad.

Actividades a realizar.

1. Crear la marca del municipio, con un diseño novedoso, que describa la esencia del lugar.

Descripción del logotipo

El logotipo de la marca Izalco está representado por dos imágenes entrelazadas la primera es un sol, que representa la leyenda de Náhuatl de los cinco soles donde se explica la evolución humana, es de color anaranjado porque representa diversión, además de ser un color agresivo que se utiliza para llamar la atención en el área de marketing, la segunda imagen es un volcán que representa uno de los mayores atractivos turísticos del municipio el volcán de Izalco, es de color verde porque representa al medio ambiente y la naturaleza que rodean a Izalco.

Descripción del slogan

El slogan con el nombre “La magia de la cultura” se debe a que el municipio de Izalco cuenta con un patrimonio cultural incomparable, en el que se incluye la práctica de la magia oculta llamada también brujería, costumbres y tradiciones muy propias del municipio. El slogan está colocado en perfecta armonía con el logotipo conformando así la marca.

Figura 1: propuesta de Marca



2. Desarrollar su propia página web donde se publique todo el acontecer turístico del municipio, donde se encuentre información de las rutas turísticas existentes, historia del municipio, administración, espacio para sugerencias y comentarios, galería de fotos, noticias, etc. Será un espacio administrado directamente por la oficina de turismo de la municipalidad, la dirección sugerida es www.izalcotour.com.

3. Diseñar dos vallas publicitarias, una de las cuales será colocada en el desvío que conduce a Izalco dando la bienvenida a los visitantes y turistas. La segunda valla se hará para persuadir a visitar el municipio, se sugiere colocarse en el área metropolitana de San salvador en los alrededores de Metrocentro octava etapa.

Figura 2: Valla publicitaria de bienvenida



Figura 3: Valla publicitaria de persuasión



4. Diseñar un spot televisivo para anunciarlo en los canales de mayor cobertura, en periodos previos a vacaciones y fines de semana, incluyendo los canales que realizan reportajes gratuitos de destinos turísticos al interior del país.

Propuesta: Spot de televisión

¿Deseas conocer un poco mas de historia y cultura que se practican en nuestro querido El Salvador, estar en contacto con la naturaleza y ser parte por un momento de nuestras costumbres?

Visita el pueblo Izalqueño un pueblo mágico.....ubicado a 59 kilómetros de San Salvador en el departamento de Sonsonate.

Una ciudad mágica, donde podrás disfrutar y conocer costumbres de nuestros antepasados, su historia, belleza natural, actividades religioso-culturales, las cofradías, sus tradiciones, también podrás realizar actividades de aventuras, visitas a cuevas con historias muy interesantes propias del municipio y adquirir productos artesanales elaborados por los pobladores del municipio.

Ven y diviértete conociendo y siendo parte de las costumbres de Izalco, de las diferentes actividades religioso-culturales y de sus fiestas patronales.....Y no te olvides de visitar los atractivos turísticos que Izalco te ofrece.

iiiiiiiiii TE ESPERAMOS!!!!!!!!!!!!

La propuesta de spot se hará bajo ciertas condiciones que darán mayor realce al mismo y captara la atención del público en general, las especificadores se presentan a continuación:

Sera realizado por una mujer con rasgos característicos de las salvadoreñas, utilizando un traje típico en representación de nuestra cultura. Se decidió que fuera realizado por una mujer debido a que tienen un tono de voz más tierno, sencillo y es más persuasivo.

Se recomienda que durante la presentadora este leyendo el spot se muestren escenas de los lugares turísticos del municipio, eventos culturales que se realizan, diferentes actividades, galerías de fotos, mientras se escucha música folklórica de fondo con el tema del sombrero azul.

Al finalizar el anuncio brindar mayor información presentando en la parte inferior de la pantalla: la dirección de la oficina de información turística, teléfonos, correo electrónico y la dirección de la página web, entre otros,

El spot será transmitido en los canales locales, en un horario familiar que además cuente con buena audiencia televisiva que permitirá captar más potenciales turistas. Los canales y horarios establecidos son los siguientes:

- Canales 2 y 4 en el programa de Viva la Mañana.
- Canal 6 en el programa Orgullosamente Salvadoreño.
- Canal ocho en el programa Buenos Días Familia.
- Canal doce en el programa Hola El Salvador.

La distribución específica en cuanto al número de veces a pasar es el siguiente:

El spot de televisión se pasara en 5 canales, dos de los cuales, canal 2 y 4 se estarán transmitiendo en la primera y tercera semana de cada mes 3 veces por semana; y en la segunda y cuarta semana siete veces por semana. Lo anterior se debe a que la semana uno y dos de cada mes son fechas de pago para la mayoría de trabajadores y disponen de efectivo para realizar turismo en el interior del país por tanto, se pasaran más veces para persuadirlos.

En los canales 8, 6 y 12 solamente se pasaran dos veces por semana en cada uno de los canales, durante la transmisión de los programas previamente establecidos, debido a que en el caso de canal 6 el programa

de orgullosamente salvadoreño solo es transmitido una vez a la semana y en los canales 6 y 12 obedece a poca audiencia con la que cuentan dichos canales de televisión en el horario establecido.

En el caso de los meses que poseen mayor frecuencia de transmisión como marzo, julio y noviembre, es porque se bombardearía de información a los televidentes para que puedan asistir a las celebraciones y disfrutar de semana santa, vacaciones agostinas y las celebraciones patronales que se llevan a cabo, que son las épocas de mayor turismo al interior del país.

A continuación se presenta las imágenes que aparecerán mientras se estarán dando el anuncio en su debido orden:



5. Publicar anuncios en periódicos de mayor circulación (La Prensa Grafica y El Diario de Hoy) y revistas turísticas como: El Salvador turístico y El Salvador xteme, durante periodos previos a vacaciones de semana Santa, vacaciones Agostinas, fiestas patronales del municipio y fines de semana.

El diseño del anuncio consiste en una portada resumen que refleja los lugares atractivos e imágenes culturales del municipio de Izalco, por medio de una breve descripción del municipio, mencionando algunas de las ofertas turísticas y proporcionando la ubicación geográfica para poder darlo a conocer.

En la parte superior del anuncio se presenta el logo propuesto del municipio, en la parte izquierda de este contiene una imagen en grande de una de las ofertas turísticas así mismo en toda la parte derecha contará con algunos paisajes alusivos al producto turístico existente del lugar, en la parte central contiene una breve descripción del municipio de Izalco con los diferentes lugares o destinos turísticos y en la parte inferior se reflejará información como pagina web y número de teléfono para conocer más acerca de los diferentes destinos turísticos que posee Izalco.

Se publicará en los periódicos de mayor circulación en el país, en página impar, a color, en un cuarto de la página, en la sección de turismo de La Prensa Grafica y en la sección de entretenimiento de El Diario de Hoy. La publicación durante la mayor parte del año (enero, febrero, abril, mayo, junio, agosto, septiembre, octubre y diciembre) se hará una vez por semana preferiblemente el día viernes o sábado, anticipándose al fin de semana y persuadiendo a la población a que visiten Izalco en su tiempo de ocio. Únicamente durante los meses de marzo, julio y noviembre los esfuerzos en publicidad escrita se verán triplicados, publicando tres anuncios por semana bajo las mismas condiciones y en los mismos medios mencionados anteriormente, dichas publicaciones se harán los días, jueves, viernes y sábado; lo anterior debido a que estos meses son la antesala a las vacaciones que goza la mayoría de la población: vacaciones de semana santa, vacaciones agostinas y vacaciones de fin de año, por lo tanto se persuadirá aun mas a la población para que haga turismo interno en el municipio de Izalco, para que disfrute de sus atractivos turísticos, incluyendo dos de sus fiestas patronales que coinciden con las vacaciones de agosto y vacaciones de fin de año respectivamente.

En cuanto a las publicaciones en las revistas turísticas, al ser publicaciones trimestrales, se estará presente en cada una de ellas, variando el diseño y tipo de publicación en cada trimestre, haciendo énfasis en los principales atractivos turísticos del municipio.

Figura 4: propuesta de anuncio en periódico y revistas turísticas.







IZALCO MUNICIPIO DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE

Visita y Disfruta de historias Incomparables, naturaleza, costumbres y aventuras de:

LA MAGIA DE LA CULTURA

El municipio de Izalco se encuentra ubicado a 59 kilómetros de la ciudad de San Salvador, es un municipio que cuenta con muchos atractivos turísticos naturales e históricos que hacen de el una ciudad diferente y atractiva.

Entre la Oferta Turística que posee Izalco podemos mencionar: El Volcán de Izalco, Turicentro Atecozol, las Ruinas de la Iglesia la Asunción, las cuevas de Cuyagualo, el Paintball, Casa de Campo la Cuyancua, las Cuevas del Escorpión, La Virgen de la Lava. Estos y otros lugares ofrecen una experiencia inolvidables en donde puedes disfrutar de historias, la naturaleza y aventuras al realizar recorridos históricos, observar la flora y fauna, y conocer un poco de historia del pueblo de la casa de las Obsidianas.

MAYOR INFORMACION:
 Pagina Web: www.turismode izalco.com
 Teléfono: 2314-6745







6. Diseñar un brochure con la finalidad de informar y dirigir a los turistas hacia los diferentes destinos turísticos que posee el municipio de Izalco.

El Brochure de la propuesta contiene algunas de las ofertas turísticas más representativas que posee el municipio, una serie de imágenes en alusión a los mismos e información de cómo contractarse con los diferentes productos turísticos para poder disfrutar de ellos.

El diseño del brochure tendrá colores atractivos, detalles específicos (ver figura 2: Propuesta de Brochure), dando a conocer las características, breve descripción de los lugares para motivar a practicar el turismo interno, teniendo una medida de 8X10 pulgadas que es equivalente a una página de papel bond tamaño carta. Estos se podrán encontrar en restaurantes del municipio y en la zona metropolitana de San Salvador en tour operadores, agencias del Banco agrícola y FEDECACES de manera permanente. A la vez que serán repartidos en lugares de gran concurrencia como centros comerciales de Metrocentro, galerías, Multiplaza y la gran vía. Debiendo repartirse en mayor proporción en épocas claves como semana santa o vacaciones agostinas y fiestas patronales del municipio.

Figura 5: propuesta de diseño de brochure



Figura 6: propuesta de brochure (lado interior).

ATRATIVOS TURISTICOS

HISTORIA

Izalco es un municipio de El Salvador perteneciente al departamento de Sonsonate, a 59 kilómetros de la ciudad de San Salvador.

El pueblo de **Izalco** o “lugar de las obsidianas” es uno de los pocos en El Salvador donde los turistas pueden apreciar nuestras raíces indígenas.

I
Z
A
L
C
O



El volcán de Izalco: destino turístico ubicado en la finca de los cucufates, ideal para caminatas con familia y amigos, disfrutando de un clima agradable, de la flora y fauna del lugar.



Atecozol: turicentro y balneario publico el cual cuenta con aproximadamente 32 manzanas de terreno dentro de las cuales poseen ricas aguas naturales, piscina olímpica y 5 piscinas pequeñas para diversión y esparcimiento de los niños así como abundantes flore y plantas ornamentales.



Paintballizalco: es una finca de 1 y 1/2 Manzana de bosque, que cuenta con una cancha artesanal y el campo traviesa, el lugar ofrece sus instalaciones y el alquiler del equipo adecuado para jugar.



Ruinas de la iglesia Asunción: vestigios de una parroquia colonial de una belleza incomparable erigida por los españoles colonizadores de esta zona. Esta iglesia sirve de división entre lo que antes fueron los `pueblos de Izalco. Es de origen colonial y esta a la orilla de la pavimentada que cubre todo el centro de la ciudad.



Museo de las Mascaras: lugar donde se descubre la cultura del lugar por medio de una variedad de piezas coloniales, y mascararas que se utilizaban en las danzas y rituales.

ESTOS Y OTROS ATRACTIVOS
TURISTICOS TE ESPERAN EN:
LA MAGIA DE LA CULTURA

7. Elaborar una hoja volante la cual se recomienda contratar personal para que pueda ser distribuida en puntos estratégicos del departamento de San Salvador y del municipio de Izalco.

Se diseño de una forma novedosa que contiene en el lado anverso una imagen en grande de las ruinas de la iglesia la asunción y también el logo y slogan propuesto del municipio en el lado reverso contiene algunos atractivos turísticos del municipio; dicha hoja volante contiene colores vivos que atraen la mirada de las personas e invitan a los turistas a visitar el municipio y sus atractivos.

La hoja volante tendrá una medida aproximada de media página de papel tamaño carta y se imprimirá en papel reciclado contribuyendo así a cuidar el medio ambiente.

Figura 7: propuesta de hoja volante (lado anverso).

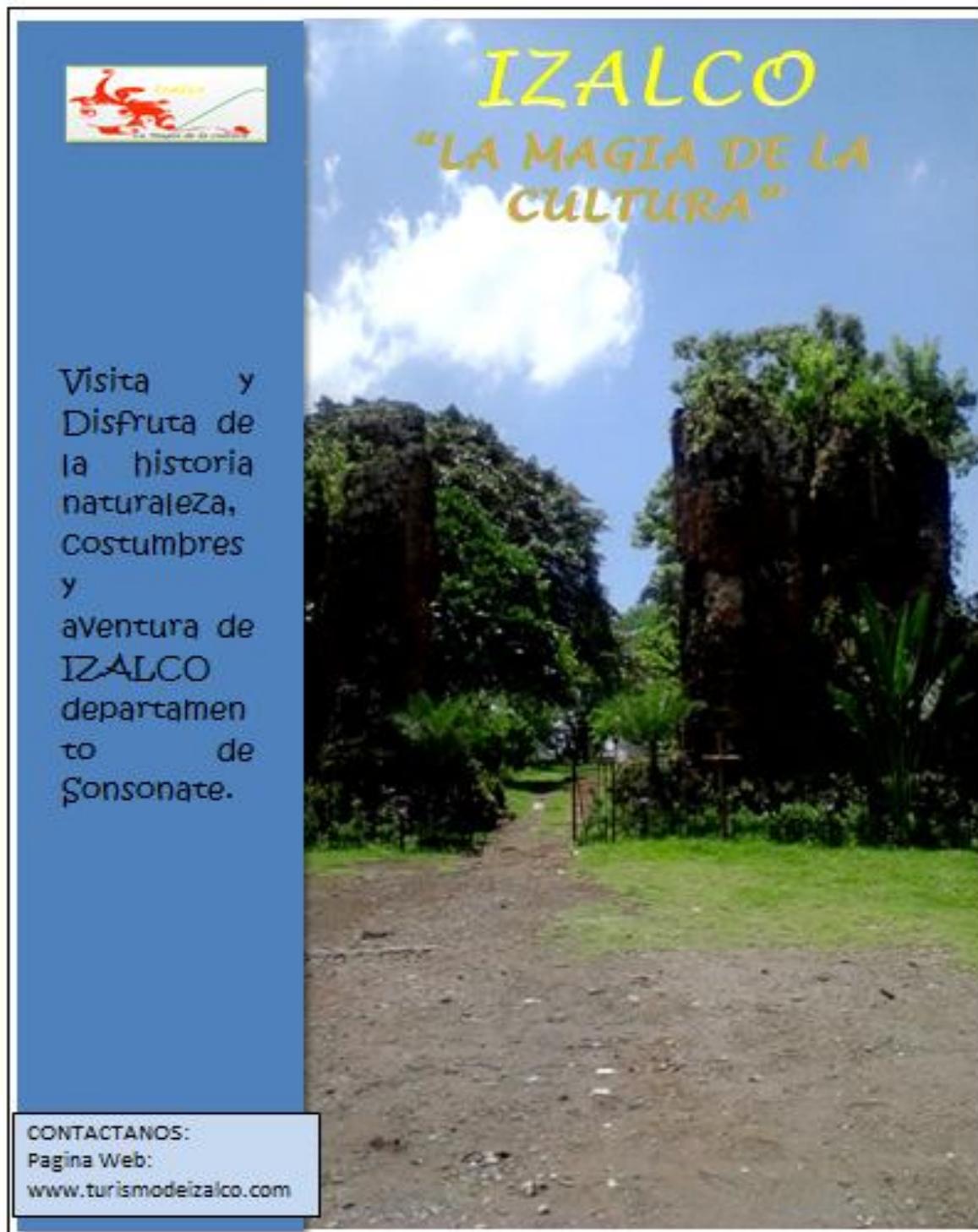
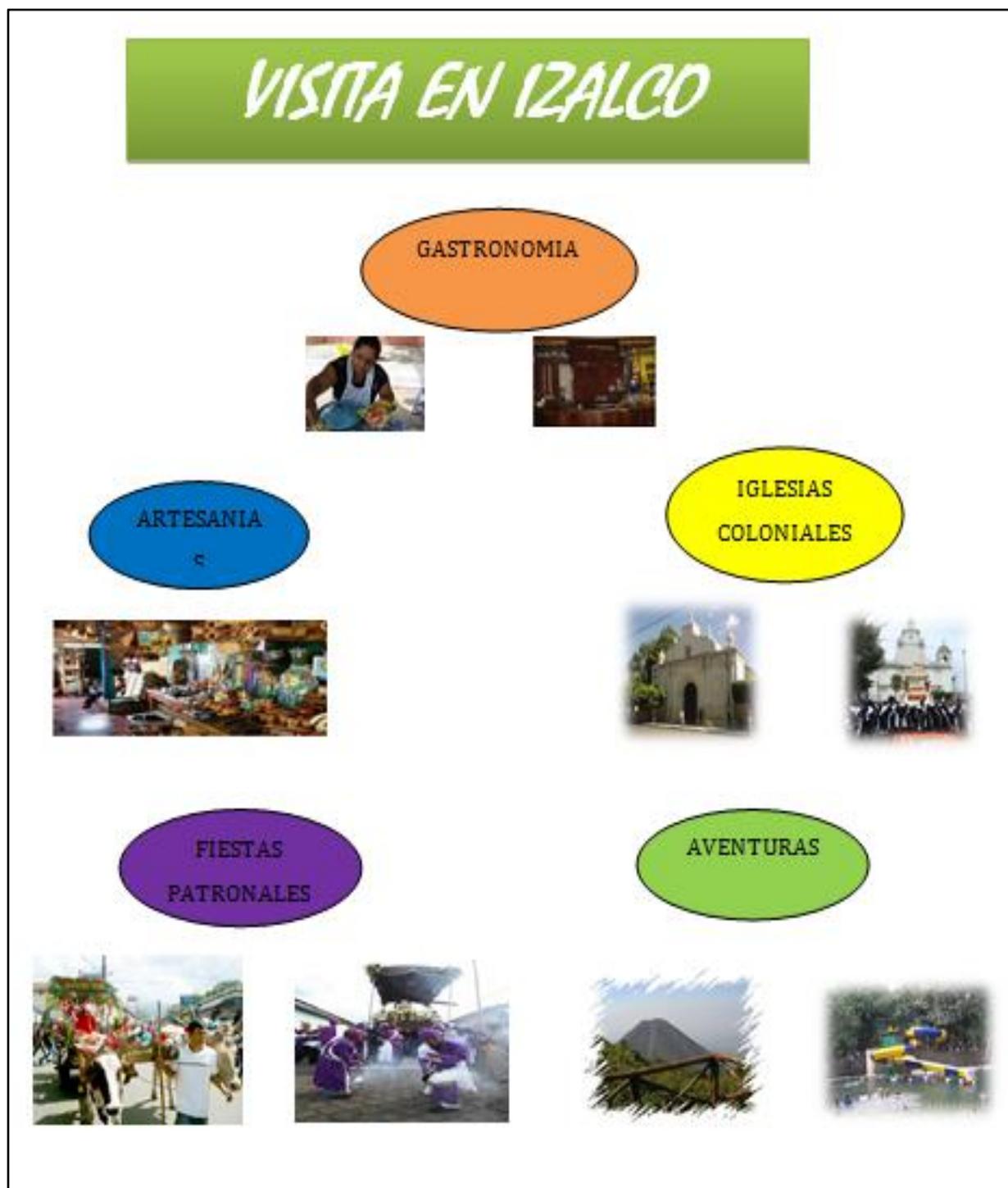


Figura 8: hoja volante (lado reverso).



f) Presupuestos

Presupuesto de venta personal

Acciones de las Ventas Personales	Años			Total
	2012	2013	2014	
1. Capacitar a pequeños y micro empresarios	\$ 250.00	\$ 300.00	\$ 360.00	\$ 910.00
2. Capacitar a los guías de turista	\$ 200.00	\$ 200.00		\$ 400.00
3. Realizar alianzas estrategicas para promocionar el municipio a nivel nacional	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 300.00
4. Realizar festivales gastronomicos	\$ 100.00	\$ 125.00	\$ 150.00	\$ 375.00
Totales	\$ 550.00	\$ 600.00	\$ 460.00	\$ 1,610.00

Presupuesto de promoción de ventas

Acciones de la Promocion de Ventas	Años			Total
	2012	2013	2014	
1. Promociones especiales para celebra el dia de san valentin, dia de la madre y dia del maestro (1)	\$ 144.00	\$ 151.20	\$ 158.76	\$ 453.96
2. Descuentos en rutas a turistas (2)	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 600.00
3. Rifas de rutas turisticas (3)	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 960.00
Totales	\$ 344.00	\$ 351.20	\$ 358.76	\$ 2,013.96

(1) 60 platos para cada una de las tres fechas con un 10% de descuento cada uno, $(60 \times 3) (\$8.00 \times 10\%) = \144.00 para el primer año; en el año 2 y 3 sufre un incremento del 5% tomando en cuenta la inflación.

