

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL PARA
EL MUNICIPIO DE ALEGRÍA**

PRESENTADO POR:

**ORLANDO JOSÉ BATLLE MITJAVILA
ÁLVARO BALMORE CAMPOS QUINTANILLA
ULISES RICARDO TOLEDO PALACIOS**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, MAYO DE 2017

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR :

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL :

MSC. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO :

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO :

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR :

ING. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:
INGENIERO INDUSTRIAL

Título :

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL PARA EL
MUNICIPIO DE ALEGRÍA**

Presentado por :

**ORLANDO JOSÉ BATLLE MITJAVILA
ÁLVARO BALMORE CAMPOS QUINTANILLA
ULISES RICARDO TOLEDO PALACIOS**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor :

ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ

San Salvador, Mayo de 2017.

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ

AGRADECIMIENTOS

Recuerdo cuando iba a tercer año de bachillerato, la idea de estudiar aún era una utopía en mis planes de futuro, el dinero de casa apenas y alcanzaba para poder comprar papel higiénico, aceite, huevos y granos básicos, a veces para la mitad de lo mencionado; mi ideal era ser un buen estudiante, aunque no muy dedicado pero al fin sería un buen bachiller. Eran días en los que a veces solo Dios y mis padres Orlando José Batlle Cabrera y Evelyn Verónica Mitjavila sabían cómo es que iba al Instituto desayunado una vez más y yo sin saber si ellos podrían comer esas mañanas.

Era Junio o Julio cuando anunciaron el proceso de selección para estudiantes de nuevo ingreso a la Universidad de El Salvador y mis padres, a pesar de lo difícil que acontecía y sin prever gastos a futuro me dijeron: “Anda a hacete el examen”; y pues... ¿Qué tenía que perder?, la verdad nada, diez dólares más dos pasajes de ida y vuelta a San Miguel desde mi hogar.

Mi actitud respecto a este examen fue quizá peor que para la PAES, no estudie pero ni siquiera un día antes, cuestión que fue altamente notada por mi padre quien me dijo: “¡Ojala y no vayas a quedar!”, advertencia que realmente no caló en mí por mi mala costumbre de ser retador y no dejarme presionar; en fin, tampoco quería dar lastima para ese examen por lo que me fui tranquilo, concentrado y confiado plenamente a los conocimientos que nuestro sistema público de educación media transmite. ¡Sorpresa!, el último en entregar el examen y con la sensación de haber dado lastima pero no de haber dado respuestas al azar (bueno, si en un par por materia más o menos).

El día de los resultados mi padre compro temprano el periódico, revisó los mismos, fingió que no me encontró y se fue a rebuscar un día más, me busqué y ¡Sorpresa, sorpresa!; este servidor estaba seleccionado en primera etapa. ¡Gracias Dios!, el único de mi querido Santiago de María en ser seleccionado en primera etapa.

Una de tantas veces pero esta la recuerdo bien, tenía no más que unas monedas para ir a la universidad, comer algo, pasar todo el día y regresar. Mi padre de gran intención me ofreció \$0.75, lo único que él tenía, no recuerdo si lo acepte o no, pero si recuerdo haberme quebrantado en mi garganta. Ese día fui, estuve en clases y Dios sabe cómo comí y regrese aun sobrándome un par de monedas.

Mi querida madre siempre pendiente de que comiera, de que regresara temprano, de mis dolores de espalda, de todo. Madre bella que nunca faltaste aun cuando no merecía atención o ayuda.

Días difíciles y de duro estudio desvelos, viajes, calor, docentes mediocres y docentes que admiran por sus conocimientos que he conocido y de quienes fui alumno. Cantar en buses, vender dulces, trabajar pasantías por viáticos, ¡Oh días luchados!, y ¿Por qué no?, también disfrutados.

Carrera terminada, Dios nunca dejo de proveer y bendecir el hogar de mis padres; esos que jamás dejaron de apoyarme. DIOS, MAMÁ EVELYN Y PAPÁ ORLANDO, ¡GRACIAS!, este pequeño pero luchado logro es gracias a ustedes.

Orlando José Batlle Mitjavila

AGRADECIMIENTOS

Todo inició un lunes 14 de febrero de 2011, cuando comencé mis estudios universitarios y encontrarme hoy 7 de mayo de 2017, escribiendo estas palabras, luego de haber terminado el trabajo de grado, es realmente increíble.

Es necesario agradecer a Dios ya que sin él nada se puede hacer. Todo lo que hice, lo que hago y lo que haré será por Él y para Él. Mi gratitud hacia mi abuela (Cristina Hernández), padres (Herman Campos, Marlene de Campos), hermanos (Herman, Alex, Adela, Mario y Cristina) y sobrinos, a los cuales amo, aprecio y admiro.

Agradezco al equipo de trabajo de grado: Orlando Batlle y Ulises Toledo.

La siguiente clasificación está basada en años de estudios y de haber conocido y trabajado con estas personas que fueron muy importantes a lo largo de la carrera:

- 2011, 2012, y primer semestre del 2013: Orfilio Campos, Harnéfer Espinal, Dania Márquez, Arturo Interiano, Emilio Hernández, Carolina Vaquerano, Cyndy Cruz, Silvia Tobar y Roger Flores.
- Segundo semestre del 2013: Mario Zelaya, Saúl Sorto, Ana Beatriz y Geovanni Polio.
- 2014: Alba Álvarez, Miguel Chicas, Carlos Alvarenga, Eduardo Zamora, Oscar Bonilla, Dagoberto Velásquez.
- 2015: Rosa Azucena, Beatriz Paulino y Gerardo Cea.

Las siguientes personas no fueron compañeros de clases, pero sí muy fundamentales e influyentes: Edgar Zelaya, Yessenia Ayala, Gabriela Vásquez, Pablo Guzmán y Gonzalo Juárez.

También, agradezco a mi jefe de trabajo, Ing. Vladimir Ayala y a mis compañeros de trabajo, así mismo a mis compañeros y amigos de tenis: Jaime Herrera y Miguel Chicas.

Agradecer a mi gran amiga: Lenny Guadalupe Ponce Salinas.

Incluyo en estas palabras a todos los docentes y demás personas que compartieron sus conocimientos e información relacionada a las clases, trabajos, evaluaciones, entre otro tipo de información; al jurado calificador conformado por el Ing. Enrique Reyes, Ing. Campos Valle y nuestro asesor Ing. Omar Aguilar.

Termino diciendo que el tenis ha sido el mejor deporte que he practicado, espero seguirlo practicando por mucho tiempo, ha sido parte de mí.

ABaltimore Campos

AGRADECIMIENTOS

A veces ni yo me la creo... el día de ayer estaba resolviendo ejercicios de límites, derivadas, integrales y ecuaciones diferenciales para estudiar para los exámenes parciales de Matemáticas, y hoy estoy a punto de tener el título profesional en la mano. Esto me hace pensar en todo el camino que he recorrido para llegar a este punto; por un momento los recuerdos me hacen ponerme nostálgico y desear que mis días como estudiante no acaben, pero ya un poco entre resignación y muchísima satisfacción, doy gracias por el logro que he alcanzado de culminar mi carrera profesional y de finalizar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi familia, especialmente a mi madre Helen Minerva Palacios Arita, quien me dio la oportunidad de estudiar y me brindó todo su apoyo durante la carrera de principio a fin, y quien un día me dijo: "Hijo, cuando yo muera, lo único que les voy a dejar a usted y a su hermana son los estudios, así que quiero que se preparen". También agradecer a mi hermana, Helen Liduvina, con quien a veces reímos y peleamos, pero que me ha apoyado en lo que ha podido y que siempre me decía: "Uli, ¿Qué querés que te haga de cenar?" cuando llegaba en la noche cansado de la universidad. Además, también agradecer a todos aquellos familiares que de manera directa o indirecta me han apoyado de alguna manera.

Doy gracias en general a todos los profesores que tuve durante el desarrollo de mi carrera (entre excelentes y pésimos profesores), los cuales mucho o poco tuvieron que aportar a mi formación profesional. Además, también agradezco a los compañeros de estudio que tuve la oportunidad de conocer en el transcurso de la carrera, en especial a algunos con los cuales tuve la dicha de formar grandes lazos de amistad y con los que he compartido alegrías, tristezas, éxitos, fracasos, logros, frustraciones, risas, llantos, madrugones, desvelos, cansancios, enojos, conocimientos, consejos, juegos, ocio, almuerzos, trabajos en equipo, aventuras, etc. que son algunas de las cosas que se viven en la etapa de estudiante en la FIA-UES y que en algo contribuyeron a mi formación profesional.