(2) Cálculo $(\$40.00 \times 10\%) (50 \text{ turistas al año}) = \200.00

(3) Se rifaran 2 paquetes para 4 personas cada uno, $(\$40.00 \times 8 \text{ personas}) = \$ 320.00$

Presupuesto de relaciones publicas

Acciones de Relaciones Publicas	Años			Total
	2012	2013	2014	
1. Colocar Buzon de sugerencias e los principales restaurantes y centros de alojamiento (1)	\$ 132.00			\$ 132.00
2. Alianzas con instituciones financieras (2)	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 360.00
3. Reunion anual con inversionistas publicos y privados (3)	\$ 500.00	\$ 525.00	\$ 551.25	\$ 1,576.25
Totales	\$ 752.00	\$ 645.00	\$ 671.25	\$ 2,068.25

(1) Precio unitario \$12.00 por 11 establecimientos (4 alojamientos y 7 restaurantes)

(2) Regalías en almuerzos ejecutivos para 20 personas durante el año, con un precio aproximado de \$ 8.00 el plato

(3) Almuerzo para 50 personas con bebida incluida, con un precio promedio por plato de \$10.00

Presupuesto de publicidad

Acciones de Publicidad	Años			Total
	2012	2013	2014	
1. El Diario de Hoy (1/4 pagina impar full color)	\$1,000.38	\$1,050.39	\$1,081.90	\$3,132.67
2. La Prensa Grafica (1/4 pagina impar full color)	\$2,000.78	\$2,100.81	\$2,163.83	\$6,265.42
3. Realizacion y mantenimiento de página Web.	\$450.00	\$90.00	\$90.00	\$508.00
4. Brochure (600*\$0.50) al año.	\$300.00	\$309.00	\$318.27	\$927.27
5. Hojas Volantes (700*\$0.35)	\$245	\$252.35	\$259.92	\$757.27
6. Spot	\$35,814	\$36,888.42	\$37,995.07	\$110,697.49
7. Dos vallas Publicitarias	\$5,554.28			\$5,554.28
Totales	\$9,262.67	\$9,603.78	\$9,891.89	\$127,842.40

Presupuesto consolidado de la estrategia de promoción.

Presupuesto consolidado de la estrategia de Promocion	Años			
	2012	2013	2014	Total
1. Ventas personales	\$ 550.00	\$ 600.00	\$ 450.00	\$ 1,600.00
2. Promocion de ventas	\$ 344.00	\$ 351.20	\$ 358.76	\$ 1,053.96
3. Relaciones publicas	\$ 752.00	\$ 645.00	\$ 671.25	\$ 2,068.25
4. Publicidad	\$ 9,262.67	\$ 9,603.78	\$ 9,891.89	\$28,758.34
Totales	\$10,908.67	\$11,199.98	\$11,371.90	\$33,480.55

3.6.2.2.2 Estrategia de Señalización Vial**Introducción.**

Esta estrategia pretende dar respuesta a la poca señalización vial existente en el municipio, ya que estas instrucciones son indispensables porque facilitan la convivencia ordenada y armónica en la vía pública, facilitando el circular de los turistas a lo largo y ancho del municipio.

Objetivo:

Elaborar la señalización vial adecuada que permita informar a los turistas sobre la ubicación de los atractivos turísticos existentes en el municipio.

Actividades a realizar

1. Diseñar un método de señalización vial novedoso en base a colores, donde cada color denote un lugar específico de la oferta turística, como se muestra a continuación:

Propuesta de diseño para la señalización vial.

Se utilizaron colores llamativos y alusivos a cada uno de los componentes de la oferta turística que se identificarán por medio de la señalización, las cuales estarán elaboradas del mismo material que utiliza el Ministerio de Obras Públicas, es decir en chapa galvanizada y aluminio, rotulados con láminas reflectivas, es un material de alta calidad que asegura su preservación en el tiempo.

La designación de colores se muestra a continuación:



Restaurantes y hoteles

Indicarán la dirección a seguir para llegar a los diferentes restaurantes y hoteles que hay en el municipio.



Atractivos Naturales

Orientará a los turistas hacia los distintos atractivos naturales existentes como lo son: ríos, balnearios, cuevas, volcanes, etc.



Atractivos Culturales

Servirán de guía para que los turistas lleguen a los diferentes atractivos culturales ubicados al interior del municipio como lo son: iglesias, monumentos históricos, ruinas, museos, etc.



Cantones

Será en función de ubicar a los turistas por los diferentes cantones que conforman el municipio, facilitando su movilización.



Planta turística

Dirigirán al turista por los componentes de la planta turística existente como: clínicas, pequeños centros comerciales, mercados, etc.

2. Identificar los puntos estratégicos donde estarán ubicada la señalización para facilitar la movilización y ubicación de los turistas al interior del municipio, estos lugares son:

Propuesta de ubicación de señalización vial.

a) Restaurantes y hoteles

La mayor parte de los restaurantes y hoteles no están señalizados, las personas los ubican porque ya conocen sus instalaciones, sin embargo a los turistas se les dificulta ubicarlos puesto que muchos de ellos no conocen el municipio, en este sentido la señalización facilitara la ubicación de restaurantes y hoteles contribuyendo a la organización del municipio.

Los lugares en donde se sugiere colocar la señalización son:

- Restaurante Campo Mar
- Restaurante El Chele
- Restaurante Vía Roca
- Rio Nuevo Restaurante
- Restaurante El Alba
- Restaurante Mariona
- Little Chicken
- Plaza Izalqueña La Asunción
- Hostal La Casona de los Vega
- Cabañas Campo Bello

b) Atractivos Naturales

Los recursos naturales que se encuentran en el inventario turístico y que necesitan ser reforzados con una buena señalización son:

- Rio Ceniza
- Volcán de Izalco
- Mirador María Auxiliadora
- Cuevas del Escorpion
- La Fuente Dormida

- Poza Cuyancua
- Cueva El Tanquito
- Casa de campo La Cuyancua

c) Atractivos Culturales.

Entra la variedad de sitios culturales que posee el municipio, se pretende señalar aquellos que lo necesitan, entre los cuales se mencionan:

- Virgen de la Lava
- Ruinas de la iglesia La Asunción
- Casa Barrientos
- Museo de las Mascaras

d) Cantones

La mayor parte de los 25 cantones que conforman el municipio carecen de señalización, por tanto se propone para facilitar la movilización del turista a lo largo y ancho del municipio colocar en la entrada de cada cantón la señalización respectiva. Los lugares a señalar son:

- Cangrejera
- Ceiba del Charco
- Cruz Grande
- Chorro Arriba
- Chorro Abajo
- Cuntan
- Cuyagualo
- Sunza
- Hiuscoyalate
- Joya de Ceren
- La Chapina
- La quebrada Española
- Las Higueras

- Las Lajas
- Las Marias
- Las Tres Ceibas
- Los Tunalmiles
- Piedras Pachas
- San Isidro
- San Luis
- Shonshon
- Talcomunca
- Temuca
- Teshcal
- Talpalshucut

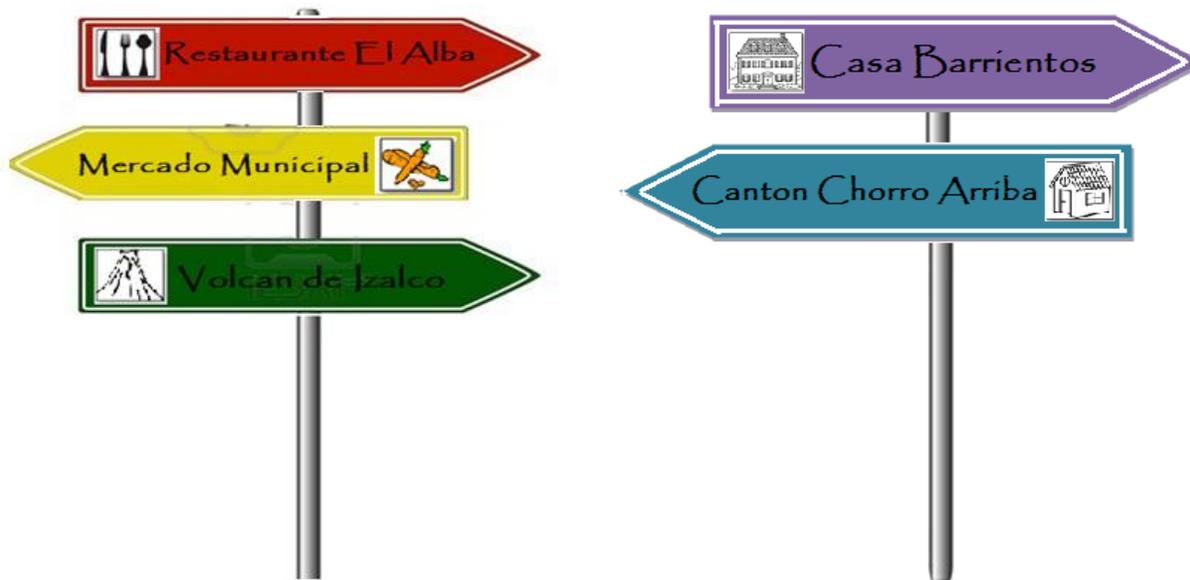
e) Planta Turística

La señalización de la planta turística es la que se encuentra de manera general en buenas condiciones, porque existe señalización los lugares en donde hace falta señalización son:

- Mercados municipales
- Estación de policía

3. Elaborar el diseño de señalización vial a implementar en el municipio

Figura 9: Propuesta de diseño para la señalización.



Son dieciocho puntos estratégicos en total que ubicaran a las personas que visitan y viven en el municipio, están ubicados en calles y carreteras principales para facilitar la movilización de los turistas.

Los puntos donde se encontraran ubicados la señalización en el interior del municipio son los que se muestran el siguiente mapa:

Figura 10: Propuesta de ubicación de la señalización



Para la ubicación de la señalización se sugiere que en cada uno de los puntos estratégicos se coloque uno de los diseños de señalización con el color correspondiente a cada producto turístico identificado, facilitando así la movilización de pobladores, visitantes y turistas al interior del municipio. El detalle de los diferentes atractivos turísticos, cantones, restaurantes, alojamiento y planta turística a señalar en cada punto se especifica a continuación:

1. Cantón las tres ceibas, Temuca y Hiuscoyalate.
2. Cantón Temuca, La Cangrejera y Hiuscoyalate.
3. Cantón Ceiba del Charco, Cangrejera y Chorro Abajo
4. Cantón Piedras Pachas, La Quebrada Española y Joya de Ceren.
5. Cantón Piedras Pachas y Restaurante Campo Mar.
6. Cantón Piedras Pachas, la Quebrada Española, Joya de Ceren y las Higueras
7. Cantón Talcomunca, Tapalshucut
8. Cantón Chorro Abajo, Cruz Grande y Ceiba del Charco
9. Cantón las higueras, San Luis y el Sunza
10. Cantón San Luis, el Sunza y Mercado Municipal
11. Cantón San Isidro, las Lajas y Volcan de Izalco
12. Cantón Teshcal, Cuntan y Virgen de la Lava
13. Cantón Shoshon, Cuyagualo, Cueva el Tanquito y Restaurante Vía Roca.
14. Cantón San Isidro, San Luis, las Lajas y Cuevas del Escorpion
15. Cantón los Tunalmites, Rio Ceniza
16. Cantón las Lajas, Mirador María Auxiliadora y Volcán de Izalco
17. Cantón las Lajas, las Marias y Volcan de Izalco
18. Mirador Mrioa Auxiliadora y Cabañas Campo Bello.

A. Presupuesto

El presupuesto para esta estrategia no se contempla debido a que no se tuvo acceso a la información en cuanto a los costos por señalización vial, debido a que estos son manejados por las alcaldías en función de licitaciones. En este sentido el presupuesto quedaría a cargo de la Alcaldía de Izalco por medio de la oficina de turismo.

3.6.2.2.3 Rutas turísticas

Introducción

El turismo está evolucionando hacia viajes más cortos en el tiempo y con una mayor frecuencia, lo que está implicando que los viajeros, además de visitar los clásicos destinos, estén optando por descubrir nuevos lugares, y ello está propiciando que la oferta turística impulsada por las diferentes administraciones públicas, esté creando nuevos productos turísticos para dar respuesta a los actuales gustos del consumidor.

La creación de nuevas rutas turísticas responde a las necesidades particulares del municipio, las cuales se han construido sobre la base de una actividad específica que las diferencie para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo, resultando de ello:

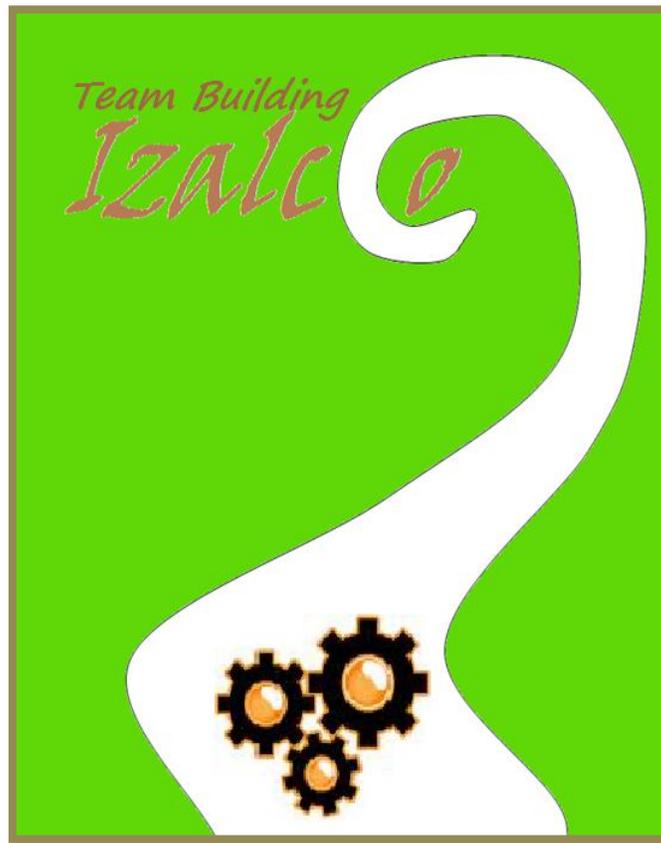
Objetivo.

Diseñar rutas turísticas que se adapten a los gustos y preferencias de los turistas para facilitar la promoción del municipio de Izalco como uno de los principales destinos turísticos al interior del país

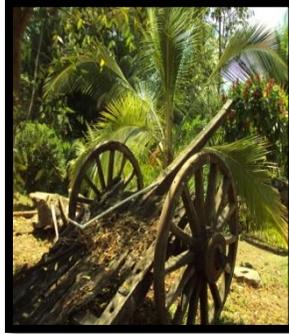
Actividades a Realizar:

1. Diseñar una ruta enfocada al turismo de negocios

Figura 11: propuesta de ruta de negocios.



Ruta Team Building Izalco



Temática:

Congresos convenciones,
actividades empresariales

Dirigido a:

Empleados de la empresa
pública o privada.

Tiempo de estancia:

Dos días

Fecha de visita:

Cualquier época

Descripción de la Ruta:

La ruta busca ser una alternativa diferente de desarrollar cualquier tipo de evento empresarial como congresos y convenciones en un ambiente tranquilo, autóctono, disfrutando de las bondades de la naturaleza y teniendo todas las comodidades que brinda la tecnología. Poniendo al servicio de las empresas distintas instalaciones y servicios, como técnicas de trabajo en equipo y liderazgo en el que se fomenta la cohesión grupal, la comunicación y el buen clima laboral, entre otras muchas cosas.

Itinerario:

La ruta comienza desde cualquier departamento de la zona occidental y central de El Salvador llegando por la carretera CA-8 al municipio de Izalco rodeado de paisaje natural, un ambiente tranquilo y hospitalario. Al llegar al municipio se recibe a los visitantes con un desayuno en la plaza Izalqueña donde podrán degustar una variedad de platillos típicos, a continuación se da un recorrido por los principales atractivos culturales ubicados en el casco urbano del municipio, luego se traslada a los turistas a La Casa Cristal o Campo Bello, donde se instalan en pequeñas cabañas y se dejan en manos de los profesionales encargados de desarrollar las temáticas del team building, se quedan a pernoctar en el lugar y prosiguen sus actividades el siguiente día. Posteriormente son trasladados al pueblo donde son despedidos por un grupo de danza folclórica del municipio y con un festival gastronómico con deliciosa comida típica como: pupusas, yuca, elotes, tamales, pasteles, nuégados, sorbete artesanal, y muchas cosas más. El recorrido termina en el lugar donde empezó, es decir, con el traslado de los turistas a su lugar de origen.

RUTA TEAM BUILDING IZALCO

a) Temática: Congresos, convenciones, actividades empresariales.

La idea central de esta ruta es ofrecer a las empresas instalaciones y servicios para cubrir sus eventos empresariales como: seminarios, conferencias, congresos, siendo su especialización el desarrollo de Team building, una nueva técnica de trabajo en equipo y liderazgo en el que se fomenta la cohesión grupal, la comunicación y el buen clima laboral.

b) Dirigido a: empleados de la empresa privada o pública.

Está diseñado para atender a cualquier tipo de empleados, sean estos de la empresa privada o pública pertenecientes a cualquier tipo de industria.

c) Tiempo de estancia: dos días y una noche.

Se pretende que la ruta tenga una duración de dos días como mínimo, sin embargo la ruta se puede adaptar para una prolongación o disminución del tiempo.

d) Fecha de visita: cualquier época.

Se atiende a los turistas en cualquier época del año, haciendo la recomendación que en la época de verano se puede mejor de los atractivos turísticos, ya que hay un mejor clima.

e) Descripción de la ruta:

Es una propuesta atractiva e innovadora, porque busca explotar un nicho de mercado desatendido por la oferta turística existente, como lo es turismo de negocios la cual es un área prometedora porque las empresas constantemente están realizando eventos, capacitando a su personal para estar a la vanguardia de todos los cambios organizacionales y tecnológicos que permitan desarrollarse y ser más rentables. Por tanto, la ruta ofrece a los empresarios el servicio de transporte, alimentación, alojamiento, recursos didácticos y servicios profesionales sobre técnicas de trabajo en equipo.

f) Itinerario:

La ruta engloba una serie de atractivos turísticos, a la vez se tiene la opción de elegir en cual lugar se desean hospedar, los atractivos turísticos que comprende esta ruta son:

- f) Plaza Izalqueña La Asunción
- g) Casa Barrientos
- h) Parque Saldaña
- i) Ruinas de la Iglesia Asunción
- j) Iglesia Dolores
- k) El museo de las mascararas
- l) Casa Cristal
- m) Campo Bello
- n) Parque Meléndez
- o) Plaza de artesanías

La ruta comienza desde cualquier punto del la zona occidental y central de El Salvador llegando por la carretera CA-8 al desvío de Izalco llegando al pueblo que lleva el mismo nombre, el cual está rodeado de paisajes naturales, un ambiente tranquilo y hospitalario donde son recibidos en el Parque Saldaña y posteriormente son trasladados a la plaza Izalqueña donde los visitantes son recibidos con un desayuno eligiendo entre una variedad de platillos típicos; a continuación se da un recorrido por los principales atractivos culturales ubicados en el casco urbano del municipio, entre los cuales se puede mencionar: La casa Barrientos un museo que conserva la arquitectura colonial, las ruinas de la iglesia La Asunción donde se narra la historia que hay detrás de ella y del misterio del campanario de la misma, la iglesia Dolores que es la segunda iglesia más importante del municipio, el Parque Menéndez un pintoresco lugar para interactuar y conocer más sobre la cultura del lugar, el museo de Las Mascararas en el que se descubre la cultura del lugar por medio de una variedad de piezas coloniales, y mascararas que se utilizaban en las danzas y rituales. Luego se traslada a los turistas al lugar de su elección para la realización de su evento, puede ser La Casa Cristal o Campo Bello, donde se instalaran en pequeñas cabañas y se dejan en manos de los profesionales encargados de desarrollar las temáticas del team building, se quedan a pernoctar en el lugar y prosiguen sus actividades el siguiente día. Posteriormente son trasladados el pueblo donde son

despedidos por un grupo de danza folclórica del municipio y con un festival gastronómico en el parque Saldaña con deliciosa comida típica como: pupusas, yuca, elotes, tamales, pasteles, nuégados, sorbete artesanal, artesanías y muchas cosas más. El recorrido termina en el lugar donde empezó, es decir, con el traslado de los turistas a su lugar de origen.

g) Actividades que se pueden realizar:

Por ser una ruta enfocada al quehacer empresarial, el tipo de actividades recreativas se ven limitadas, sin embargo se enlista a continuación las actividades que se pueden realizar:

- p) Caminatas
- q) Montar a caballo
- r) Comprar artesanías
- s) Degustar platillos
- t) Aprender sobre la historia del país
- u) Relajarse en un ambiente natural y agradable
- v) Dinámicas de grupo para reforzar la cohesión grupal, la comunicación y el buen clima laboral.
- w) Tomar fotografías
- x) Entre otras.

h) Sectores participantes

El municipio necesitara de la colaboración de todos los integrantes de la oferta turística, así como de instituciones encargadas de promover el turismo en el país, para obtener mejores resultados en la implementación de esta nueva ruta.

- MITUR: brindar asistencia técnica para la administración de negocios y atención del cliente, proporcionando servicios de promoción, de POLITUR y facilitando las alianzas estratégicas con otras organizaciones.
- Comité de Turismo: organizar a la oferta turística para que pueda atender de la mejor manera a los turistas, a la vez que gestiona alianzas estratégicas con la empresa pública y privada.

- Alcaldía Municipal: gestionar con la empresa pública y privada paquetes turísticos, así como patrocinadores para la ruta con el propósito de promocionarla e incrementar la demanda turística y proporcionar seguridad a lo largo y ancho del municipio.

i) Forma de Reservación:

La reservación de la ruta se hará con una semana de anticipación como mínimo y se atenderán a grupos mayores de 15 personas, se podrá reservar por medio de:

- La Oficina de Turismo a los teléfonos 2429 – 8000
- La pagina web del municipio en www.turismoizalco.com

j) Formas de pago:

El pago podrá efectuarse en efectivo o con tarjeta de crédito acercándose a la oficina de turismo y deberá efectuarse tres días antes de la fecha en que se realizara el evento.

k) Recomendaciones:

Llevar ropa cómoda, zapatos deportivos, suéter porque en algunas zonas el clima es frio, y un cambio de ropa, todo lo demás que usted necesite lo podrá encontrar en cualquiera de los atractivos turísticos que visite.

l) Presupuesto:

No se pudo calcular el costo que tendría recorrer la ruta team building, debido a que en ella intervienen diez establecimientos cuyos precios varían uno a uno y de los cuales no se tiene un conocimiento exacto. Por lo tanto, queda en manos de la oficina de turismo y de los atractivos turísticos involucrados establecer un precio justo y competitivo, es decir un precio rentable.

2. Diseñar una ruta enfocada al misticismo del municipio.

Figura 12: propuesta de ruta mística.



Ruta Cuyancua Mágica


Temática:

Cultura y aventura

Dirigido a:

Personas de todas las edades que les guste la aventura.

Tiempo de estancia:

Dos días y una noche

Fecha de Visita:

Cualquier época del año

Descripción de la ruta:

Es una ruta que pretende dar a conocer al turista en un solo recorrido la riqueza cultural y natural de un lugar mágico, poniéndolo en contacto con las tradiciones más representativas de la cultura Izalqueña como lo son sus leyendas, su comunidad indígena, comida y celebraciones religioso-culturales, a la vez que disfruta de estar en contacto con la naturaleza, realizando un sinfín de actividades al aire libre, brindando al turista una experiencia única e inolvidable.

Itinerario:

Tiene como eje de inicio el pueblo de Izalco con sus dos iglesias coloniales más representativas La Asunción y Dolores, con un recorrido por su historia y las celebraciones y tradiciones populares que esta comunidad realiza, incluyendo la visita a una de las pocas comunidades indígenas que aun existen en el país, por la tarde se trasladan al turicentro Atecozol donde disfrutan de las deliciosas aguas de vertientes naturales, música en vivo y un ambiente agradable; posteriormente se regresa al pueblo para degustar de una variedad de platillos típicos en la plaza Izalqueña y se quedan a pernoctar en las instalaciones del Hostal La Casona de los Vega o en la Finca El chele, donde podrá realizar una variedad de actividades como cabalgar, y visitar un mini zoológico. El día dos empieza con la caminata de los turistas a conocer las cuevas del escorpión y el misterio que esta encierra, en seguida son conducidos a la poza la Cuyancua donde podrán disfrutar de sus tranquilas y limpias aguas, se almuerza en la Finca que lleva el mismo nombre donde el turista tendrá la opción de practicar la pesca y montar a caballo. La ruta finaliza con un recorrido por los principales lugares donde se elabora artesanías, pinturas y escultura para que el turista pueda admirar y comprar un recuerdo de Izalco.

RUTA CUYANCUA MÁGICA

a) **Temática:** Cultura y aventura

El objetivo de la ruta es dar a conocer en un solo recorrido la belleza natural y cultural del municipio, de forma tal que el turista tenga una experiencia agradable e inolvidable rodeado de naturaleza y aventura, a la misma vez que conoce un poquito más sobre el patrimonio cultural de Izalco.

b) **Dirigido a:** Personas de todas las edades que les guste la aventura

Se orienta a todo tipo de turista entre niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, que tengan la condición física y el deseo de realizar actividades al aire libre.

c) **Tiempo de estancia:** Dos días y una noche.

La duración de la ruta es de dos días entre los que se distribuyen las diferentes actividades, sin embargo el tiempo de estancia se puede prolongar si el turista así lo solicita.

d) **Fecha de visita:** cualquier época.

Cualquier época del año es perfecta para realizar esta ruta, sin embargo el clima es mucho más agradable en verano.

e) **Descripción de la ruta:**

La ruta lleva el nombre de un ser mitológico propio de la cultura del pueblo Izalqueño: la Cuyancua, que según la tradición es un ser mitad cerdo y mitad serpiente que cuando aparece es para anunciar la lluvia. El recorrido por el municipio contempla mostrar al turista la riqueza cultural y natural, llevándolos a conocer la historia del municipio a través de los numerosos vestigios históricos que aún se conservan, al mismo tiempo que se realizan una serie de actividades al aire libre que harán de su visita una experiencia inolvidable.

El turista no deberá preocuparse por nada durante su estancia, ya que la ruta incluye, traslado a los diferentes atractivos turísticos, alojamiento, alimentación, seguridad y guía de turista.

f) Itinerario:

En el recorrido se visitan una serie de atractivos turísticos a lo largo y ancho del municipio, escogidos para brindar al turista aventura, diversión y culturización, los cuales son:

- Iglesia La Asunción
- Iglesia Dolores
- Comunidad Indígena
- Ruinas de la antigua Iglesia Asunción
- Monumento a los caídos en la masacre de 1932
- Turicentro Atecozol
- Plaza Izalqueña
- Hostal La Casona de los Vega
- Finca El Chele
- Cuevas del escorpión
- Poza la Cuyancua
- Finca La Cuyancua
- Plaza Izalqueña de artesanías.

Tiene como eje de inicio el pueblo de Izalco, los turistas son recibidos en la oficina de turismo por el guía de turista que los acompañara, empezando el recorrido por sus dos iglesias coloniales más representativas La Asunción y Dolores, con un recorrido por su historia, las celebraciones y tradiciones populares que esta comunidad realiza, pudiendo asistir a una de las cofradías dependiendo de la época del año en que se visite. Se continúa con la visita a una de las pocas comunidades indígenas que aun existen en el país, compartiendo con ellos algunas de sus tradiciones. Por la tarde se trasladan al turicentro Atecozol donde disfrutan de las deliciosas aguas de vertientes naturales, música en vivo y un ambiente agradable; posteriormente se regresa al pueblo para degustar de una variedad de platillos típicos en la plaza Izalqueña, yuca con chicharrón, atol de elote, pupusas hechas en comal, atol chuco, enchiladas, tamales, chicha y muchos platillos mas. Se quedan a pernoctar en las instalaciones del Hostal La Casona de los Vega o en la Finca El chele, donde podrá realizar una variedad de actividades como cabalgar, y visitar un mini zoológico. El día dos empieza con la caminata de los turistas a conocer las cuevas del escorpión y se

les explica el misterio que esta encierra, en seguida son conducidos a la poza la Cuyancua donde podrán disfrutar de sus tranquilas y limpias aguas, se almuerza en la Finca que lleva el mismo nombre donde el turista tendrá la opción de practicar la pesca y montar a caballo. La ruta finaliza con un recorrido por los principales lugares donde se elabora artesanías, pinturas y escultura para que el turista pueda admirar y comprar un recuerdo de Izalco.

g) Actividades que se pueden realizar:

El turista tendrá una diversidad de opciones en cuanto a las actividades que puede realizar durante el recorrido, entre las cuales se mencionan:

- Caminatas
- Montar a caballo
- Nadar
- Degustar platillos deliciosos
- Compra de artesanías y souvenirs
- Aprender sobre la historia del país
- Relajarse en un ambiente natural y agradable
- Tomar fotografías
- Participar en cofradías

h) Sectores participantes

El éxito de la ruta depende de la integración de los diferentes integrantes de la oferta turística, así como de instituciones encargadas de promover el turismo en el país, para brindar al turista los bienes y servicios que cumplan con sus expectativas, entre ellos están:

- MITUR: brindar asistencia técnica para la administración de negocios y atención del cliente, proporcionando servicios de promoción, de POLITUR y facilitando las alianzas estratégicas con otras organizaciones.
- Comité de Turismo: organizar a la oferta turística para que pueda atender de la mejor manera a los turistas, a la vez que gestiona alianzas estratégicas con la empresa pública y privada.

- Alcaldía Municipal: por medio de la oficina turística para gestionar con la empresa pública y privada paquetes turísticos, así como patrocinadores para la ruta con el propósito de promocionarla e incrementar la demanda turística y proporcionar seguridad a lo largo y ancho del municipio.

i) Forma de Reservación:

La reservación se puede hacer de preferencia con previa anticipación, sin embargo el turista puede llegar al municipio solicitando este servicio el mismo día en que se gozara de él. Se atenderá a grupos mayores de 8 personas y se podrá reservar por medio de:

- La Oficina de Turismo a los teléfonos 2429 - 8000
- La pagina web del municipio en www.turismoizalco.com

j) Formas de pago:

Se podrá efectuar de dos formas: en efectivo o con tarjeta de crédito acercándose a la oficina de turismo del municipio.

k) Recomendaciones:

Llevar ropa cómoda, zapatos deportivos, una toalla, traje de baño, suéter porque en algunas zonas el clima es frio, y un cambio de ropa, en caso de olvidar alguna de estas cosas no se preocupe usted podrá encontrar esto y más en cualquiera de los atractivos turísticos que visite.

l) Presupuesto:

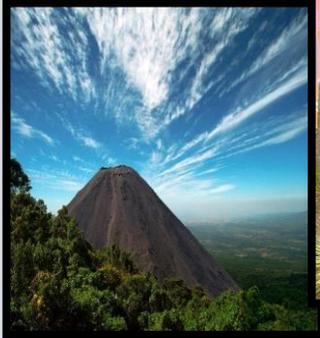
El costo aproximado del recorrido de la ruta Cuyancua mágica no se pudo calcular debido a que en ella intervienen trece establecimientos cuyos precios varían uno a uno y de los cuales no se tiene un conocimiento exacto. Por lo tanto, queda en manos de la oficina de turismo y de los atractivos turísticos involucrados establecer un precio justo y competitivo, es decir un precio rentable.

3. Diseñar una ruta enfocada al turismo de aventura.

Figura 13: propuesta de ruta de aventura



Ruta de la Aventura


Temática:

Cultura y aventura
extrema

Dirigido a:

Turistas de todas las edades que les
guste la aventura.

Tiempo de estancia:

Dos días y una noche

Fecha de Visita:

Cualquier fin de semana
del año y en vacaciones

Descripción de la ruta:

Está diseñada para los más aventureros, aquellos que disfrutan elevar su adrenalina al máximo, se recorren una serie de atractivos naturales y culturales, donde el guía de turista explica la importancia de cada uno de ellos en la historia del municipio. A la vez que el turista puede participar en las diferentes cofradías que se realizan para la fecha de su visita, y disfrutar de la variedad gastronómica que ofrece el lugar.

Itinerario:

La ruta da inicio con la llegada de los turistas al parque Meléndez, allí son recibidos por los guías y se les da las recomendaciones para emprender la caminata rumbo al volcán de Izalco, durante el camino se disfruta de variedad de especies animales y vegetales, aire fresco, el turista tendrá que atravesar pequeñas quebradas de aguas naturales y unos paisajes incomparables. Antes de llegar a la cima del volcán se hacen dos paradas una en las cuevas de Cuyagualo y la otra en el mirador María Auxiliadora donde se tiene una vista panorámica muy hermosa del municipio y sus alrededores, en ese lugar el turista podrá almorzar deliciosos platillos para posteriormente seguir con la caminata. Una vez completado el recorrido por el volcán, se emprende el regreso donde el pequeño pueblo los espera para que sean partícipes del festival gastronómico y cultural que se realiza cada fin de semana y la participación en las actividades de las cofradías. El turista pernocta en la finca El Chele o el hostel la Casona de los Vega. El día dos inicia con un recorrido por los sitios culturales más representativos del municipio y por la plaza de artesanías, seguido de la visita al paintball, y la visita al parque de los Dinosaurios Vía Roca, culminando la ruta con un refrescante baño en el turicentro Atecozol.

RUTA DE LA AVENTURA

a) **Temática:** cultura y aventura extrema

Esta ruta pretende entrelazar todas aquellas actividades relacionadas con la actividad física en donde se pueden desarrollar actividades como montañismo, natación, acampar, recorrer ríos y caminatas en espacios naturales entre otros, brindando una opción atractiva de aventura, naturaleza y cultura, haciendo de la estancia del turista una experiencia agradable e irrepetible.

b) **Dirigido a:** personas de todas las edades que les guste la aventura.

La ruta está enfocada principalmente al mercado juvenil ya que son estos quienes más gustan de realizar actividades de aventura, sin embargo la ruta puede realizarla todo aquel que tenga la condición física necesaria sin importar la edad.

c) **Tiempo de estancia:** dos días y una noche

Se ha diseñado esta ruta para dos días y una noche, tiempo necesario para llevar a cabo cada una de las actividades para los aventureros.

d) **Fecha de visita:** fines de semana y vacaciones

Puede realizarse en cualquier época del año, recomendando especialmente los fines de semana y las vacaciones de agosto, semana santa, fin de año, etc.

e) **Descripción de la ruta:**

Está diseñada para captar el mercado juvenil que gusta de realizar actividades que impliquen aventura y diversión, por tanto se ofrece una variedad de actividades enfocadas a satisfacer las expectativas de aventura del turista, a la vez que se mezclan con las actividades culturales sin caer en monótono y aburrido, es decir que el turista podrá aprender de la cultura nacional a la vez que se divierte.

La ruta incluye el traslado al interior del municipio, alojamiento, equipo necesario si se desea acampar, seguridad, alimentación y guía de turista.

f) Itinerario:

La ruta da inicio con la llegada de los turistas al parque Meléndez, allí son recibidos por los guías de turista y se les da la bienvenida y una serie de recomendaciones para emprender la caminata rumbo al volcán de Izalco, durante la caminata se disfruta de un ambiente limpio, fresco y agradable fuera del bullicio de la ciudad, pudiendo observar una variedad de especies animales y vegetales, pequeñas quebradas de manantiales naturales y unos paisajes incomparables. En el transcurso de la caminata hacia el cráter del volcán se visitan dos atractivos turísticos más, el primero es las cuevas de Cuyagualo, que son cavernas de origen volcánico con historia náhuatl-pipil. El segundo es el mirador María Auxiliadora lugar que tiene una vista panorámica muy hermosa del municipio y sus alrededores, en el cual el turista podrá almorzar deliciosos platillos para posteriormente seguir con la caminata. Una vez completado el recorrido por el volcán, se emprende el regreso al pequeño pueblo que los espera con un festival gastronómico y cultural en la plaza Izalqueña con una gran variedad de comidas típicas como: yuca, atol de elote, tamales, empanadas, riguas, elotes, pupusas hechas en comal, dulces artesanales, artesanías, pinturas, esculturas, entre otros, al mismo tiempo que escucha música folklórica. Posteriormente pueden ser partícipes de las ceremonias que llevan a cabo las diferentes cofradías, las cuales dependerán de la época del año en que se visite el municipio. El turista puede pernoctar en la finca El Chele o el hostel la Casona de los Vega dependiendo del gusto del turista y la disposición de espacio, sin embargo tiene la opción de quedarse a acampar en las cercanías del volcán de Izalco, proporcionándoles todo el equipo necesario para hacerlo en caso que el turista no cuente con él.

El día dos inicia con un recorrido por los sitios culturales más representativos del municipio como los son las ruinas de la iglesia La Asunción, la Casa Barrientos, el museo de Las mascararas, y el monumento a los indígenas asesinados en 1932, acto seguido se visita el paintballl donde los turistas podrán divertirse jugando y disparando bolas de pintura para eliminar a sus oponentes, luego se da paso a la visita del parque de los Dinosaurios Vía Roca ofreciendo un recorrido en la historia de los dinosaurios desde sus inicios hasta su extinción, culminando la ruta con un refrescante baño en el turicentro Atecozol.

g) Actividades que se pueden realizar:

Son muy variadas las actividades que se pueden realizar en el transcurso de la ruta, la mayoría de ellas implican aventura y adrenalina:

- Caminatas
- Acampar
- Realizar competencias disparando bolas de pintura
- Nadar
- Cabalgar
- Pescar
- Degustar platillos típicos
- Tomar fotografías
- Conocer más sobre la cultura Izalqueña
- Comprar artesanías
- Ver espectáculos culturales
- Plaza Izalqueña
- Ruinas de la iglesia La asunción
- Casa Barrientos
- El museo de Las Mascaras

h) Sectores participantes

El funcionamiento idóneo de esta ruta necesita de la participación de todos los sectores de la oferta turística, y de las instituciones designadas para promover es decir:

- MITUR: brindar asistencia técnica para la administración de negocios y atención del cliente, proporcionando servicios de promoción, POLITUR y facilitando las alianzas estratégicas con otras organizaciones.
- Comité de Turismo: organizar a la oferta turística para que pueda atender de la mejor manera a los turistas, a la vez que gestiona alianzas estratégicas con la empresa pública y privada.

- Alcaldía Municipal: por medio de la oficina turística para gestionar con la empresa pública y privada paquetes turísticos, así como patrocinadores para la ruta con el propósito de promocionarla e incrementar la demanda turística y proporcionar seguridad a lo largo y ancho del municipio.

l) Forma de Reservación:

La reservación se puede hacer de preferencia con previa anticipación, sin embargo el turista puede llegar al municipio solicitando este servicio el mismo día en que se gozara de él. Se atenderá a grupos mayores de 8 personas y se podrá reservar por medio de:

- La Oficina de Turismo a los teléfonos 2429 - 8000
- La pagina web del municipio en www.turismoizalco.com

j) Formas de pago:

El pago podrá realizarse en efectivo o con tarjeta de crédito acercándose a la oficina de turismo del municipio.

k) Recomendaciones:

Llevar ropa cómoda, zapatos deportivos, una toalla, traje de baño, suéter porque en algunas zonas el clima es frío, y un cambio de ropa, en caso de olvidar alguna de estas cosas no se preocupe usted podrá encontrar esto y más en cualquiera de los atractivos turísticos que visite.

l) Presupuesto:

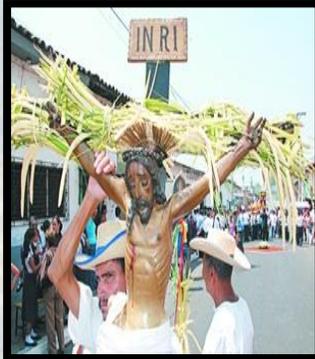
En la ruta de la aventura intervienen una serie de establecimientos cuyos precios varían uno a uno y de los cuales no se tiene un conocimiento exacto, por lo tanto no se pudo determinar un valor exacto del precio de recorrido de la ruta. En este sentido la determinación del precio queda en manos de la oficina de turismo y de los atractivos turísticos involucrados establecer un precio justo y competitivo, es decir un precio rentable.

4. Diseñar una ruta enfocada a la religiosidad del municipio.

Figura 14: propuesta de ruta religiosa



Ruta de la Fé



Temática:

Cultura y religiosidad

Dirigido a:

Turistas nacionales y extranjeros.

Tiempo de estancia:

Dos días y una noche

Fecha de Visita:

Semana santa

Descripción de la ruta:

Esta ruta está enfocada en la cultura católica, sus manifestaciones, tradiciones populares y eclesiásticas, fomentando la visita a templos coloniales y modernos, haciendo énfasis en vivir las celebraciones de semana santa en las que Izalco se viste de gala al ser considerado el tercer lugar a nivel Latinoamericano que mejor celebra estas fiestas.

Itinerario:

La ruta da inicio con la llegada de semana santa, las actividades en las que el turista puede participar varían día con día de acuerdo al calendario litúrgico, cabe señalar que cada día que comprende la semana santa se realizan un sinnúmero de actividades que son llevadas a cabo por las diferentes cofradías que hay en el municipio, además de las actividades religioso culturales el turista podrá disfrutar de una deliciosa variedad gastronómica.