Agradezco a la Asociación General de Estudiantes de Ingeniería y Arquitectura "Silvia Estela Ayala" (ASEIAS) por depositar su confianza en mi persona, por darme la oportunidad y permitirme ser un dirigente estudiantil, formando parte de su Junta Directiva, y así poder velar y defender los intereses del Sector Estudiantil de la FIA; además por formar parte importante de mi etapa como estudiante, fortaleciendo mis aptitudes de liderazgo y trabajo en equipo.

Me despido diciendo: ¡Objetivo alcanzado!; este logro no solo es mío, sino de todos los que formaron parte de él.

A handwritten signature in cursive script that reads "Ulises Toledo". The signature is written in black ink and is positioned in the lower right quadrant of the page.

CONTENIDO

INTRODUCCION.....	1
OBJETIVOS.....	2
PARTE 1: GENERALIDADES.....	3
1. MARCO TEÓRICO	4
1.1. PLAN.....	4
1.1.1. DEFINICIÓN DE PLAN.....	4
1.1.2. DEFINICIÓN DE PLANEACIÓN	4
1.2. DESARROLLO	4
1.2.1. DEFINICIÓN DE DESARROLLO.....	4
1.2.2. DEFINICIÓN DE PLAN DE DESARROLLO.....	4
1.3. TURISMO.....	4
1.3.1. DEFINICIÓN DE TURISMO.....	4
1.3.2. DEFINICIÓN DE TURISTA.....	5
1.3.3. DEFINICIÓN DE EXCURSIONISTA	5
1.3.4. TIPOS DE TURISMO	5
1.4. INTEGRAL.....	6
1.4.1. DEFINICIÓN DE INTEGRAL	6
1.4.2. DEFINICIÓN DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL	6
2. MARCO CONTEXTUAL	7
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	7
2.1.1. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR	7
2.1.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	7
2.1.2.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR.....	7
2.1.2.1.1. RUTAS TURÍSTICAS	11
2.1.2.1.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE EL TURISMO EN EL SALVADOR	16
2.1.2.2.1. LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES.....	16
2.1.2.2.2. GASTO TURÍSTICO.....	17
2.1.2.2.3. TURISMO EMISOR.....	18
2.1.2.2.4. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	18
2.1.2.2.5. EMPLEO	19
2.2. MARCO LEGAL.....	21
2.2.1. INSTRUMENTOS REGULATORIOS AL TURISMO	21
2.2.1.1. ÁMBITO INTERNO.....	21
2.2.1.1.1. LEY DE TURISMO	21

2.2.1.1.2.	LEY NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE	21
2.2.1.1.3.	REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE	21
2.2.1.1.4.	LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS.....	21
2.2.1.1.5.	POLÍTICA DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS	21
2.2.1.1.6.	LEY DE PROTECCIÓN ESPECIAL AL PATRIMONIO CULTURAL	22
2.2.1.1.7.	REGLAMENTO DE LA LEY ESPECIAL DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL DE EL SALVADOR.....	22
2.2.1.1.8.	CÓDIGO MUNICIPAL	22
2.2.1.2.	ÁMBITO EXTERNO	22
2.2.1.2.1.	LEY DE SERVICIOS INTERNACIONALES.....	22
2.2.1.2.2.	REQUISITOS DE VISITANTES EXTRANJEROS AL PAÍS	23
2.2.2.	INSTRUMENTOS DE DESARROLLO TURISTICO.....	23
2.2.2.1.	LEY DE CORSATUR	23
2.2.2.2.	POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO	23
2.2.3.	INSTRUMENTOS DE FOMENTO	23
2.2.3.1.	LEY DE INVERSIÓN.....	23
2.2.4.	INSTITUCIONES REGULADORES DEL SECTOR TURISTICO	23
2.2.4.1.	MINISTERIO DE TURISMO	24
2.2.4.2.	CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO	24
2.2.4.3.	SECRETARÍA DE LA CULTURA	24
2.2.4.4.	MINISTERIO DE ECONOMÍA	24
2.2.4.5.	POLICÍA NACIONAL CIVIL.....	24
PARTE 2:	DIAGNOSTICO.....	25
3.	SITUACION ACTUAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA	26
3.1.	INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA	26
3.1.1.	DATOS GENERALES.....	26
3.1.2.	HISTORIA DEL MUNICIPIO.....	27
3.1.3.	DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA	28
3.1.4.	CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS.....	29
3.1.4.1.	OROGRAFÍA	29
3.1.4.2.	TOPOGRAFÍA.....	30
3.1.4.3.	GEOLOGÍA.....	30
3.1.4.4.	USO DEL SUELO	31
3.1.4.5.	CLIMA.....	32
3.1.4.6.	HIDROGRAFÍA	32
3.1.5.	INFRAESTRUCTURA VIAL O CONECTIVIDAD VIAL	33