RUTA DE LA FE

a) Temática: Cultura y religiosidad

Fue creada con el objetivo de rescatar las tradiciones culturales y religiosas propias del catolicismo que es la religión imperante en el municipio. Busca ser una ruta alternativa en una de las mayores celebraciones a nivel mundial por los fieles católicos, donde nacionales y extranjeros podrán vivir este fervor religioso participando de un sinfín de actividades en honor a la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo.

b) Dirigido a:

Esta ruta es dirigida a los que buscan motivar su experiencia de Fe y otros que por razones de estudio de la historia y de la arquitectura optan por este tipo de turismo sin dejar de visitar y disfrutar de la gastronomía y atractivos de cada municipio.

c) Tiempo de estancia:

Tiene un tiempo estimado de dos días y una noche, sin embargo el turista puede prolongar su estancia el tiempo que considere necesario.

d) Fecha de visita:

En semana santa, la cual tiende a variar entre los meses de marzo y abril, comenzando el domingo de ramos y finalizando el siguiente domingo que es de resurrección.

e) Descripción de la ruta

Es una ruta llena de fervor religioso en la que se realizan un sinfín de actividades para conmemorar la vida, pasión, muerte y resurrección de Jesucristo, donde el turista podrá vivir cada una de ellas involucrándose en las diferentes celebraciones. El turista contará con guía de turista, alimentación y alojamiento.

f) Sectores participantes

El municipio necesitara de la colaboración de todos los integrantes de la oferta turística, así como de instituciones encargadas de promover el turismo en el país, para obtener mejores resultados en la implementación de esta nueva ruta.

- ✓ MITUR: brindar asistencia técnica para la administración de negocios y atención del cliente, proporcionando servicios de promoción, de POLITUR y facilitando las alianzas estratégicas con otras organizaciones.
- ✓ Comité de Turismo: organizar a la oferta turística para que pueda atender de la mejor manera a los turistas, a la vez que gestiona alianzas estratégicas con la empresa pública y privada.
- ✓ Alcaldía Municipal: gestionar con la empresa pública y privada paquetes turísticos, así como patrocinadores para la ruta con el propósito de promocionarla e incrementar la demanda turística y proporcionar seguridad a lo largo y ancho del municipio.

g) Forma de Reservación:

La reservación de la ruta se hará con una semana de anticipación como mínimo y se atenderán a grupos mayores de 15 personas, se podrá reservar por medio de:

- ✓ La Oficina de Turismo a los teléfonos 2429 - 8000
- ✓ La pagina web del municipio en www.turismoizalco.com

h) Formas de pago:

El pago podrá efectuarse en efectivo o con tarjeta de crédito acercándose a la oficina de turismo y deberá efectuarse tres días antes de la fecha en que se realizara el evento.

i) Recomendaciones:

Llevar ropa cómoda y zapatos deportivos, todo lo demás que usted necesite lo podrá encontrar en cualquiera de los atractivos turísticos que visite.

l) Presupuesto:

El cálculo del precio por recorrer la ruta de la Fé resulto imposible de calcular, ya que en ella intervienen muchos atractivos turísticos de los cuales no se conoce el precio exacto por cada uno de los bienes y servicios prestados. Por lo tanto, la determinación del precio queda en manos de la oficina de turismo y de los atractivos turísticos involucrados establecer un precio justo y competitivo, es decir un precio rentable.

3.7 ELABORACION DE PROPUESTA DE GESTION.

La gestión será necesaria para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico para el fortalecimiento de la actividad económica del municipio de Izalco en el departamento de Sonsonate, el cual contiene los objetivos que se pretenden alcanzar, las actividades a realizar, la puesta en marcha, seguimiento y evaluación de la implementación, el presupuesto para la implementación y el cronograma de actividades.

3.7.1 OBJETIVOS

- Establecer las actividades necesarias para implementar el Plan de Desarrollo Turístico en el municipio.
- Identificar los recursos necesarios a utilizar para la eficiente implementación del plan.
- Formular mecanismos de control adecuados para el cumplimiento del plan con el fin de detectar y corregir las desviaciones que se encuentren.

3.7.2 ACTIVIDADES A REALIZAR

Para la puesta en marcha del Plan de Desarrollo Turísticos se establecerán las actividades que deberán realizarse las cuales se detallan a continuación:

a) Presentación

La presentación del Plan de Desarrollo Turístico se hará a los encargados de la Oficina de turismo de la Alcaldía Municipal con el fin de darlo a conocer al Alcalde para que el plan sea analizado y discutido por el consejo para la aceptación y validez del mismo.

b) Aprobación y Autorización

Luego que se haya analizado y discutido el Plan de Desarrollo Turístico el Consejo Municipal decidirá si se autoriza la implementación del plan.

c) Difusión.

La difusión se llevara a cabo después de su aprobación, contando con la participación de todos los sectores de la oferta turística. Además deberán realizarse actividades de supervisión y control sobre el desarrollo del proceso de difusión e implementación.

d) Capacitación.

Se deberá capacitar a las personas responsables de llevar a cabo la implementación del plan proporcionándoles los conocimientos teóricos para desarrollar con eficiencia cada una de las estrategias que contiene el plan.

e) Puesta en marcha, seguimiento y evaluación de la implementación de la propuesta.

Para alcanzar los objetivos deseados conforme lo plantea el Plan de Desarrollo Turístico se deberán ejecutar las actividades de forma adecuada y eficiente, Trabajando de la mano con la Alcaldía y el Ministerio de Turismo, delegando responsabilidades entre la Oficina de Turismo, el comité de turismo y los componentes de la oferta turística del municipio, una propuesta de delegación de responsabilidades se muestra a continuación:

- Alcaldía Municipal: por medio de la oficina turística para gestionar con la empresa pública y privada paquetes turísticos, así como patrocinadores para las rutas con el propósito de

promocionarlas e incrementar la demanda turística y proporcionar seguridad a lo largo y ancho del municipio

- MITUR: brindar asistencia técnica para la administración de negocios y atención del cliente, proporcionando servicios de promoción, POLITUR y facilitando las alianzas estratégicas con otras organizaciones.
- Comité de Turismo: organizar a la oferta turística para que pueda atender de la mejor manera a los turistas, a la vez que gestiona alianzas estratégicas con la empresa pública y privada.

3.7.3 MEDIOS DE FINANCIAMIENTO

Actualmente la Alcaldía de Izalco no posee los recursos económicos suficientes para destinarlos a la promoción señalización y creación de nuevas rutas turísticas, sin embargo conocen la necesidad de invertir en cada una de las áreas mencionadas, es decir de poner en marcha el Plan de Desarrollo Turístico para fortalecer la actividad económica y mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio. En este sentido que se propone la obtención de fondos para su implementación en base a dos modalidades:

a) Medios propios.

Es decir, destinar del presupuesto municipal una porcentaje significativo a la oficina de turismo para llevar a cabo la planeación estratégica que busque el desarrollo turístico de Izalco, a la vez que se trabaje de la mano con el comité de turismo y los propietarios de los diferentes atractivos turísticos para diseñara planes que permitan la obtención de recursos para destinarlos a ese fin.

b) Inversión privada.

Buscar que la empresa privada se interese en el desarrollo turístico del municipio, y se vuelva inversor del mismo, a la vez que se creen más convenios con la Cooperacion Italiana, de forma que se vuelvan socios estratégicos.

4. BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Bonilla, Gildaberto. Como hacer una tesis de Graduación con Técnicas Estadísticas. UCA Editores, San Salvador, 1998.
- Goodstein Leonardo D.; Nolan Timothy M.; Pferiffer J. William. "Planeación Estratégica Aplicada". Primera Edición, McGraw-Hill. Colombia.1998
- Hernández Sampiere, Roberto. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill. México D.F 1991.
- Kottler, Phillip. Fundamentos de Marketing. Editorial McGraw Hill, décima edición 2004.
- Muñoz Campos Roberto. La investigación científica paso a paso. Cuarta edición. San salvador, El salvador, Edit. Talleres Gráficos.
- Parra López, Eduardo; Calero García, Francisco. "Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. Primera Edición. McGraw-Hill. España. 2006.
- Robert Johnson, Patricia Kuby. Estadística Elemental. Editorial Thomson, tercera edición.
- Sunkel Y Paz, El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo. Editorial Siglo 21, México, 1981.
- Walter Hunziker, Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1942

Tesis:

- Estudio de Factibilidad para determinar el potencial turístico y plan promocional para el departamento de Sonsonate.
- Diseño de un plan promocional para el desarrollo eco turístico de la zona la Montañona en el departamento de Chalatenango.
- Plan estratégico de comercialización para el incremento del ecoturismo de la finca San Jorge, a través de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador; ubicada en el Municipio de San Julián, del departamento de Sonsonate.

- Propuesta de un Plan Estratégico que contribuya al Desarrollo Eco turístico del Municipio de Dulce Nombre de María, Departamento de Chalatenango”. Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias Económicas. 2007.

Páginas Web

- www.turismo.com.sv/destinos/izalco.php
- www.elsalvador-magazine.com
- www.viajes-a.netciudadlzalco.com
- www.tucentroamerica.com
- www.mmitur.gob.sv
- www.digestyc.gob.sv
- <http://es.wikipedia.org>
- www.minec.gob.sv

Otros

- Censo poblacional DIGESTYC 2007
- Guía para desarrollar un plan de desarrollo turístico del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura de Costa Rica.
- Informe final del plan de desarrollo territorial para la región de Sonsonate 2008 elaborado por el FISDL

ANEXOS

ANEXO 1
DEPARTAMENTO DE SONSONATE, EL SALVADOR

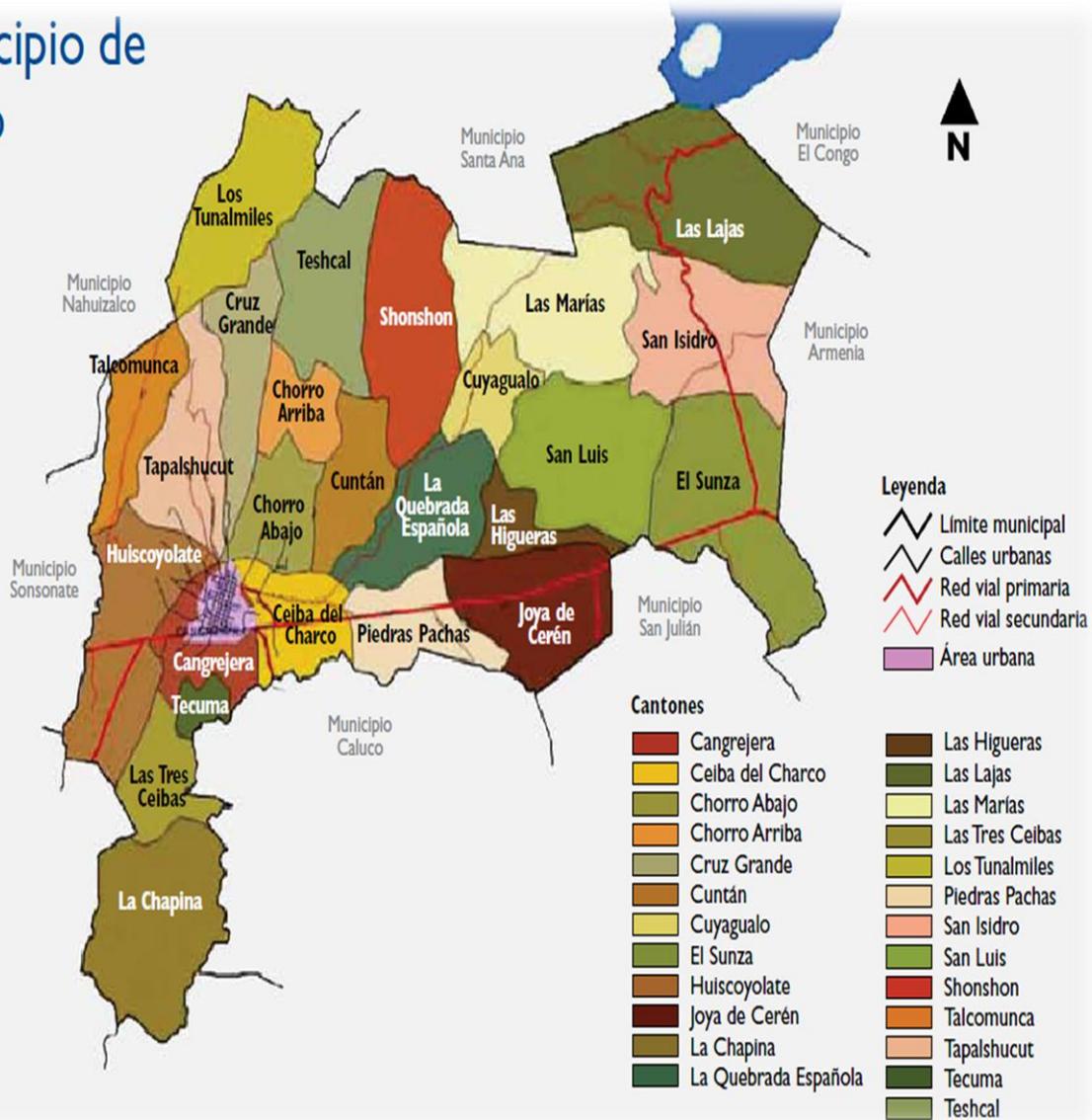


Fuente: Directorio municipal 2003-2006

ANEXO 2

MUNICIPIO DE IZALCO, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

Municipio de Izalco



Fuente: Quinto Informe del FISDL Estudios Proyectos y Planificación.

ANEXO 3
FORMATO DE CUESTIONARIO

 <p style="font-size: small;">Universidad de El Salvador <i>Por la libertad por la cultura</i></p>	<p>Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Administración de Empresas</p>	
---	---	---

Objetivo: Identificar los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros en la elección de sus destinos turísticos, y la promoción actual del municipio de Izalco para la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico.

Indicación: a continuación se le presentan una serie de preguntas por favor seleccione con una “x” la opción u opciones de respuesta que mejor represente su opinión y complemente cuando sea necesario.

I. INFORMACION GENERAL

A. Sexo

- 1) Femenino 2) Masculino

B. Edad

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a) 18 – 22 | <input type="checkbox"/> e) 38 – 42 |
| <input type="checkbox"/> b) 23 – 27 | <input type="checkbox"/> f) 43 – 47 |
| <input type="checkbox"/> c) 28 – 32 | <input type="checkbox"/> g) 48 – 52 |
| <input type="checkbox"/> d) 33 – 37 | <input type="checkbox"/> h) Más de 52 |

C. Tipo de turista

- a) Nacional b) Extranjero

D. Ocupación

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> a) Estudiante | <input type="checkbox"/> e) Comerciante |
| <input type="checkbox"/> b) Empleado | <input type="checkbox"/> f) Jubilado |
| <input type="checkbox"/> c) Desempleado | <input type="checkbox"/> g) Otro _____ |
| <input type="checkbox"/> d) Empresario | |

E. Nivel de ingreso

- a) Menos de \$200 d) De \$601 a \$800
 b) De \$200 a \$400 e) Más de \$800
 c) De \$401 a \$600

II. INFORMACION ESPECÍFICA

1. ¿Cuál es su principal motivo para viajar y hacer turismo?

- a) Vacaciones d) Salud
 b) Visitas a Familiares y amigos e) Actividades religiosas
 c) Negocios f) Oficial

2. ¿En qué época comúnmente viaja?

- a) Fines de semana d) Fiestas de semana Santa
 b) Vacaciones del trabajo e) En cualquier época del año
 c) Fiestas de fin de año f) Otros _____

3. Cuando visita lugares turísticos al interior del país, su visita es:

- a) Viaje de día (no se queda a dormir en el lugar)
 b) Se queda a dormir en el lugar

Si su respuesta es la opción del literal b) pase a la siguiente pregunta, sino pasar a la pregunta 6.

4. ¿Cuántas noches permanece en ellos?

- a) Una c) Tres
 b) Dos d) Más de tres

5. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere quedarse a pasar la noche?

- a) Hotel c) Casa de campo
 b) Hostal d) Otros _____

6. ¿Viaja solo(a) o acompañado(a)?

- a) Solo(a)
 b) Acompañado(a)

Si su respuesta es el literal b), por favor pase a la siguiente pregunta, sino pasar a la pregunta 9.

7. ¿cuántas personas lo acompañan en su viaje?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> a) Ninguna | <input type="checkbox"/> d) De cinco a seis personas |
| <input type="checkbox"/> b) De una a dos personas | <input type="checkbox"/> e) Más de 6 personas |
| <input type="checkbox"/> c) De tres a cuatro personas | |

8. ¿Con qué personas visita los diferentes atractivos turísticos?

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> a) Familia | <input type="checkbox"/> d) Compañeros de trabajo/colegio/universidad |
| <input type="checkbox"/> b) Pareja | <input type="checkbox"/> e) Delegación Institucional |
| <input type="checkbox"/> c) Amigos | <input type="checkbox"/> f) Otros _____ |

9. ¿Qué lugares prefiere visitar como destino turístico?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> a) Playas | <input type="checkbox"/> f) Balnearios |
| <input type="checkbox"/> b) Bosques | <input type="checkbox"/> g) Parques Nacionales |
| <input type="checkbox"/> c) Ríos y lagos | <input type="checkbox"/> h) Museos |
| <input type="checkbox"/> d) Volcanes y Cerros | <input type="checkbox"/> i) Casa de la cultura |
| <input type="checkbox"/> e) Iglesias del lugar | <input type="checkbox"/> j) Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Teatros | |

10. ¿Qué actividades le gusta realizar durante su estancia?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> a) Acampar | <input type="checkbox"/> f) Visitas a sitios culturales |
| <input type="checkbox"/> b) Caminatas | <input type="checkbox"/> g) Vida nocturna |
| <input type="checkbox"/> c) Cabalgatas | <input type="checkbox"/> h) Asistencia espectáculos culturales/religiosos |
| <input type="checkbox"/> d) Practicar deportes | <input type="checkbox"/> i) Compra de artesanías y souvenirs |
| <input type="checkbox"/> e) Gastronomía | <input type="checkbox"/> j) Otros _____ |

11. Si le gusta hacer gastronomía, ¿Qué clase de comida le gusta?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> a) Típica del lugar | <input type="checkbox"/> e) Italiana |
| <input type="checkbox"/> b) Mexicana | <input type="checkbox"/> f) Peruana |
| <input type="checkbox"/> c) China | <input type="checkbox"/> g) Mariscos |
| <input type="checkbox"/> d) Postres | <input type="checkbox"/> h) Otras _____ |

12. Si le gusta la vida nocturna, ¿Qué actividades le gusta realizar en la noche?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> a) Comer | <input type="checkbox"/> d) Divertirse con amigos |
| <input type="checkbox"/> b) Bailar | <input type="checkbox"/> e) Ver espectáculos |
| <input type="checkbox"/> c) Tomar bebidas alcohólicas | <input type="checkbox"/> f) Otros _____ |

13. Si le gusta practicar deportes, ¿Qué clase de deportes le gustan practicar?

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> a) Fútbol | <input type="checkbox"/> e) Surf |
| <input type="checkbox"/> b) Beisbol | <input type="checkbox"/> f) Buceo |
| <input type="checkbox"/> c) Tenis | <input type="checkbox"/> g) Pesca |
| <input type="checkbox"/> d) Caminatas | <input type="checkbox"/> h) Otros _____ |

14. Califique por orden de importancia los factores que Ud. toma en cuenta para visitar un destino turístico. Tome en cuenta que las calificaciones a asignar van del 1 al 10, asignándole el número 1 al factor más importante que Ud. toma en cuenta.

- | | |
|--------------------------------------|--|
| _____ a) Clima | _____ g) Seguridad en la zona |
| _____ b) Variedad gastronómica | _____ h) Diversidad de recursos culturales |
| _____ c) Ubicación y acceso al lugar | _____ i) Alojamiento |
| _____ e) Precios accesibles | _____ j) Restaurantes |
| _____ f) Atractivos culturales | _____ k) Información sobre el lugar |

15. ¿Qué tipo de transporte utiliza cuando visita un destino turístico?

- a) Bus de turista
 b) Buses alegres
 c) Vehículo propio
 d) Microbuses turísticos (tour)
 e) Otros _____

16. ¿Cuánto es el monto que destina al gasto diario cuando visita destinos turísticos?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> a) De \$ 10 a \$ 50 | <input type="checkbox"/> d) De \$ 201 a \$ 250 |
| <input type="checkbox"/> b) De \$ 51 a \$ 100 | <input type="checkbox"/> e) De \$ 250 a \$ 300 |
| <input type="checkbox"/> c) De \$ 101 a \$ 200 | <input type="checkbox"/> f) Más de \$ 300 |

17. ¿Qué forma de pago prefiere?

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> a) Efectivo | <input type="checkbox"/> b) Tarjeta de Crédito |
|--------------------------------------|--|

18. ¿Ha visitado alguna vez el Municipio de Izalco?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a) Sí | <input type="checkbox"/> b) No |
|--------------------------------|--------------------------------|

Si su respuesta es el literal a) pasar a la siguiente pregunta y si su respuesta es el literal b) pasar a la pregunta 23.

19. Mencione las tres cosas que más le gustaron del lugar.

20. ¿Qué lugares turísticos conoce del municipio de Izalco?