3.1.6.	PATRIMONIO CULTURAL E HISTÓRICO	33
3.2.	SITUACIÓN ACTUAL DE ALCALDÍA MUNICIPAL DE ALEGRÍA	35
3.2.1.	ANTECEDENTES DE LA MUNICIPALIDAD	35
3.2.2.	DATOS GENERALES	36
3.2.3.	OBJETIVO, MISIÓN Y VISIÓN	36
3.2.4.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	37
3.2.5.	ORGANIZACIONES QUE TRABAJAN CON LA ALCALDÍA DE ALEGRÍA	37
3.2.5.1.	ASOCIACIÓN EMPRESARIOS MUNICIPIO DE ALEGRÍA (ASEMA).....	37
3.2.5.2.	CASA DE LA JUVENTUD DE ALEGRÍA	38
3.2.5.3.	ASOCIACIÓN MUJERES EMPRENDEDORAS DE ALEGRÍA (ASMEA)..	39
3.2.5.4.	ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA (ADESTURA).....	39
3.2.5.5.	COOPERATIVAS AGRICOLAS.....	39
3.2.6.	ALCALDÍA DE ALEGRÍA Y EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD.....	40
3.3.	SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA	41
3.3.1.	SERVICIOS	41
3.3.1.1.	SERVICIOS BÁSICOS	41
3.3.1.2.	EDUCACIÓN Y ESCOLARIDAD	42
3.3.1.3.	SALUD	42
3.3.2.	DEMOGRAFÍA	42
3.3.2.1.	POBLACIÓN.....	42
3.3.2.2.	REMESAS.....	43
3.3.2.3.	IDH	43
3.3.2.4.	INDICADORES SOCIOECONÓMICOS.....	43
3.3.2.5.	POBREZA	44
3.3.3.	ACTIVIDAD SOCIOECONÓMICA	44
3.3.4.	VULNERABILIDAD.....	45
3.4.	SITUACIÓN TURÍSTICA	47
3.4.1.	ANTECEDENTES DEL TURISMO EN ALEGRÍA	47
3.4.2.	RECONOCIMIENTOS DE ALEGRÍA EN TURISMO.....	47
3.5.	HALLAZGOS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA	51
4.	INVENTARIO TURISTICO.....	52
4.1.	METODOLOGIA DE INVESTIGACION DEL INVENTARIO TURISTICO	52
4.2.	DEFINICIONES DE INVENTARIO, RECURSO, ATRACTIVO, SERVICIO Y PRODUCTO TURISTICO.....	52
4.3.	PLAN DE MUESTREO	55

4.4.	ATRATIVOS TURISTICOS DE ALEGRIA.....	55
4.5.	SERVICIOS TURISTICOS DE ALEGRIA	59
4.5.1.	SERVICIO TURISTICO: ALIMENTACION	59
4.5.2.	SERVICIO TURISTICO: ALOJAMIENTO	71
4.6.	SINTESIS DEL INVENTARIO TURISTICO DE ALEGRIA	75
4.6.1.	SINTESIS DE LOS ATRATIVOS TURISTICOS DE ALEGRIA.....	75
4.6.2.	SINTESIS DE LOS SEVICIOS TURISTICOS DE ALEGRIA.....	75
4.6.2.1.	SINTESIS DEL SERVICIO TURISTICO DE ALIMENTACION.....	75
4.6.2.2.	SINTESIS DEL SERVICIO TURISTICO DE ALOJAMIENTO	76
5.	ESTUDIO DE MERCADO	77
5.1.	MERCADO CONSUMIDOR	77
5.1.1.	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADO CONSUMIDOR ...	77
5.1.2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	78
5.1.2.1.	PROBLEMÁTICA A INVESTIGAR	78
5.1.2.1.	HIPOTESIS DE INVESTIGACION	78
5.1.2.2.	PROPOSITO DE LA INVESTIGACION.....	79
5.1.2.3.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	79
5.1.3.	FUENTES DE INFORMACION MERCADO CONSUMIDOR.....	81
5.1.4.	IDENTIFICACION DE LOS SEGMENTOS DE MERCADO A ABORDAR	81
5.1.4.1.	SEGMENTO 1: CONSUMIDORES ACTUALES.....	81
5.1.4.2.	SEGMENTO 2: CONSUMIDORES POTENCIALES.....	81
5.1.5.	PLAN DE MUESTREO.....	82
5.1.5.1.	PLAN DE MUESTREO CONSUMIDORES ACTUALES.....	82
5.1.5.2.	PLAN DE MUESTREO CONSUMIDORES POTENCIALES.....	84
5.1.6.	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION	88
5.1.6.1.	METODOLOGIA DE DISEÑO DE INSTRUMENTOS.....	88
5.1.6.2.	MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA ELABORACION Y ESTRUCTURACION DEL INSTRUMENTO	89
5.1.6.2.1.	MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA EL MERCADO DE CONSUMO ACTUAL.....	89
5.1.6.2.2.	MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA EL MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL.....	92
5.1.6.3.	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION	95
5.1.6.3.1.	INSTRUMENTO PARA EL MERCADO DE CONSUMO ACTUAL.....	95
5.1.6.3.2.	INSTRUMENTO PARA EL MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL..	95
5.1.7.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	96
5.1.7.1.	RESULTADOS DE MERCADO DE CONSUMO ACTUAL.....	96

5.1.7.2.	RESULTADOS DE MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL	112
5.1.8.	PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	129
5.1.8.1.	PERFIL DEL CONSUMIDOR ACTUAL.....	129
5.1.8.2.	PERFIL DEL CONSUMIDOR POTENCIAL	130
5.1.9.	PROYECCION DE LA DEMANDA.....	131
5.1.10.	PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR	136
5.1.10.1.	HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR ACTUAL.....	136
5.1.10.2.	HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR POTENCIAL.....	136
5.2.	MERCADO COMPETIDOR	138
5.2.1.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO COMPETIDOR	138
5.2.2.	DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN.....	138
5.2.3.	ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR	139
5.2.4.	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	140
5.2.5.	ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	143
5.2.5.1.	DESARROLLO METODOLÓGICO.....	143
5.2.5.2.	ELECCIÓN DE POSIBLES SITIOS A ESTUDIAR:	145
5.2.5.3.	RESULTADOS DE LA PRIORIZACIÓN DE INICIATIVAS	146
5.2.6.	DESCRIPCION DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES	147
5.2.6.1.	NAHUIZALCO	147
5.2.6.2.	SALCOATITÁN.....	157
5.2.6.3.	JUAYUA	168
5.2.6.4.	ARMENIA	177
5.2.6.5.	SANTO DOMINGO DE GUZMÁN.....	183
5.2.6.6.	IZALCO	186
5.2.6.7.	SUCHITOTO	202
5.2.7.	PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO COMPETIDOR	215
5.3.	MERCADO DISTRIBUIDOR	216
5.3.1.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DISTRIBUIDOR	216
5.3.2.	GENERALIDADES DEL MERCADO DISTRIBUIDOR	216
5.3.3.	CLASIFICACIÓN DE LOS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS	217
5.3.3.1.	ORGANIZADOR DE VIAJE O TOUR OPERADORES.....	217
5.3.3.2.	PRESTADOR DIRECTO DEL SERVICIO.....	217
5.3.4.	SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO DISTRIBUIDOR EN ALEGRÍA.....	218
5.3.4.1.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	218
5.3.4.2.	IDENTIFICACIÓN DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS.....	218
5.3.4.2.1.	LISTADO DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS DE EL SALVADOR .	219