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | a) Atecozotl | <input type="checkbox"/> | j) Estadio Salvador Mariona |
| <input type="checkbox"/> | b) Volcán de Izalco | <input type="checkbox"/> | k) Casa de Cristal |
| <input type="checkbox"/> | c) Paintball | <input type="checkbox"/> | l) Restaurante Campo Mar |
| <input type="checkbox"/> | d) Hostal La casona de los Vega | <input type="checkbox"/> | m) Cuevas de Cuyagualo |
| <input type="checkbox"/> | e) Restaurante Via Roca | <input type="checkbox"/> | n) Restaurante el Chele |
| <input type="checkbox"/> | f) Parque Menéndez | <input type="checkbox"/> | o) Rio Nuevo restaurante |
| <input type="checkbox"/> | g) Casa de campo La Cuyancua | <input type="checkbox"/> | p) Little Chiken |
| <input type="checkbox"/> | h) Taquería Tenampa | <input type="checkbox"/> | q) Cabañas Campo Bello |
| <input type="checkbox"/> | i) Hotel rosal Inn | <input type="checkbox"/> | r) Otros _____ |

21. De los lugares que ha visitado, ¿Cuál es su opinión respecto a los siguientes destinos turísticos?

Críterios	Regular	Bueno	Excelente
a) Infraestructura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Salubridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Información turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Promoción Turística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Hoteles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Restaurantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Variedad en atracciones turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Precios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. ¿Qué lugares de los que no están en la lista anterior conoce de Izalco?

23. ¿Estaría dispuesto(a) a visitar el Municipio?

- a) Si b) No

24. ¿Ha visto Ud. alguna campaña publicitaria invitando a conocer el Municipio de Izalco?

a) Si

b) No

Si su respuesta es el literal a) pasar a la siguiente pregunta, si es el literal b) pasar a la pregunta 26.

25. ¿En qué tipo de medio publicitario?

a) Radial

f) Televisiva

b) Periódico

g) Vallas publicitarias

c) Revistas

h) Afiches en agencias de viaje

d) Pagina web

i) Otros _____

e) Aeropuertos

26. ¿Sabe dónde está ubicado el municipio de Izalco?

a) Si

b) No

27. ¿Sabe cuánto tiempo es de recorrido desde San Salvador a Izalco?

a) Si

b) No ¿Cuánto tiempo? _____

28. ¿Qué ha escuchado acerca del municipio de Izalco?

29. ¿Qué percepción tiene Ud. del municipio de Izalco?

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 4
FORMATO DE GUIA DE GUÍA DE ENTREVISTA

 <p>Universidad de El Salvador <i>Apunta la libertad por la cultura</i></p>	<p>Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Administración de Empresas</p>	
--	---	---

Objetivo: conocer la forma de administración actual del sector turismo en el municipio de Izalco, departamento de Sonsonate.

1. ¿Cuáles son los objetivos que persigue la unidad Turística dentro de la alcaldía y dentro del municipio?
2. ¿Qué tipo de turismo se promueve principalmente en su municipio?
3. ¿Qué tipo de turistas visitan el lugar? ¿Son estos turistas los que desea que visiten el lugar?
4. ¿Qué área turística es más importante para el municipio? ¿Por qué?
5. ¿Con qué servicios y actividades cuenta el turista en el municipio?
6. ¿Considera que el municipio cuenta con los recursos necesarios para ser considerado uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional? ¿por qué?
7. ¿Cuáles considera que sean las áreas que necesitan mayor inversión en el municipio para promover el turismo?
8. ¿Es el turismo una importante fuente económica para los habitantes del municipio? ¿Por qué?
9. ¿Cuáles son las mayores fortalezas y debilidades del sector turismo en el municipio?
10. ¿Cuáles son las mayores amenazas potenciales que enfrentan y cuáles son las mejores oportunidades que se están desarrollando?
11. ¿Cuenta el municipio con rutas turísticas?
12. ¿Cómo esta la seguridad ciudadana en el municipio?
13. ¿Recibe la Alcaldía apoyo de parte de PNC o de los Cuerpos de Seguridad?
14. ¿Cuenta el municipio con Hospitales, Clínicas, Bomberos, Plan de Protección Civil en caso de desastres (evacuación)?

ANEXO 5

GUIA DE OBSERVACION SOBRE LA OFERTA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO

Objetivo: Examinar los diferentes criterios de relevancia que demuestren la realidad del entorno turístico con potencial de desarrollo en el Municipio de Izalco, departamento de Sonsonate.

A. GUIA DE OBSERVACION GENERAL

Indicaciones: de acuerdo a los siguientes criterios de observación calificar la situación actual a nivel general de la oferta turística del municipio.

✓ PLANTA TURISTICA

	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Hoteles				
2. moteles				
3. hostales				
4. casas de alojamiento				
5. Casas Rurales				
6. Restaurantes				

COMENTARIOS

✓ SEGURIDAD

	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Presencia Policial.				
2. Estación Policial.				
3. Índice de Criminalidad.				
4. Seguridad Privada.				
5. Cuerpos de Socorro.				
6. Planes de Seguridad.				
7. Presencia de grupos antisociales.				

COMENTARIOS

✓ **ACCESIBILIDAD**

	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Carreteras primarias en buen estado.				
2. Carreteras secundarias en buen estado.				
3. Señalización optima.				
4. Transporte Público.				
5. Terminal de Autobuses.				
6. Tipos de Transporte (buses, microbuses, automóvil, bicicleta, moto, moto-taxi, taxi, etc.)				
7. Inmediatez del lugar.				

COMENTARIOS

✓ **INFRAESTRUCTURA**

	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Servicio de agua potable.				
2. Servicio de energía eléctrica.				
3. Servicios Telefónicos.				
4. Servicio de recolección de desechos.				
5. Servicios Sanitarios.				
6. Servicios de Aguas Residuales.				

COMENTARIOS

✓ **INFORMACION TURISTICA Y PROMOCION.**

	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Cuenta con caseta de información.				
2. Comité Turístico.				
3. Presencia de Guías				
4. Señalización del lugar.				
5. Documentos Informativos				
6. Campañas Publicitarias				

COMENTARIOS

B. GUIA DE OBSERVACION ESPECÍFICA

Indicaciones: de acuerdo a los siguientes criterios específicos de observación calificar la situación actual de la oferta turística del municipio.

✓ RESTAURANTES

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
RUTAS DE ACCESO				
Calle Pavimentada/asfaltada				
Calle en buen estado pero sin pavimentar.				
COMUNICACIONES				
Teléfono Fijo				
Internet Inalámbrico				
Página web				
EQUIPAMIENTO				
Agua				
Energía eléctrica				
Aguas residuales				
Parqueo propio				
Seguridad				
Televisores				
Música				
Aire acondicionado				
Señalización interna				
Área de juegos				
Sillas para bebé				
Servicio de aguas residuales				
SERVICIO DE RESTAURANTE				
Menú a la carta				
Comida a la vista				
Comida Nacional				
Comida Internacional				
Bebidas nacionales				
Bebidas internacionales				
SANEAMIENTO				
Limpio				
Sucio				

✓ **ALOJAMIENTO**

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
RUTAS DE ACCESO				
Calle Pavimentada/asfaltada				
Calle en buen estado pero sin pavimentar.				
COMUNICACIONES				
Teléfono Fijo				
Fax				
Internet Inalámbrico				
Página web				
EQUIPAMIENTO				
Agua				
Energía eléctrica				
Aguas residuales				
Parqueo propio				
Seguridad				
Televisores				
Música				
Aire acondicionado				
Señalización interna				
Área de juegos				
Sillas para bebé				
SERVICIO DE RESTAURANTE				
Menú a la carta				
Comida a la vista				
Comida Nacional				
Comida Internacional				
Bebidas nacionales				
Bebidas internacionales				
SERVICIO EN HABITACION				
Escritorio y silla				
Televisor				
Ventilador				
Aire acondicionado				
Teléfono en la habitación				
Artículos de tocador				
SERVICIOS ADICIONALES				
Áreas para eventos				
ATENCION AL CLIENTE				
Recepción				
Reservaciones				

Buzón de sugerencias				
SISTEMA DE PAGO				
Efectivo				
Crédito				
SANEAMIENTO				
Limpio				
Sucio				

✓ **RECURSOS TURISTICOS**

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
ACCESO AL RECURSO				
Calle Pavimentada/asfaltada				
Calle en buen estado pero sin pavimentar.				
COMUNICACION				
Teléfono				
Pagina web				
ADECUACION EXISTENTE				
Presencia de alojamiento con agua potable y energía eléctrica				
Presencia gastronómica con agua potable y energía eléctrica.				
Agua potable y energía eléctrica.				
SANEAMIENTO				
Ausencia de basura en acceso y en el sitio				
Presencia de basura en el acceso, pero no en el sitio (viceversa)				
Presencia de basura en el acceso y sitio				
SEÑALIZACION TURISTICA DEL RECURSO				
Existencia de señalización que oriente al visitante.				

ANEXO 6

GUIA DE ANALISIS DE GRUPO FOCAL PARA CONOCER LA OFERTA TURISTICA DEL MUNICIPIO DE IZALCO.

Objetivo: Conocer las características de la oferta turística en el municipio de Izalco para generar los lineamientos y estrategias que ayuden a la elaboración de un Plan de Desarrollo turístico.

A. PREAMBULO (3 minutos)

- ✓ Gracias y bienvenida
- ✓ Naturaleza del grupo de enfoque
- ✓ Indicaciones
- ✓ Grabación de audio y video

B. INTRODUCCION (5 minutos)

- ✓ Presentación

C. LUGARES IMPORTANTES PUEDEN SER VISITADOS POR EL TURISTA (RECURSOS TURÍSTICOS) (15 minutos)

- ✓ Lugares más frecuentados por los turistas
- ✓ Lugares no muy conocidos en el municipio y que deberían ser visitados por los turistas
- ✓ Registro de las visitas al municipio

D. FORTALEZAS Y DEBILIDADES COMO LUGAR TURÍSTICO (10 minutos)

- ✓ Fortalezas
- ✓ Debilidades

E. AMENAZAS Y OPORTUNIDADES PARA LOS LUGARES TURÍSTICOS (10 minutos)

- ✓ Amenazas actuales
- ✓ Oportunidades actuales
- ✓ Amenazas a futuro
- ✓ Oportunidades a futuro

F. CALIDAD DE LOS SERVICIOS PARA LA ATENCIÓN DE TURISTAS TANTO LOCALES COMO EXTRANJEROS (10 minutos)

- ✓ Guía turístico
- ✓ Sistema de pago
- ✓ Variedad gastronómica

- ✓ Capacitación de personal
 - ✓ Evaluación y mejoramiento
- G. GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS TURISTAS (8 minutos)
- ✓ Destinos más demandados
 - ✓ Comida más consumida
- H. FACTORES QUE INCIDEN EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA Y TIPOS DE TURISTAS QUE VISITAN EL LUGAR (15 minutos)
- ✓ Tipos de turistas que visitan el lugar
 - ✓ Infraestructura básica
 - ✓ Seguridad del municipio y del establecimiento
 - ✓ Rutas turísticas de las que forma parte el municipio
- I. CAMPAÑAS DE MARKETING Y/O PROMOCIÓN QUE HAN EMPLEADO PARA DARSE A CONOCER Y ATRAER MÁS TURISTAS (8 minutos)
- ✓ Medios publicitarios utilizados para promocionarse
 - ✓ Alcance de las campañas publicitarias: local, departamental, regional, nacional e internacional
 - ✓ ¿Considera que la publicidad que realiza es la suficiente o debería invertir más en ella?
 - ✓ ¿Qué debería hacer para mejorar la publicidad a futuro?
- J. APOYO DE ALCALDÍA Y ONG AL MUNICIPIO EN EL ÁREA TURÍSTICA (10 minutos)
- ✓ ¿Considera que los esfuerzos que realiza la Alcaldía para promover el turismo son suficiente y los más adecuados?
 - ✓ Es beneficiado por algún proyecto impulsado por la alcaldía, ONG o Gobierno extranjero para promover el desarrollo turístico.
 - ✓ ¿El municipio está siendo ayudado en el área turística por alguna ONG o Gobierno extranjero? ¿de qué forma?
 - ✓ Que apoyo en el área turística espera por parte de la Alcaldía en el futuro
- K. RUTAS TURISTICAS (5 minutos)
- ✓ ¿Estarían dispuestos a formar parte de nuevas rutas turísticas? ¿con que condiciones?
 - ✓ Propuestas de marcas y eslogan para nuevas rutas turísticas
- L. AGRADECIMIENTOS (3 minutos)
- ✓ Agradecimientos a los participantes

ANEXO 7

HABITANTES POR MUNICIPIO MAYORES DE 18 AÑOS QUE CONFORMAN EL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR (AMSS) Y EL MUNICIPIO DE IZALCO. PROYECCIONES PARA EL 2011

Municipio (AMSS)	Habitantes 2007	Tasa de crecimiento	Habitantes 2011
San Salvador	220,543	-29.6%	155,262
Soyapango	157,505	6.9%	168,373
Mejicanos	94,768	-6.4%	88,703
Apopa	80,594	21.4%	97,841
Santa Tecla	83,541	2.8%	85,880
Ciudad Delgado	75,989	-3.1%	73,633
Ilopango	65,330	13.7%	74,280
Tonacatepeque	53,914	33.5%	71,975
San Martín	43,805	23.1%	53,924
Cuscatancingo	41,425	12.0%	46,396
San Marcos	40,848	2.5%	41,869
Ayutuxtepeque	23,181	20.3%	27,887
Antiguo Cuscatlán	24,486	14.2%	27,963
Nejapa	17,648	2.0%	18,001
Total AMSS	1023,577		1031,987

Municipio	Habitantes 2007	Tasa de crecimiento	Habitantes 2011
Izalco	41,225	2.4%	42,214

Fuente: Cálculos realizados con las tasas anuales de crecimiento por municipio proporcionadas por Dirección General de Estadísticas y Censos, en su publicación sobre las Estimaciones y Proyecciones Municipales de Población 2005 – 2010 y el Boletín del VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.

ANEXO 8

CALCULO DE LA MUESTRA DEL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR (AMSS)⁴⁷

Fórmula para una población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = es el nivel de confianza

p = es la probabilidad de éxito

q = es la probabilidad de fracaso (1-p)

N = es el tamaño de la población

e = es la precisión o el error

Aplicando la fórmula:

Cálculo de Z:

Se desea trabajar con un nivel de confianza del 95%, por lo tanto, para la obtención de los valores críticos de Z bajo el área de la curva normal, se procede de la siguiente forma:

Z= 95%

$$Z = \frac{0.95}{2}$$

Z= 0.4750

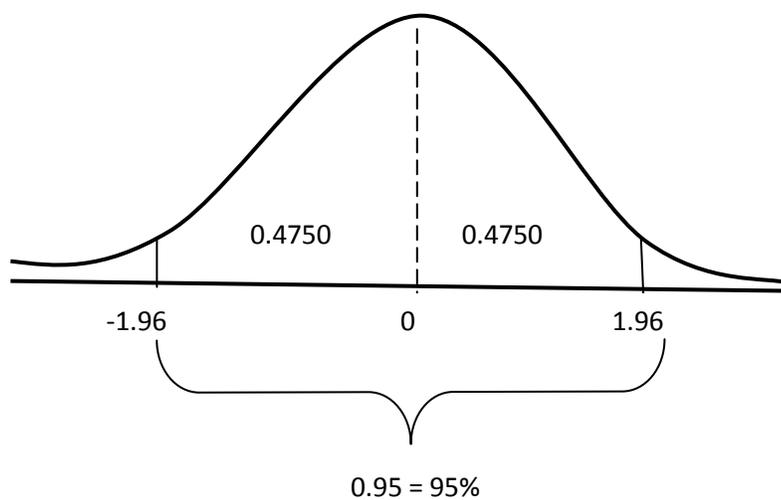
Se busca este número en la tabla para el cálculo de probabilidades de distribución normal estándar, resultando que **Z= 1.96**

⁴⁷ Robert Johnson, Patricia Kuby. Estadística Elemental. Editorial Thomson, tercera edición

Tabla de la distribución normal estándar.

Z	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0.0	0.0000	0.0040	0.0080	0.0120	0.0160	0.0199	0.0239	0.0279	0.0319	0.0359
0.1	0.0398	0.0438	0.0478	0.0517	0.0557	0.0596	0.0636	0.0675	0.0714	0.0753
0.2	0.0793	0.0832	0.0871	0.0910	0.0948	0.0987	0.1026	0.1064	0.1103	0.1141
0.3	0.1179	0.1217	0.1255	0.1293	0.1331	0.1368	0.1406	0.1443	0.1480	0.1517
0.4	0.1554	0.1591	0.1628	0.1664	0.1700	0.1736	0.1772	0.1808	0.1844	0.1879
0.5	0.1915	0.1950	0.1985	0.2019	0.2054	0.2088	0.2123	0.2157	0.2190	0.2224
0.6	0.2257	0.2291	0.2324	0.2357	0.2389	0.2422	0.2454	0.2486	0.2517	0.2549
0.7	0.2580	0.2611	0.2642	0.2673	0.2704	0.2734	0.2764	0.2794	0.2823	0.2852
0.8	0.2881	0.2910	0.2939	0.2967	0.2995	0.3023	0.3051	0.3078	0.3106	0.3133
0.9	0.3159	0.3186	0.3212	0.3238	0.3264	0.3289	0.3315	0.3340	0.3365	0.3389
1.0	0.3413	0.3438	0.3461	0.3485	0.3508	0.3531	0.3554	0.3577	0.3599	0.3621
1.1	0.3643	0.3665	0.3686	0.3708	0.3729	0.3749	0.3770	0.3790	0.3810	0.3830
1.2	0.3849	0.3869	0.3888	0.3907	0.3925	0.3944	0.3962	0.3980	0.3997	0.4015
1.3	0.4032	0.4049	0.4066	0.4082	0.4099	0.4115	0.4131	0.4147	0.4162	0.4177
1.4	0.4192	0.4207	0.4222	0.4236	0.4251	0.4265	0.4279	0.4292	0.4306	0.4319
1.5	0.4332	0.4345	0.4357	0.4370	0.4382	0.4394	0.4406	0.4418	0.4429	0.4441
1.6	0.4452	0.4463	0.4474	0.4484	0.4495	0.4505	0.4515	0.4525	0.4535	0.4545
1.7	0.4554	0.4564	0.4573	0.4582	0.4591	0.4599	0.4608	0.4616	0.4625	0.4633
1.8	0.4641	0.4649	0.4656	0.4664	0.4671	0.4678	0.4686	0.4693	0.4699	0.4706
1.9	0.4713	0.4719	0.4726	0.4732	0.4738	0.4744	0.4750	0.4756	0.4761	0.4767
2.0	0.4772	0.4778	0.4783	0.4788	0.4793	0.4798	0.4803	0.4808	0.4812	0.4817
2.1	0.4821	0.4826	0.4830	0.4834	0.4838	0.4842	0.4846	0.4850	0.4854	0.4857
2.2	0.4861	0.4864	0.4868	0.4871	0.4875	0.4878	0.4881	0.4884	0.4887	0.4890
2.3	0.4893	0.4896	0.4898	0.4901	0.4904	0.4906	0.4909	0.4911	0.4913	0.4916
2.4	0.4918	0.4920	0.4922	0.4925	0.4927	0.4929	0.4931	0.4932	0.4934	0.4936

2.5	0.4938	0.4940	0.4941	0.4943	0.4945	0.4946	0.4948	0.4949	0.4951	0.4952
2.6	0.4953	0.4955	0.4956	0.4957	0.4959	0.4960	0.4961	0.4962	0.4963	0.4964
2.7	0.4965	0.4966	0.4967	0.4968	0.4969	0.4970	0.4971	0.4972	0.4973	0.4974
2.8	0.4974	0.4975	0.4976	0.4977	0.4977	0.4978	0.4979	0.4979	0.4980	0.4981
2.9	0.4981	0.4982	0.4982	0.4983	0.4984	0.4984	0.4985	0.4985	0.4986	0.4986
3.0	0.4987	0.4987	0.4987	0.4988	0.4988	0.4989	0.4989	0.4989	0.4990	0.4990



Donde:

$N = 1,031,987$ turistas potenciales

$Z = 95\% = 1.96$

$p = 0.50$

$q = (1 - 0.50) = 0.50$

$e = 0.08$

$$n = \frac{(1,031,987)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2(1,031,987 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 150$ turistas potenciales

En el AMSS se pasarán 150 encuestas a las personas que cumplieron con el perfil establecido

ANEXO 9

CALCULO DE LA DISTRIBUCION PARA EL PASO DE ENCUESTAS EN AL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

Municipio (AMSS)	Habitantes 2011	Frecuencia Relativa	Numero de encuestas
San Salvador	155,262	15%	23
Soyapango	168,373	16%	24
Mejicanos	88,703	9%	13
Apopa	97,841	9%	14
Santa Tecla	85,880	8%	12
Ciudad Delgado	73,633	7%	11
Ilopango	74,280	7%	11
Tonacatepeque	71,975	7%	10
San Martin	53,924	5%	8
Cuscatancingo	46,396	4%	7
San Marcos	41,869	4%	6
Ayutuxtepeque	27,887	3%	4
Antiguo Cuscatlán	27,963	3%	4
Nejapa	18,001	2%	3
Total AMSS	1031,987	100.0%	150

Fuente: Cálculos realizados en función al número de habitantes por municipio proporcionados en el anexo siete de este documento.