5.3.4.2.2.	LISTADO DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS DE ALEGRIA	223
5.3.4.3.	EVALUACION DE DISTRIBUIDORES DE ALEGRIA	229
5.3.4.4.	PRINCIPAL DISTRIBUIDOR DE ALEGRIA	232
5.3.5.	PERFIL DEL DISTRIBUIDOR	232
5.3.6.	PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO DISTRIBUIDOR	232
5.4.	MERCADO ABASTECEDOR	233
5.4.1.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO ABASTECEDOR.....	233
5.4.2.	CLASIFICACIÓN DE LOS ABASTECEDORES	234
5.4.3.	IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE REQUIEREN ABASTECIMIENTO.....	234
5.4.4.	DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS INVOLUCRADOS.....	235
5.4.4.1.	SERVICIOS DE SEGURIDAD TURÍSTICA	235
5.4.4.2.	CAPACITACIÓN TURÍSTICA.....	235
5.4.4.3.	SERVICIO DE MÚSICA	236
5.4.5.	IDENTIFICACIÓN DE ABASTECEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS...	236
5.4.5.1.	ABASTECEDORES EN EL ÁREA DE SEGURIDAD.....	236
5.4.5.2.	ABASTECEDORES EN EL ÁREA DE CAPACITACIONES.....	239
5.4.5.3.	ABASTECEDORES DE SERVICIOS DE MÚSICA.....	243
5.4.6.	EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.....	244
5.4.7.	PERFIL DEL ABASTECEDOR.....	245
5.4.8.	PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO ABASTECEDOR.....	245
6.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	246
6.1.	ANÁLISIS DEL MARCO LOGICO	246
6.1.1.	MATRIZ DE INVOLUCRADOS.....	246
6.1.1.1.	ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	246
6.1.1.1.1.	LISTADO DE INVOLUCRADOS	246
6.1.1.1.2.	EVALUACION DE INVOLUCRADOS.....	249
6.1.1.1.3.	MAPEO DE INVOLUCRADOS.....	250
6.1.1.1.4.	DEFINICION DE ESTRATEGIAS PARA LOS INVOLUCRADOS.....	251
6.1.1.2.	MATRIZ DE INVOLUCRADOS	253
6.1.2.	ARBOL DE PROBLEMAS	255
6.1.3.	ARBOL DE OBJETIVOS	256
6.2.	PLANTEAMIENTO GENERAL DEL PROBLEMA.....	257
7.	CONCEPTUALIZACION DE DISEÑO	258
7.1.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	258
7.1.1.	ANÁLISIS FODA.....	258

7.1.2.	ESTRUCTURACION DEL PLAN	260
7.2.	CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS DIRECTRICES	261
7.2.1.	DIRECTRIZ MEJORA DE OFERTA TURÍSTICA	261
7.2.2.	DIRECTRIZ PROMOCION Y PUBLICIDAD	262
7.2.3.	DIRECTRIZ SERVICIO DE INFORMACION.....	262
7.2.4.	DIRECTRIZ GESTION.....	263
7.2.5.	DIRECTRIZ SEGUIMIENTO Y CONTROL	263
PARTE 3:	DISEÑO	264
8.	DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL	265
8.1.	DIRECTRIZ 1: MEJORA DE OFERTA TURÍSTICA	265
8.1.1.	DESCRIPCIÓN.....	265
8.1.2.	OBJETIVOS	266
8.1.3.	COMPONENTES.....	266
8.1.3.1.	LINEA DE ACCION 1.1: NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	266
8.1.3.1.1.	PARQUE ECOTURISTICO LAGUNA DE ALEGRIA.....	266
8.1.3.1.2.	DISEÑO DE ÁREAS.....	276
8.1.3.1.3.	ESPECIFICACIÓN DE ÁREAS PRINCIPALES.....	278
8.1.3.2.	LINEA DE ACCION 1.2: TOURS ALEGRÍA.....	315
8.1.3.2.1.	TOUR FINCAS, CAFÉ Y ALEGRÍA.....	315
8.1.3.2.1.1.	FINCA LAS 3 MARIAS.....	315
8.1.3.2.1.2.	FINCA LA PALMA.....	317
8.1.3.2.1.3.	CARTAGENA.....	318
8.1.3.2.2.	TOUR CIUDAD, HISTORIA, VIVEROS Y VISTAS	321
8.1.3.2.2.1.	VISITA CASA ALBERTO MASFERRER.....	321
8.1.3.2.2.2.	VISITA MUSEO MUNICIPAL	322
8.1.3.2.2.3.	VISITA IGLESIA DEL MUNICIPIO.....	322
8.1.3.2.2.4.	CIRCUITO CALLES DEL MUNICIPIO.....	323
8.1.3.2.2.5.	VISITA MIRADOR LAS 100 GRADAS.....	323
8.1.3.2.2.6.	VISITA RESTAURANTES Y CAFÉS CASCO URBANO	324
8.1.3.2.3.	TOUR LAGUNA DE ALEGRÍA.....	324
8.1.3.2.4.	PAQUETES TOURS TURISTICOS ALEGRIA.....	327
8.1.3.3.	LINEA DE ACCION 1.3: ORDEN EN EL CASCO URBANO	333
8.1.3.3.1.	SITUACIÓN ACTUAL MUNICIPIO.....	333
8.1.3.3.2.	PROPUESTA.....	334
8.1.3.3.3.	COMPARATIVO.....	334
8.1.3.4.	LINEA DE ACCION 1.4: ACTIVIDADES CULTURALES.....	335

8.2.	DIRECTRIZ 2: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	339
8.2.1.	DESCRIPCION	339
8.2.2.	OBJETIVOS	339
8.2.3.	COMPONENTES	340
8.2.3.1.	LINEA DE ACCION 2.1: MARCA MUNICIPIO	340
8.2.3.2.	LINEA DE ACCION 2.2: MARKETING	349
8.2.3.2.1.	PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA	350
8.2.3.2.1.1.	CREACIÓN DE LA FAN PAGE	350
8.2.3.2.1.2.	VALLAS PUBLICITARIAS	354
8.2.3.2.1.3.	MUPIS	356
8.2.3.2.1.4.	ESTAND INFORMATIVO	357
8.2.3.2.1.5.	DIPTICO PUBLICITARIO	358
8.2.3.2.2.	PROMOCION PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA	361
8.3.	DIRECTRIZ 3: SERVICIO DE INFORMACION	364
8.3.1.	DESCRIPCION	364
8.3.2.	OBJETIVOS	364
8.3.3.	COMPONENTES	365
8.3.3.1.	LINEA DE ACCION 3.1: SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	365
8.3.3.1.1.	SEÑALIZACIÓN PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRÍA	366
8.3.3.1.1.1.	SEÑALIZACIÓN DE UBICACIÓN DE OFICINA DE TURISMO ...	366
8.3.3.1.1.2.	SEÑALIZACIÓN DE ACTIVIDADES, SERVICIOS Y ATRACTIVOS EN EL CASCO URBANO.	367
8.3.3.1.1.3.	SEÑALIZACIÓN DE ACTIVIDADES, SERVICIOS Y ATRACTIVOS EN LA LAGUNA DE ALEGRÍA.	369
8.3.3.1.2.	MAPAS TURISTICOS	370
8.3.3.2.	LINEA DE ACCION 3.2: INFORMACION OFICINA DE TURISMO	373
8.3.3.2.1.	CATALOGO TURISTICO	373
8.3.3.2.2.	HORARIO DE ATENCION DE LA OFICINA DE TURISMO	375
8.4.	DIRECTRIZ 4: GESTION	377
8.4.1.	DESCRIPCION	377
8.4.2.	OBJETIVOS	377
8.4.3.	COMPONENTES	378
8.4.3.1.	LINEA DE ACCION 4.1: ORGANIZACIÓN TURÍSTICA	378
8.4.3.1.1.	COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO	378
8.4.3.1.2.	DESCRIPCION ORGANIZACIONAL DEL COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRIA	380
8.4.3.2.	LINEA DE ACCION 4.2: ORGANIZACIONES DE APOYO	394