ANEXO 10
CALCULO DE LA MUESTRA DEL MUNICIPIO DE IZALCO⁴⁸

Fórmula para una población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = es el nivel de confianza

p = es la probabilidad de éxito

q = es la probabilidad de fracaso (1-p)

N = es el tamaño de la población

e = es la precisión o el error

Aplicando la fórmula:

Cálculo de Z:

El nivel deseado de confianza es de 95%, para la obtención de los valores críticos de Z bajo el área de la curva normal, se procede de la siguiente forma:

Z= 95%

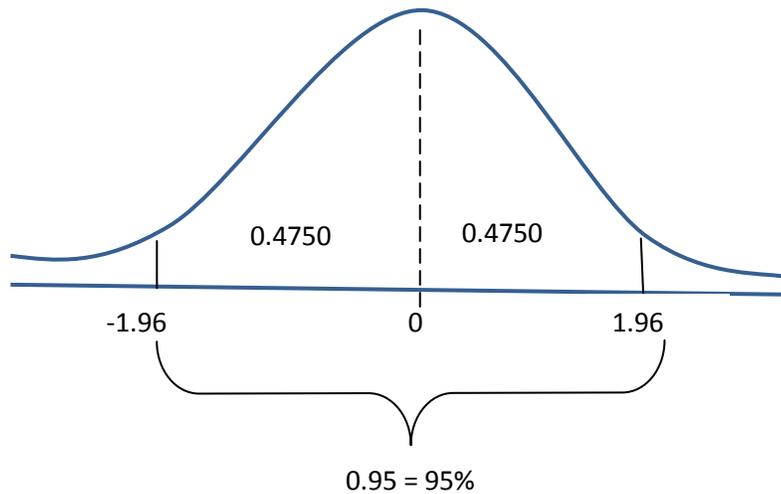
$$Z = \frac{0.95}{2}$$

Z= 0.4750

Se busca este número en la tabla para el cálculo de probabilidades de distribución normal estándar, resultando que **Z= 1.96** (ver tabla en anexo 9)

⁴⁸ Robert Johnson, Patricia Kuby. Estadística Elemental. Editorial Thomson, tercera edición

Se procede al cálculo de la muestra:



Donde:

$N = 42,214$ turistas potenciales

$Z = 95\% = 1.96$

$p = 0.50$

$q = (1 - 0.50) = 0.50$

$e = 0.10$

$$n = \frac{(42,214)(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.10)^2(42,214 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$n = 95$ turistas potenciales

La encuesta se pasó a 95 turistas potenciales del municipio de Izalco, mayores de 18 años.

ANEXO 11

GUIA DE OBSERVACION PARA EL DIAGNOSTICO DE LA OFERTA TURISTICA

A. GENERAL

✓ Planta turística

ESTABLECIMIENTOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Hoteles	✓			
2. Moteles		✓		
3. Hostales		✓		
4. Casas de alojamiento		✓		
5. Casas Rurales	✓			
6. Restaurantes				✓

✓ Seguridad

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Presencia Policial				✓
2. Estación Policial				✓
3. Índice de Criminalidad		✓		
4. Seguridad Privada		✓		
5. Cuerpos de Socorro			✓	
6. Planes de Seguridad			✓	
7. Presencia de grupos antisociales		✓		

✓ Accesibilidad

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Carreteras primarias en buen estado.				✓
2. Carreteras secundarias en buen estado.			✓	
3. Señalización óptima.			✓	
4. Transporte Público.			✓	
5. Terminal de Autobuses.			✓	
6. Tipos de Transporte (buses, microbuses, automóvil, bicicleta, moto, moto-taxi, taxi, etc.)			✓	
7. Inmediatez del lugar.			✓	

✓ **Infraestructura**

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Servicio de agua potable.			✓	
2. Servicio de energía eléctrica.				✓
3. Servicios Telefónicos.		✓		
4. Servicio de recolección de desechos.			✓	
5. Servicios Sanitarios.				✓
6. Servicios de Aguas Residuales.			✓	

✓ **Información turística y promoción**

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Cuenta con caseta de información.		✓		
2. Comité Turístico.			✓	
3. Presencia de Guías		✓		
4. Señalización del lugar.			✓	
5. Documentos Informativos		✓		
6. Campañas Publicitarias		✓		

✓ **Servicios complementarios**

CRITERIOS	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
1. Sistema Bancario		✓		
2. Servicios de Salud (clínicas, unidad de salud, hospitales, cruz roja.)			✓	
3. Cabinas de Internet.			✓	
4. bares	✓			
5. Discotecas	✓			
6. Club	✓			
7. Centros comerciales		✓		
8. Mercados municipales				✓
9. Servicios de Renta de carros	✓			
10. Estación de gasolinera			✓	
11. Supermercados			✓	
12. Tiendas y abarroterías			✓	
13. Mercado artesanal			✓	

B. ANALISIS ESPECIFICO

✓ Evaluación de los Restaurantes del Municipio de Izalco

	CAMPO MAR				EL CHELE				VIA ROCA				LITTLE CHICKEN				TAQUERIA TENAMPA				RIO NUEVO				EL ALBA							
CRITERIOS	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E
RUTAS DE ACCESO																																
Calle Pavimentada/asfaltada			■					■				■			■				■				■						■			
COMUNICACIONES																																
Teléfono Fijo				■				■				■			■				■				■					■				
Internet Inalámbrico	■				■						■			■					■				■				■					
Pagina web	■						■					■			■				■				■				■					
EQUIPAMIENTO																																
Agua				■				■				■			■				■				■				■					
Energía eléctrica				■				■				■			■				■				■				■					
Aguas residuales				■				■				■			■				■				■				■					
Parqueo propio	■							■		■				■					■				■				■					
Seguridad privada	■							■		■				■					■				■				■					
Televisores	■					■				■				■					■				■				■					
Música	■					■				■				■					■				■				■					
Aire acondicionado	■					■				■				■					■				■				■					
Señalización interna			■					■				■			■				■				■				■					
Área de juegos	■					■				■				■					■				■				■					
Sillas para bebé	■					■				■				■					■				■				■					
SERVICIO DE RESTAURANTE																																
Menú a la carta			■					■				■			■				■				■				■					
Comida a la vista			■					■				■			■				■				■				■					
Comida Nacional			■					■				■			■				■				■				■					
Comida Internacional			■				■				■			■				■				■				■						
Bebidas nacionales			■					■				■			■				■				■				■					
Bebidas internacionales			■					■				■			■				■				■				■					
SANEAMIENTO																																
Limpio				■				■				■			■				■				■				■					

✓ Evaluación de los recursos naturales

	PARQUE MENENDEZ				VOLCAN DE IZALCO				CUEVAS DE CUYAGUALO				CUEVAS DEL ESCORPION				CUEVA EL TANQUITO				VIRGEN DE LA LAVA				POZA DE CUYANCUA			
CRITERIOS	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E
ACCESO AL RECURSO																												
Calle Pavimentada/asfaltada				■																				■				■
Calle en buen estado pero sin pavimentar.							■				■				■				■									
ADECUACION EXISTENTE																												
Presencia de alojamiento con agua potable y energía eléctrica	■				■				■				■				■				■				■			
Presencia gastronómica con agua potable y energía eléctrica.	■				■				■				■				■				■				■			
Agua potable y energía eléctrica.			■		■				■				■				■				■				■			
SANEAMIENTO																												
Ausencia de basura en acceso				■			■				■				■				■				■					■
Ausencia de basura en el sitio				■			■				■				■				■				■					■
SEÑALIZACION TURISTICA DEL RECURSO																												
Existencia de señalización que oriente al visitante.	■					■			■				■				■					■			■			

✓ Evaluación de los recursos naturales

	ATECOZOL				MUSEO DE LAS MASCARAS				RUINAS DE LA IGLESIA ASUNCION				PAINT BALL				MIRADOR MARIA AUXILIADORA				CASA BARRIENTOS				PARQUE DE LOS DINOSAURIOS VILLA ROCA							
CRITERIOS	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E	M	R	B	E
ACCESO AL RECURSO																																
Calle Pavimentada/asfaltada			■				■				■			■								■							■			
Calle en buen estado pero sin pavimentar.			■											■							■											
COMUNICACIONES																																
Teléfono fijo				■				■	■					■	■							■						■				
Pagina web	■				■				■					■	■							■							■			
ADECUACION EXISTENTE																																
Presencia de alojamiento con agua potable y energía eléctrica.			■		■				■				■			■				■				■								
Presencia gastronómica con agua potable y energía eléctrica.			■		■				■				■			■				■				■				■				
Agua potable y energía eléctrica.				■				■				■			■				■			■				■			■			
SANEAMIENTO																																
Ausencia de basura en acceso				■				■				■			■				■			■				■			■			
Ausencia de basura en el sitio			■					■				■			■				■			■				■			■			
SEÑALIZACION TURISTICA DEL RECURSO																																
Existencia de señalización que oriente al visitante.			■					■				■			■				■			■				■			■			

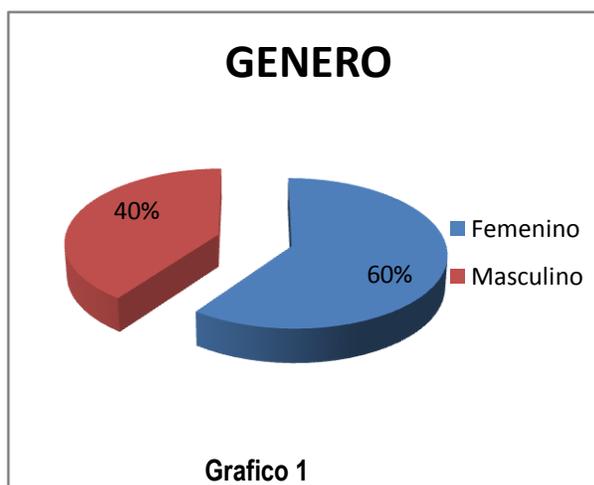
ANEXO 12

RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POTENCIALES TURISTAS DEL MUNICIPIO DE IZALCO Y EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

A. GENERO

Tabla 1

GENERO	TOTAL ES	%
a) Femenino	147	60%
b) Masculino	98	40%
TOTAL	245	100%



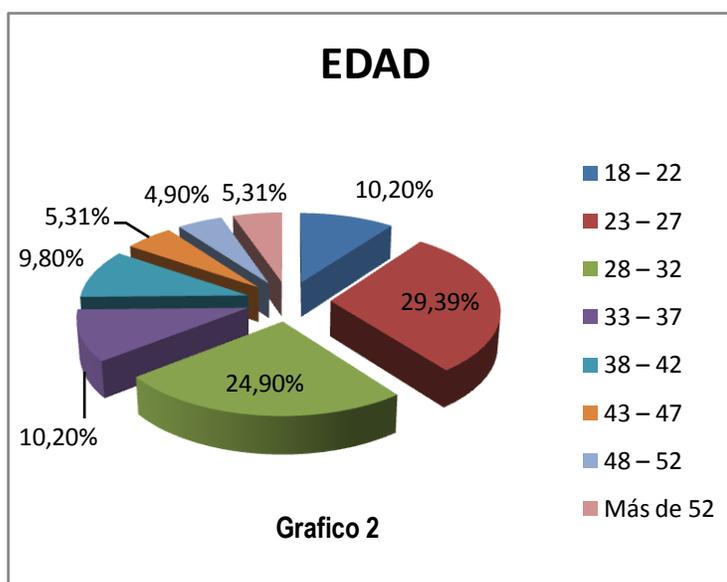
Interpretación de datos

Como se puede observar tanto en el cuadro y el gráfico número 1 del total de turistas potenciales el 60% está representado por el sexo femenino y el 40% corresponde al sexo masculino.

B. EDAD

Tabla 2

EDAD	TOTALES	PORCENTAJE
a) 18 – 22	25	10.20%
b) 23 – 27	72	29.39%
c) 28 – 32	61	24.90%
d) 33 – 37	25	10.20%
e) 38 – 42	24	9.80%
f) 43 – 47	13	5.31%
g) 48 – 52	12	4.90%
h) Más de 52	13	5.31%
TOTAL	245	100.00%



Interpretación de datos

Del total de turistas potenciales que se encuesta la mayoría de turistas se encuentran con un 29.39% entre las edades de 23 a 27 años, seguido de las edades de 28 a 32 años con un 24.90%, se cuenta también con un 10.20% dos rangos de edades: de 18 a 22 años y de 33 a 37 años de edad, con 9.80% el rango de edad 38 a 42 años, por ultimo tenemos con 5.31% de los turistas que se encuestaron dos rangos de edades: 43 a 47 años, de 48 a 52 años y más de 52 años también con un 4.90%.

C. TIPO DE TURISTA

Tabla 3

TIPO DE TURISTA	TOTALES	%
a) Nacional	231	94.29%
b) Extranjero	14	5.71%
TOTAL	245	100.00%

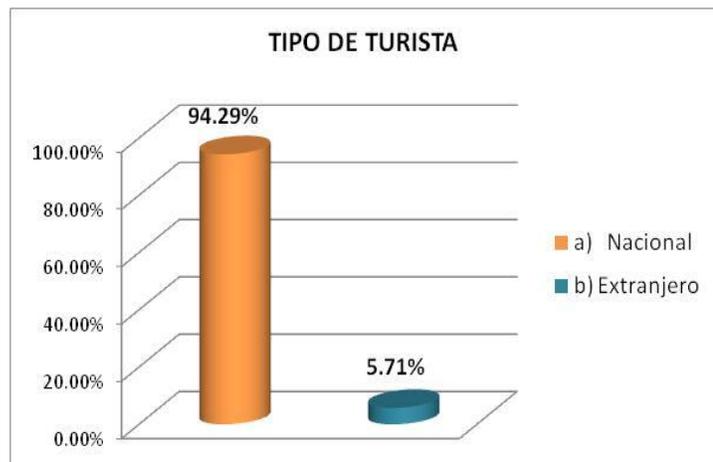


Gráfico 3

Interpretación de datos

Los resultados que se muestran en el gráfico y en la tabla reflejan que el 94.29% de los encuestados son turistas nacionales y el resto pertenece a turistas extranjeros.

D. OCUPACION DE LOS TURISTAS

Tabla 4

OCUPACIÓN	TOTALES	%
a) Estudiante	32	13.06%
b) Empleado	129	52.65%
c) Desempleado	17	6.94%
d) Empresario	12	4.90%
e) Comerciante	37	15.10%
f) Jubilado	17	6.94%
g) Otro	1	0.41%
TOTAL	245	100.00%

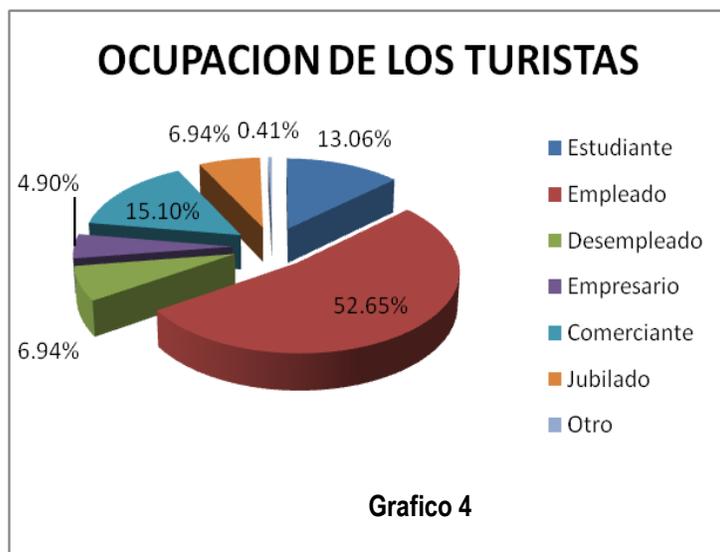


Gráfico 4

Interpretación de datos

Del total de personas encuestadas se obtuvo con un 52.65% la ocupación de empleado, seguido con 15.10% comerciantes diversos y también se obtuvo con 13.06% la ocupación de estudiantes, dos resultados con 6.94% desempleado y jubilado, empresarios con 4.90%.

E. NIVEL DE INGRESO

Tabla 5

NIVEL DE INGRESO	TOTALES	%
a) Menos de \$200	32	13.06%
b) De \$200 a \$400	96	39.18%
c) De \$401 a \$600	66	26.94%
d) De \$601 a \$800	28	11.43%
e) Más de \$800	23	9.39%
TOTAL	245	100.00%

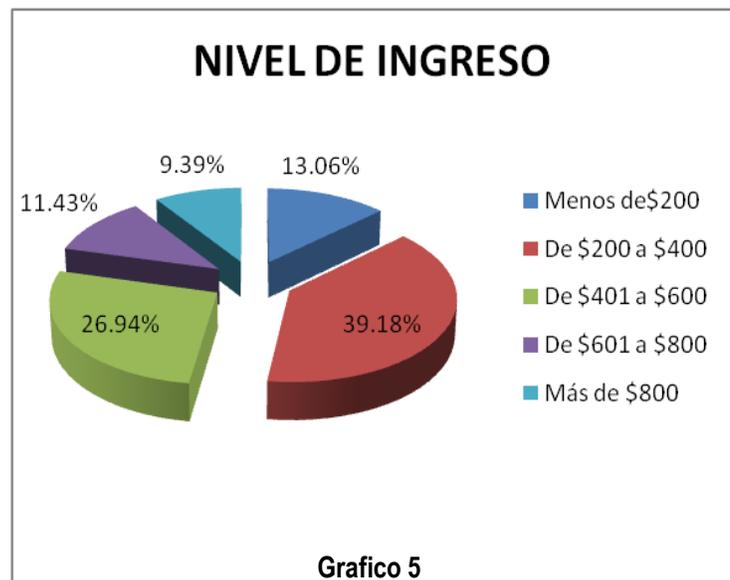


Gráfico 5

Interpretación de datos

Con un 39.18% se encuentra el rango de ingresos de \$200 a \$400, le sigue el rango de \$401 a \$600 con un 26.94%, también se puede observar que el ingreso con menor frecuencia es el de "Mas de \$800" con un 9.39%.

1. ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MOTIVO PARA VIAJAR Y HACER TURISMO?

Tabla 6

MOTIVO DE VIAJE	TOTALES	%
a) Vacaciones	187	76.33%
b) Visitas a Familiares y amigos	21	8.57%
c) Negocios	7	2.86%
d) Salud	6	2.45%
e) Actividades religiosas	24	9.80%
f) Oficial	0	0.00%
TOTAL	245	100.00%

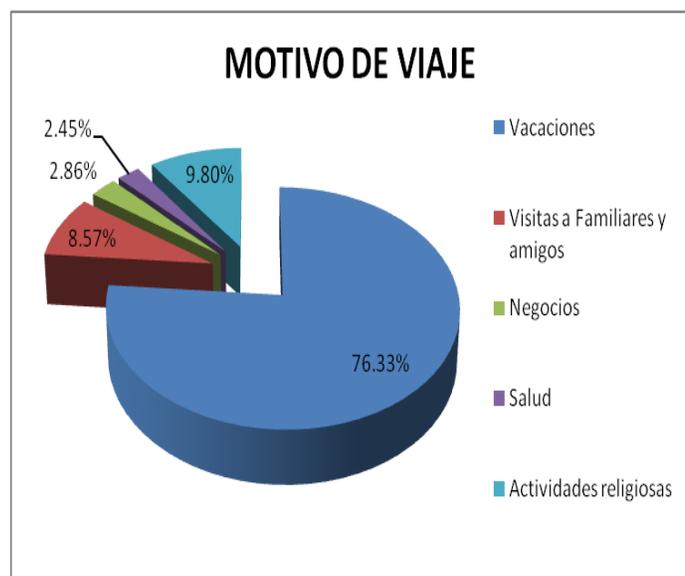


Grafico 6

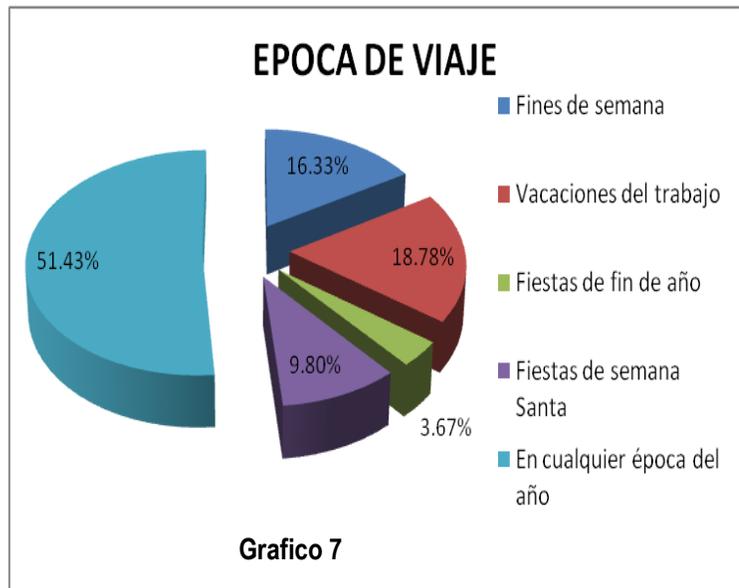
Interpretación de datos

El motivo principal para viajar a los diferentes destinos turísticos para las personas que se encuestaron es por vacaciones con un porcentaje representativo de 76.33%, en segundo plano están las actividades religiosas con un 9.80%, y los motivos por negocios y salud con 2.86% y 2.45% respectivamente.

2. ¿EN QUÉ ÉPOCA COMÚNMENTE VIAJA?

Tabla 7

EPOCA DE VIAJE	TOTALES	%
a) Fines de semana	40	16.33%
b) Vacaciones del trabajo	46	18.78%
c) Fiestas de fin de año	9	3.67%
d) Fiestas de semana Santa	24	9.80%
e) En cualquier época del año	126	51.43%
f) Otros	0	0.00%
TOTAL	245	100.00%



Interpretación de datos

La época de viaje con más alto porcentaje es cualquier época del año con 51.43%, le sigue la opción de vacaciones de trabajo con un 18.78%, luego esta con un 16.33% la opción de fines de semana y con un 9.80% las fiestas de semana santa y por último las fiestas de fin de año con 3.67%.

3. CUANDO VISITA LUGARES TURÍSTICOS AL INTERIOR DEL PAÍS, SU VISITA ES:

Interpretación de datos

La mayoría de los turistas potenciales que llenaron la encuesta revelan que prefieren hacer un viaje de día con un 83.67% y solamente el 16.33% revela que prefieren dormir en los destinos.

Tabla 8

TIPO DE VIAJE	TOTALES	%
a) Viaje de día (no se queda a dormir en el lugar)	205	83.67%
b) Se queda a dormir en el lugar	40	16.33%
TOTAL	245	100.00%

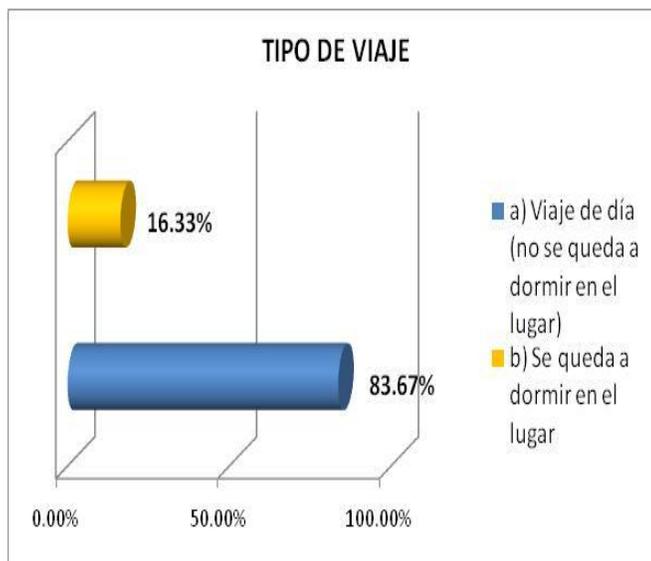


Grafico 8

4. ¿CUÁNTAS NOCHES PERMANECE EN ELLOS?

Tabla 9

NUMERO DE NOCHES QUE PERNOCTA	TOTALES	%
a) Una	20	50.00%
b) Dos	15	37.50%
c) Tres	3	7.50%
d) Más de tres	2	5.00%
TOTAL	40	100.00%

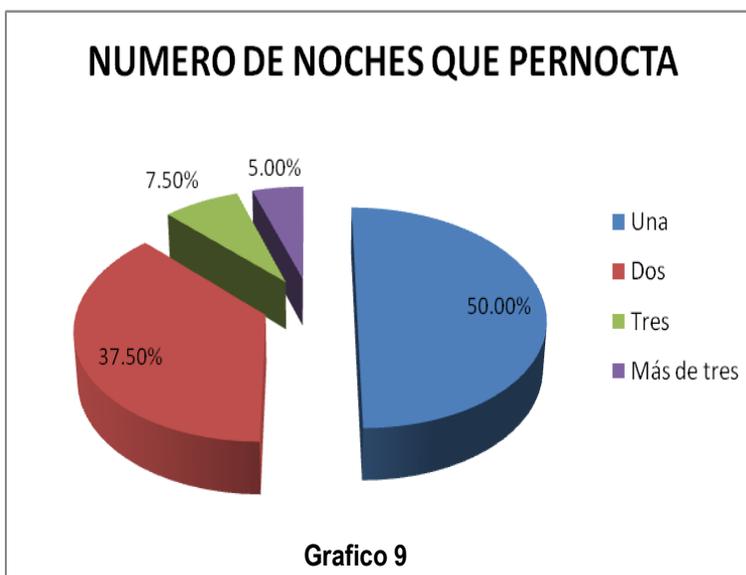


Grafico 9

Interpretación de datos

Con un porcentaje del 50% las personas afirman que el número de noches a las que se queda a pernoctar es de una noche, seguido de dos noches a pernoctar con 37.50% tres noches y más de tres con 7.50% y 5% respectivamente.

5. ¿EN QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO PREFERE QUEDARSE A PASAR LA NOCHE?

Tabla 10

ALOJAMIENTO DE PREFERENCIA	TOTAL	%
a) Hotel	18	45.00%
b) Hostal	7	17.50%
c) Casa de campo	12	30.00%
d) Otros	3	7.50%
TOTAL	40	100.00%



Gráfico 10

Interpretación de datos

El alojamiento de menor preferencia para turistas potenciales son los hostales con un 17.50% y los hoteles con un 45% son los de mayor preferencia, según las estadísticas de las encuestas.

6. ¿VIAJA SOLO(A) O ACOMPAÑADO(A)?

Tabla 11

TIPO DE VIAJE	TOTALES	%
a) Solo(a)	7	2.46%
b) Acompañado(a)	238	97.54%
TOTAL	245	100.00%

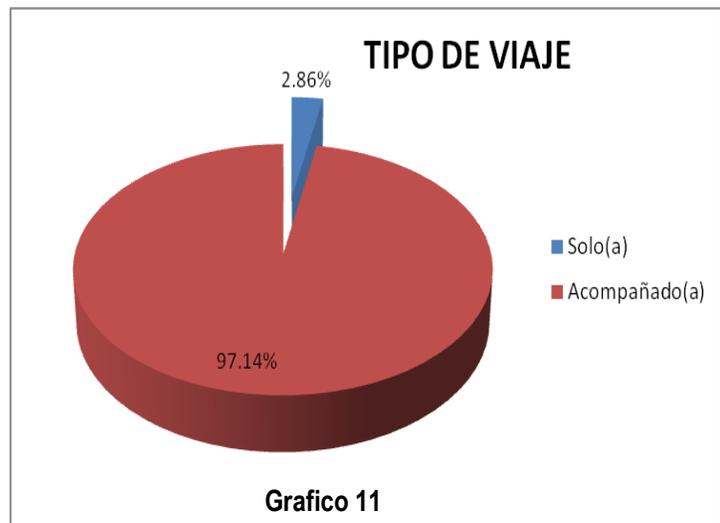


Gráfico 11

Interpretación de datos

El 97.14% de las personas que fueron encuestados viaja acompañado y solamente el 2.86% prefiere hacerlo solo.

7. ¿CUÁNTAS PERSONAS LO ACOMPAÑAN EN SU VIAJE?

Tabla 12

NUMERO DE PERSONAS QUE LO ACOMPAÑAN EN EL VIAJE	TOTALES	%
a) De una a dos personas	80	33.61%
b) De tres a cuatro personas	49	20.59%
c) De cinco a seis personas	19	7.98%
d) Más de 6 personas	90	37.82%
TOTAL	238	100.00%



Gráfico 12

Interpretación de datos

La opción con mas puntaje es mas de 6 personas con un 37.82%, seguido de la opción de una a dos personas con un 33.61%, la opción de tres a cuatro personas con 20.59% y por último lugar la opción de cinco a seis personas con un 7.98%

8. ¿CON QUÉ PERSONAS VISITA LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS?

Tabla 13

TIPO DE PERSONAS CON QUE VISITA LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	TOTALES	%
a) Familia	126	52.94%
b) Pareja	25	10.50%
c) Amigos	67	28.15%
d) Compañeros de trabajo/colegio/universidad	20	8.40%
e) Delegación Institucional	0	0.00%
f) Otros	0	0.00%
TOTAL	238	100.00%

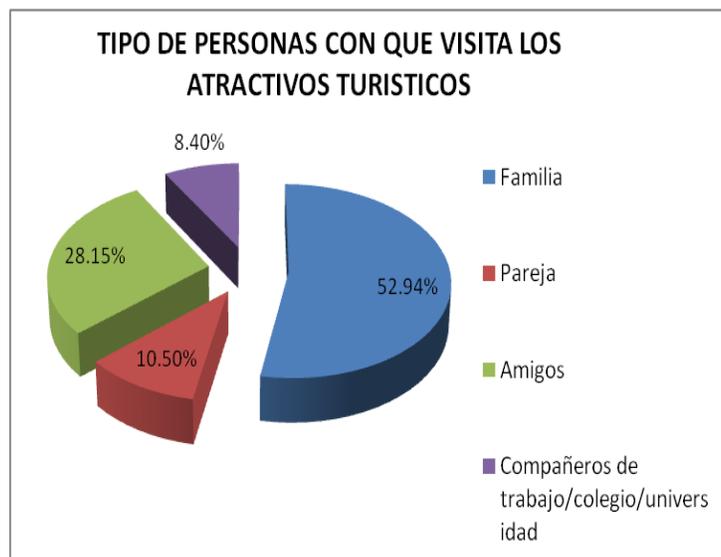


Gráfico 13

Interpretación de datos

Con un 53% los potenciales turistas encuestados viajan con sus familias, le sigue la opción amigos con un 28% y el 11% lo hacen en pareja, por último lugar se encuentra la opción de compañeros de trabajo/colegio/universidad con un 8%.

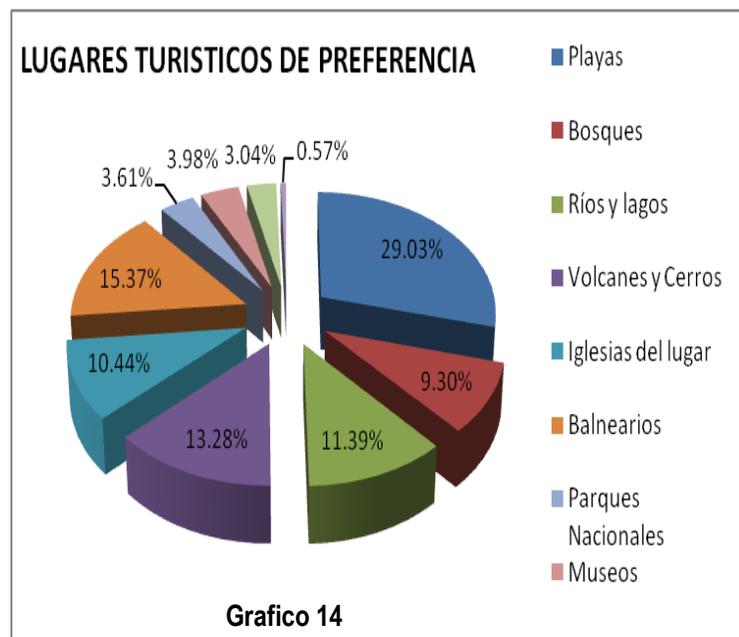
9. ¿QUÉ LUGARES PREFIERE VISITAR COMO DESTINO TURÍSTICO?

Interpretación de datos

Los destinos turísticos de preferencias más sobresalientes para los potenciales turistas son con un 29.03% las playas, con un 15.37% los balnearios, con un 10.44% se encuentran las iglesias del lugar, volcanes y cerros con un 13.28% de los encuestado.

Tabla 14

LUGARES TURISTICOS DE PREFERENCIA	DE TOTALES	%
a) Playas	153	29.03%
b) Bosques	49	9.30%
c) Ríos y lagos	60	11.39%
d) Volcaney Cerros	70	13.28%
e) Iglesias del lugar	55	10.44%
f) Balnearios	81	15.37%
g) Parques Nac.	19	3.61%
h) Museos	21	3.98%
i) Casa de la cultura	16	3.04%
j) Otros	3	0.57%
TOTAL	527	100.00%



10. ¿QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTA REALIZAR DURANTE SU ESTANCIA?

Interpretación de datos

Las actividades que las personas prefieren realizar en los lugares turísticos son: con un 18.91% caminatas, seguido de la gastronomía con un 18.35%, también esta con un 12.92% practicar deportes y con un 11.05% esta la visita a sitios culturales.

Tabla 15

ACTIVIDADES DE PREFERENCIA	DE	TOTALES	%
a) Acampar		44	8.24%
b) Caminatas		101	18.91%
c) Cabalgatas		16	3.00%
d) Practicar deportes		69	12.92%
e) Gastronomía		98	18.35%
f) Visitas a sitios culturales		59	11.05%
g) Vida nocturna		46	8.61%
h) Asistencia espectáculos culturales/religiosos		48	8.99%
i) Compra de artesanías		53	9.93%
j) Otros		0	0.00%
TOTAL		245	100.00%

ACTIVIDADES DE PREFERENCIAS EN LUGARES TURISTICOS

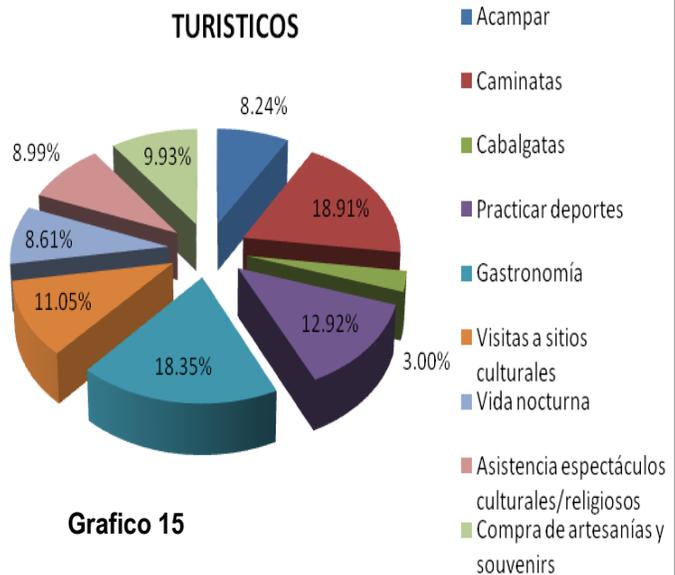


Gráfico 15

11. SI LE GUSTA HACER GASTRONOMÍA, ¿QUÉ CLASE DE COMIDA LE GUSTA?

Tabla 16

TIPO DE COMIDA	TOTAL	%
a) Típica del lugar	205	60.8%
b) Mexicana	15	4.5%
c) China	5	1.5%
d) Postres	7	2.1%
e) Italiana	2	0.6%
f) Peruana	1	0.3%
g) Mariscos	102	30.3%
h) Otras	0	0.0%
TOTAL	98	100.0%

TIPO DE COMIDA

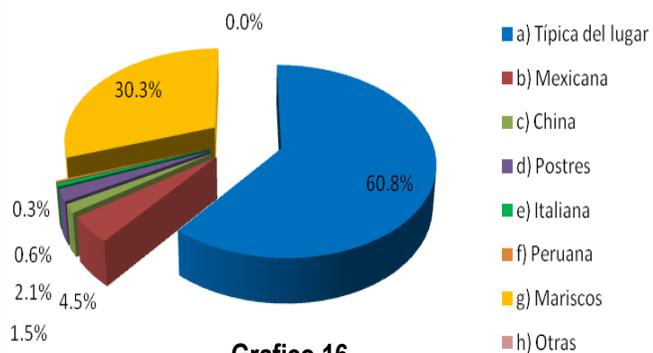


Gráfico 16

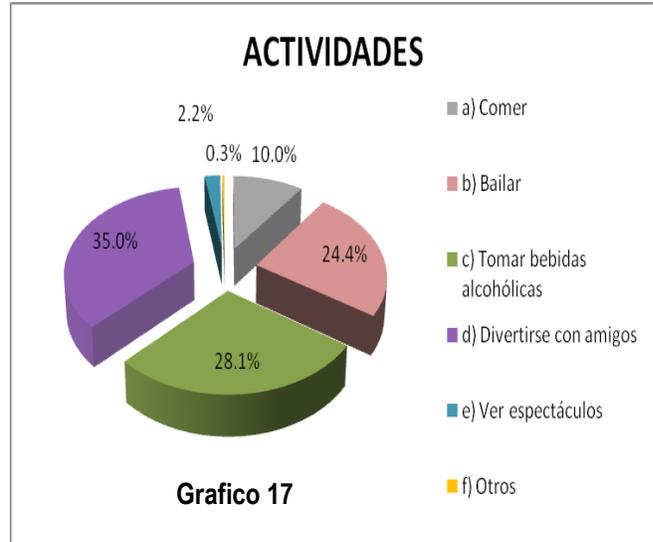
Interpretación de datos

La mayoría de las personas encuestadas prefieren la gastronomía típica del lugar con un 60.8%, mientras que el 30.3% de la población prefiere comer mariscos, solo un 4.5% de la población le gusta la comida mexicana cuando visita lugares turísticos al interior del país, otros prefieren los postres y la comida china con un 2.1 % y 1.5% respectivamente, y tan solo el 0.6% prefiere comida italiana.

12. SI LE GUSTA LA VIDA NOCTURNA, ¿QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTA REALIZAR EN LA NOCHE?

Tabla 17

ACTIVIDADES	TOTAL	%
a) Comer	36	10.0%
b) Bailar	88	24.4%
c) Tomar bebidas alcohólicas	101	28.1%
d) Divertirse con amigos	126	35.0%
e) Ver espectáculos	8	2.2%
f) Otros	1	0.3%
SUMAS	46	100.0%



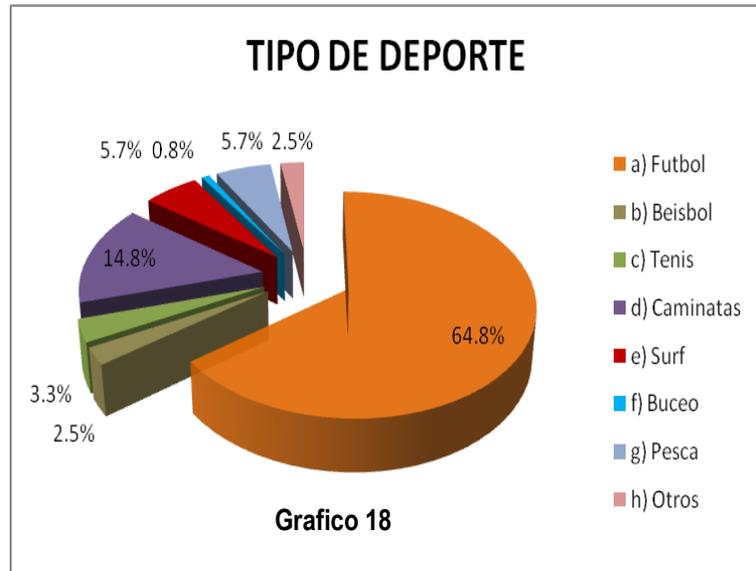
Interpretación de datos

Las actividades preferidas por los turistas potenciales a realizar vida nocturna, son el primer lugar divertirse con los amigos con un 35%, le sigue el ingerir bebidas alcohólicas con 28.1% y como tercera opción bailar con un 24.4%, relegando al cuarto lugar ir a comer con apenas un 10%.

13. SI LE GUSTA PRACTICAR DEPORTES, ¿QUÉ CLASE DE DEPORTES LE GUSTAN PRACTICAR?

Tabla 18

TIPO DE DEPORTE	TOTAL	%
a) Futbol	79	64.8%
b) Beisbol	3	2.5%
c) Tenis	4	3.3%
d) Caminatas	18	14.8%
e) Surf	7	5.7%
f) Buceo	1	0.8%
g) Pesca	7	5.7%
h) Otros	3	2.5%
TOTAL	122	100.0%



Interpretación de datos

El deporte preferido de los potenciales turistas encuestados es el fútbol con un 64.8%, le sigue realizar caminatas con un 14.8%, en tercer están practicar surf y pesca con un 5.7% cada uno, tan solo el 3.3% le gusta practicar tennis y siguiéndolo muy de cerca está el beisbol con un 2.5% de la población encuestada.

14. CALIFIQUE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LOS FACTORES QUE UD TOMA EN CUENTA PARA VISITAR UN DESTINO TURISTICO.

Interpretación de datos

La población encuestada se enfoca principalmente a la hora de elegir un destino turísticos en la seguridad que haya en la zona con 25.7%, luego en la ubicación y acceso al lugar con 18.4%, le sigue diversidad de recursos naturales con 13.9%, los atractivos culturales se encuentran en el cuarto lugar de importancia con 11.8%, en el quinto lugar se posicionan los precios accesibles con 9.4%, el sexto lugar lo ocupa la información sobre el lugar con 8.2%, la variedad gastronómica esta en el séptimo lugar de preferencia con 6.1%, el clima es el octavo puesto con 3.5%, los restaurantes están ubicados en la novena posición con apenas 2% y el último lugar lo ocupa el alojamiento con 1.2% de preferencia por la población encuestada.

Tabla 19

N°	FACTOR IMPORTANCIA	DE	TOTAL	%
1	Seguridad en la zona	63	25.7%	
2	Ubicación y acceso al lugar	45	18.4%	
3	Diversidad de R. naturales	34	13.9%	
4	Atractivos culturales	29	11.8%	
5	Precios accesibles	23	9.4%	
6	Información sobre el lugar	20	8.2%	
7	Variedad gastronómica	15	6.1%	
8	Clima	8	3.3%	
9	Restaurantes	5	2.0%	
10	Alojamiento	3	1.2%	
	TOTALES	245	100.0 %	

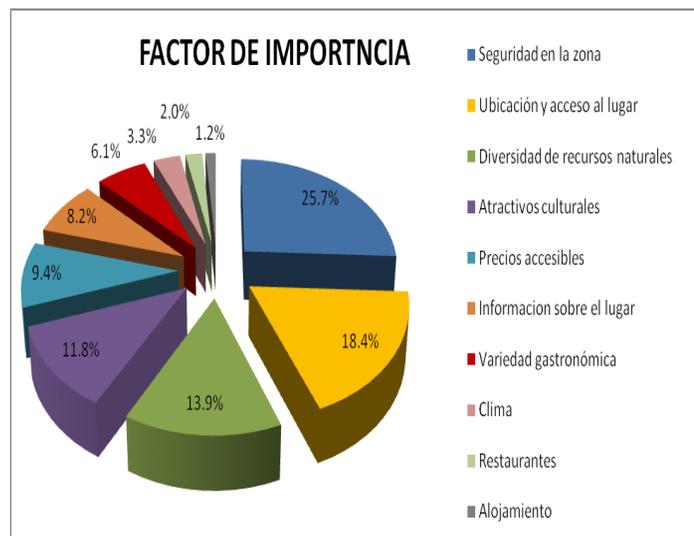


Gráfico 19

15. ¿QUÉ TIPO DE TRANSPORTE UTILIZA CUANDO VISITA UN DESTINO TURÍSTICO?

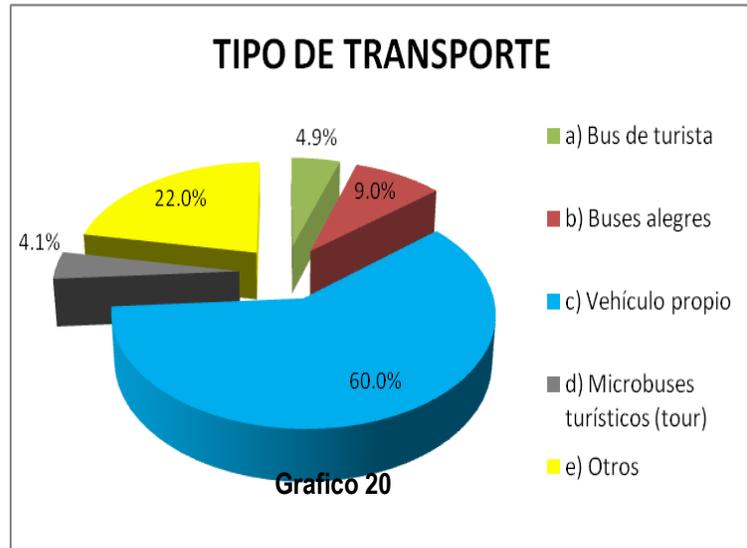
Interpretación de datos

Más de dos tercios de la población utiliza como medio de transporte para visitar destinos turísticos su propio vehículo, mientras que casi un tercio de la misma se moviliza por medio de la opción otros, que para el caso representa al transporte colectivo, lo que indica que es necesario mantener las calles en buenas condiciones, y que

cada establecimiento tuviera su propio parqueo para que el turista se desplazara con más confianza y comodidad dentro del municipio.

Tabla 20

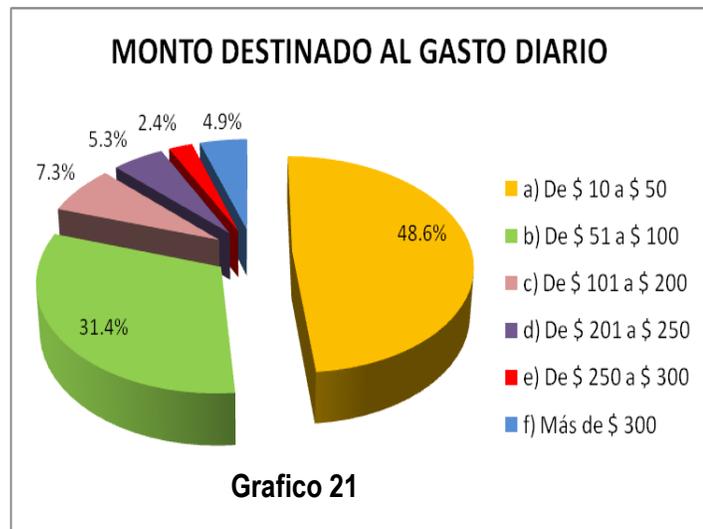
TIPO DE TRANSPORTE	TOTAL	%
a) Bus de turista	12	4.9%
b) Buses alegres	22	9.0%
c) Vehículo propio	147	60.0%
d) Microbuses turísticos (tour)	10	4.1%
e) Otros	54	22.0%
TOTAL	245	100.0%



16. ¿CUÁNTO ES EL MONTO QUE DESTINA AL GASTO DIARIO CUANDO VISITA DESTINOS TURÍSTICOS?

Tabla 21

MONTO DESTINADO AL GASTO DIARIO	TOTAL	%
a) De \$ 10 a \$ 50	119	48.6%
b) De \$ 51 a \$ 100	77	31.4%
c) De \$ 101 a \$ 200	18	7.3%
d) De \$ 201 a \$ 250	13	5.3%
e) De \$ 250 a \$ 300	6	2.4%
f) Más de \$ 300	12	4.9%
TOTAL	245	100.0%



Interpretación de datos

El gasto diario promedio está concentrado en dos intervalos, por un lado casi el 50% de la población encuestada gasta diariamente entre \$ 10 y \$50 cuando visita recursos y atractivos turísticos, por otra parte el 31.4% de los encuestados manifiestan gastar entre \$51 a \$100 diarios, el 7.3% suele gastar de \$101 a \$200, el 5.3% gasta de \$201 a \$250 al día, el 2.4% gasta entre \$250 a \$300 y tan solo el 4.9% manifiesta gastar más de \$300 diarios, cabe destacar que el gasto va en función de la cantidad de personas de las que se acompaña.

17. ¿QUÉ FORMA DE PAGO PREFERE?

Tabla 22

FORMA D EPAGO	TOTAL	%
a) Efectivo	207	84.5%
b) Tarjeta de Crédito	38	15.5%
TOTAL	245	100.0%

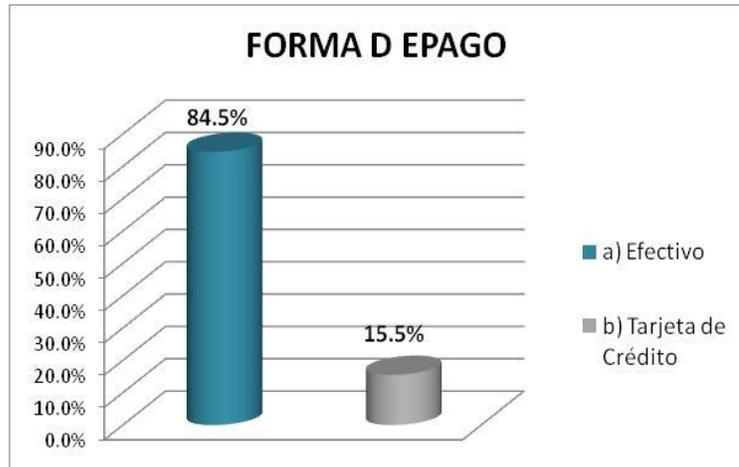


Grafico 22

Interpretación de datos

El sistema de pago preferido por la población encuestada es en efectivo, con un contundente 84.5% contra un 15.5% que prefieren pagar con tarjeta de crédito, algo que beneficia a los comerciantes el lugar, ya que realizan sus transacciones comerciales totalmente en efectivo.

18. ¿HA VISITADO ALGUNA VEZ EL MUNICIPIO DE IZALCO?

Tabla 23

OPCION	TOTAL	%
a) Si	154	62.9%
b) No	91	37.1%
TOTAL	245	100.0%



Grafico 23

Interpretación de datos

Según los datos recogidos entre potenciales turistas de AMSSS y del municipio de Izalco, el 62.9% de los encuestados dicen conocer el municipio, mientras el 37.1% no lo conoce aun.

19. MENCIONE LAS TRES COSA QUE MAS LE GUSTARON DEL LUGAR

Tabla 24

COSAS QUE LE GUSTARON	TOTAL	%
Comida	21	13.6%
Recursos naturales	49	31.8%
Balneario	11	7.1%
La amabilidad	35	22.7%
Sitios culturales	38	24.7%
TOTALES	154	100.0%

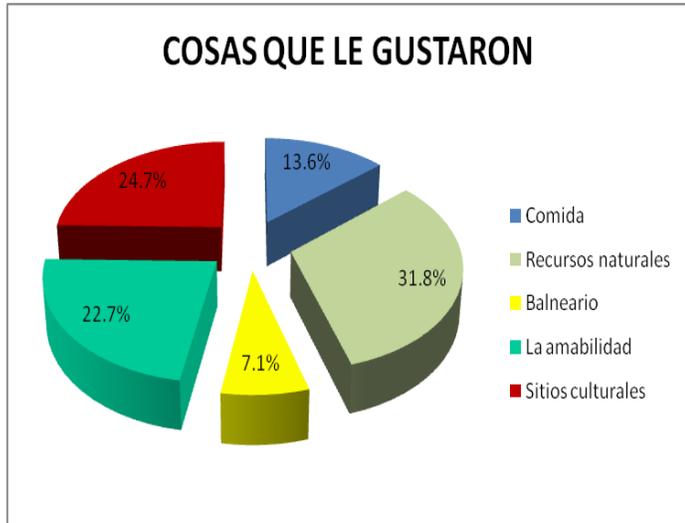


Gráfico 24

Interpretación de datos

Las personas encuestadas mencionaron que los tres factores que más les gustaron cuando visitaron el municipio fueron: los recursos naturales con 31.8%, los sitios culturales con 24.7%, y la amabilidad de los pobladores con 22.7%, lo que refleja las potencialidades del lugar.

20. ¿QUÉ LUGARES TURÍSTICOS CONOCE DEL MUNICIPIO DE IZALCO?

Interpretación de datos

Los diez lugares más conocidos del municipio son el turicentro Atecozol con 30.3%, seguido por el volcán de Izalco con 23.5%, el restaurante el Chele esta en tercer lugar con 10.5%, el cuarto lugar es para el estadio Salvador Mariona con 8.7%, el restaurante Little Chicken está en el quinto lugar con 7.3%, el sexto lugar es para el restaurante Vía Roca con 5.9%, luego se encuentra Paintball con 3.6%, , en el octavo lugar está el Hostal la Casona de Los Vega con 2.5%, le sigue el Parque Menéndez con 1.8% y el decimo lugar el restaurante Rio Nuevo con 1.1%, los demás productos turísticos son conocidos pero en menor medida por aquellos que han visitado Izalco o viven dentro del municipio.

Tabla 25

LUGARES QUE CONOCE	TOTAL	%
a) Atecozol	133	30.3%
b) Volcán de Izalco	103	23.5%
c) Paintball	16	3.6%
d) Hostal La casona de los Vega	11	2.5%
e) Restaurante Via Roca	26	5.9%
f) Parque Menéndez	8	1.8%
g) Casa de campo La Cuyancua	1	0.2%
h) Taquería Tenampa	6	1.4%
i) Hotel rosal Inn	0	0.0%
j) Estadio Salvador Mariona	38	8.7%
k) Casa de Cristal	7	1.6%
l) Restaurante Campo Mar	1	0.2%
m) Cuevas de Cuyagualo	2	0.5%
n) Restaurante el Chele	46	10.5%
o) Rio Nuevo restaurante	5	1.1%
p) Little Chiken	32	7.3%
q) Cabañas Campo Bello	3	0.7%
r) Otros	1	0.2%
TOTAL	245	100.0%

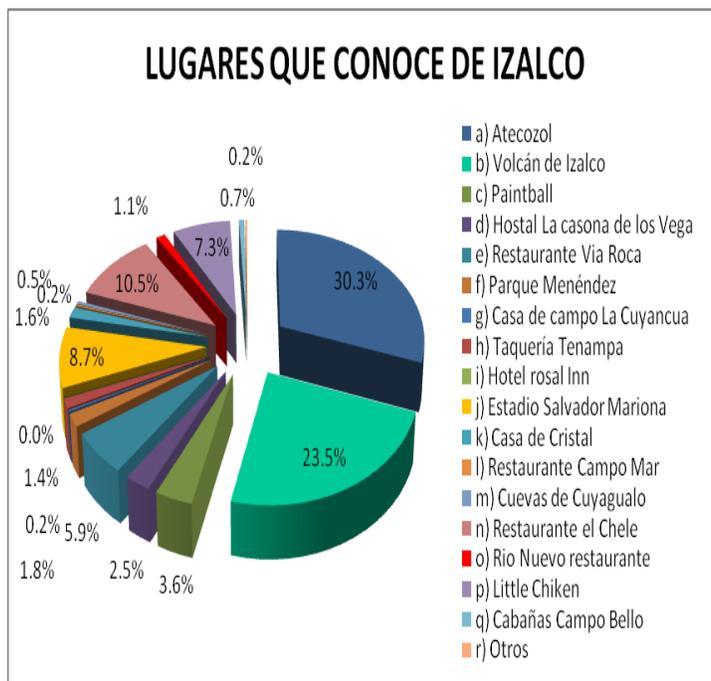


Gráfico 25

21. DE LOS LUGARES QUE HA VISITADO ¿CUÁL ES SU OPINIÓN CON RESPECTO AL RESPECTO DE LOS SIGUIENTES CRITERIOS?

Tabla 26

CRITERIOS	TOTALES			PORCENTAJES		
	R	B	E	R	B	E
a) Infraestructura	0	110	35	0.0%	71.4%	22.7%
b) Seguridad	16	98	31	10.4%	63.6%	20.1%
c) Accesibilidad	0	100	45	0.0%	64.9%	29.2%
d) Salubridad	0	129	16	0.0%	83.8%	10.4%
e) Información turística	49	96	0	31.8%	62.3%	0.0%
f) Promoción Turística	67	78	0	43.5%	50.6%	0.0%
g) Hoteles	54	91	0	35.1%	59.1%	0.0%
h) Restaurantes	0	54	91	0.0%	35.1%	59.1%
i) Variedad en atracciones turísticas	15	98	32	9.7%	63.6%	20.8%
j) Precios	0	132	13	0.0%	85.7%	8.4%

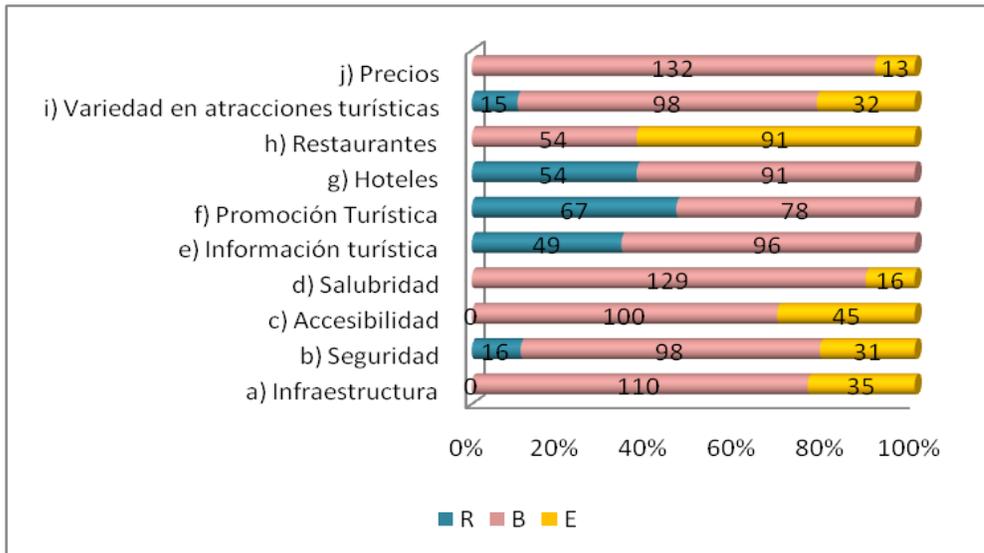


Grafico 26

Interpretación de datos

Las personas que han visitado el municipio califican desde una perspectiva general que su infraestructura está en buenas condiciones, que la seguridad en el municipio es buena, que la accesibilidad del lugar es buena, que posee buenos servicios de salud, que la variedad de atracciones turísticas ofrecidas por el lugar es buena también, así como los precios accesibles, sin embargo, califican como regular la promoción turística que se le da al lugar como el servicio hotelero con el que cuenta el municipio.

23. ¿HA VISTO UD. ALGUNA CAMPAÑA PUBLICITARIA INVITANDO A CONOCER EL MUNICIPIO DE IZALCO?

Tabla 27

HA VISTO CAMPAÑA PUBLICITARIA DE IZALCO	TOTAL	%
a) Si	43	17.6%
b) No	202	82.4%
TOTAL	245	100.0%



Grafico 27

Interpretación de datos

El municipio carece casi por completo de campañas publicitarias que ayuden a su promoción a nivel regional, nacional e internacional, ya que solo las personas que viven en el municipio han visto alguna campaña y es por canales de comunicación locales.

25. ¿EN QUÉ TIPO DE MEDIO PUBLICITARIO?

Tabla 28

MEDIO PUBLICITARIO	TOTAL	%
a) Radial	28	41.8%
b) Periódico	3	4.5%
c) Revistas	9	13.4%
e) Aeropuertos	0	0.0%
d) Pagina web	0	0.0%
f) Televisiva	22	32.8%
g)Vallas publicitarias	3	4.5%
h)Afiches en agencias de v.	1	1.5%
i) Otros	1	1.5%
TOTAL	67	100.0%

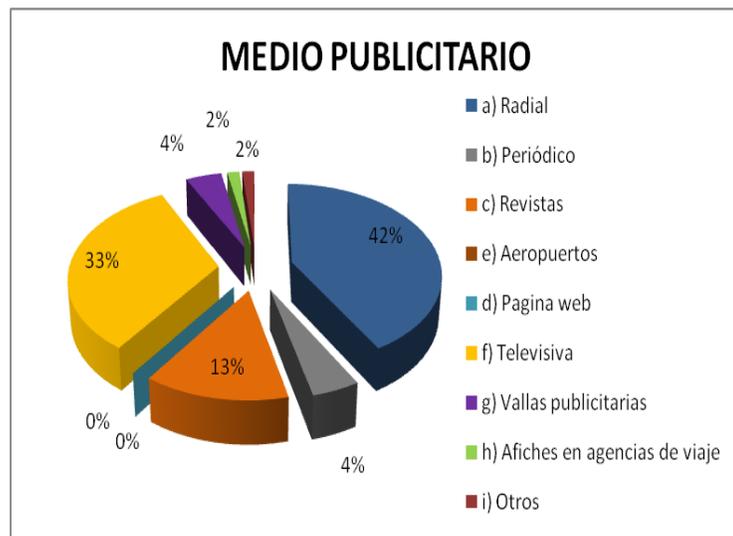


Gráfico 28

Interpretación de datos

Las personas que han visto alguna campaña publicitaria que en su mayoría son las personas que habitan en el municipio de Izalco, expresan haberla visto por el canal y radio local del municipio con 32.8% y 41.8% respectivamente, tan solo un 13.4% manifiestan haber visto publicidad de Izalco en revistas, un 4.5% en periódicos y vallas publicitarias.

26. ¿SABE DÓNDE ESTÁ UBICADO EL MUNICIPIO DE IZALCO?

Interpretación de datos

La mayor parte de la población encuestada sabe en donde se encuentra ubicado el municipio en cuestión, lo que favorece al momento de promocionar el lugar.

Tabla 29

SABE DONDE ESTA UBICADO IZALCO	TOTAL	%
a) Si	227	92.7%
b) No	18	7.3%
TOTAL	245	100.0%



Gráfico 29

27. ¿SABE CUÁNTO TIEMPO ES DE RECORRIDO DESDE SAN SALVADOR A IZALCO?

Tabla 30

TIEMPO DE RECORRIDO	TOTAL	%
a) Si	142	58.0%
b) No	103	42.0%
TOTAL	245	100.0%



Gráfico 30

Interpretación de datos

Un poco más de la mitad de la población encuestada sabe el tiempo que se lleva en trasladarse al municipio, mientras que el 42% no sabe cuánto se tarda en llegar, ya que manifiestan no transitar por ese sector del país.