8.5.	DIRECTRIZ 5: SEGUIMIENTO Y CONTROL	396
8.5.1.	DESCRIPCIÓN.....	396
8.5.2.	OBJETIVOS	397
8.5.3.	COMPONENTES.....	397
8.5.3.1.	LINEA DE ACCION 5.1: MONITOREO Y CONTROL DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y CALIDAD TURISTICA.....	397
	PARTE 4: INVERSIONES Y EVALUACIONES.....	403
9.	INVERSIONES DEL PLAN	404
9.1.	INVERSION FIJA.....	404
9.1.1.	INVERSION FIJA TANGIBLE	404
9.1.1.1.	TERRENO.....	404
9.1.1.2.	OBRA CIVIL	404
9.1.1.2.1.	MATERIALES.....	404
9.1.1.2.2.	MANO DE OBRA.....	406
9.1.1.2.3.	CONSOLIDADO DE OBRA CIVIL	406
9.1.1.3.	EQUIPO	407
9.1.1.4.	MOBILIARIO.....	407
9.1.1.5.	CONSOLIDADO DE INVERSION FIJA TANGIBLE	408
9.1.2.	INVERSION FIJA INTANGIBLE.....	408
9.1.2.1.	ESTUDIOS REALIZADOS.....	408
9.1.2.1.1.	RECURSO HUMANO.....	409
9.1.2.1.2.	RECURSO MATERIAL.....	410
9.1.2.1.3.	TRANSPORTE.....	410
9.1.2.1.4.	VIATICOS DE ALIMENTACION	411
9.1.2.1.5.	CONSOLIDADO DE ESTUDIOS REALIZADOS.....	411
9.1.2.2.	IMPLEMENTACION DEL PLAN	411
9.1.2.3.	MARCA	412
9.1.2.4.	CONSOLIDADO DE INVERSION FIJA INTANGIBLE.....	412
9.2.	CAPITAL DE TRABAJO	413
9.2.1.1.	PLANILLAS	413
9.2.1.2.	VALORES E INVERSIONES	413
9.2.1.3.	CONSOLIDADO DE CAPITAL DE TRABAJO	414
9.3.	RESUMEN DE INVERSIONES.....	414
10.	COSTOS DEL PLAN.....	415
10.1.	COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	415
10.1.1.	SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	415

10.1.2.	OBLIGACIONES PATRONALES DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS	415
10.1.3.	MANTENIMIENTO	416
10.1.4.	MATERIALES	416
10.1.5.	CONSOLIDADO DE COSTOS ADMINISTRATIVOS	417
10.2.	COSTOS DE COMERCIALIZACION	417
10.2.1.	PUBLICIDAD	417
10.2.2.	PROMOCION	418
10.2.3.	CONSOLIDADO DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	418
10.3.	COSTOS TOTALES	418
11.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	419
12.	INGRESOS Y EGRESOS	422
12.1.	ESTIMACION DE INGRESOS	422
12.2.	ESTIMACION DE EGRESOS	423
12.3.	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	424
13.	EVALUACIONES DEL PLAN	425
13.1.	EVALUACION ECONOMICA	425
13.1.1.	TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)	425
13.1.2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	426
13.1.3.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	427
13.1.4.	RAZON BENEFICIO COSTO (B/C)	428
13.2.	EVALUACION SOCIAL	429
13.2.1.	DEFINICION DE LOS OBJETIVOS DE IMPACTO SOCIAL	430
13.2.2.	ASPECTO ECONOMICO	431
13.2.2.1.	APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS	431
13.2.2.2.	AUMENTO DEL TURISMO	431
13.2.2.3.	GENERACION DE EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS	435
13.2.2.3.1.	EMPLEOS DIRECTOS	435
13.2.2.3.2.	EMPLEOS INDIRECTOS	436
13.2.2.4.	RATIOS BENEFICIO-COSTO SOCIAL	438
13.2.2.5.	BENEFICIO A COMPONENTES POTENCIALES	439
13.2.3.	ASPECTOS SOCIALES	439
13.2.3.1.	EDUCACION	439
13.2.3.2.	SALUD	439
13.2.3.3.	SEGURIDAD	440
13.2.4.	ASPECTOS CULTURALES	440
13.2.4.1.	ENRRIQUECIMIENTO DE LA HISTORIA Y LA ESCRITURA	440

13.2.5.	BENEFICIOS AMBIENTALES.....	440
13.2.6.	CONCLUSIONES DEL ANALISIS SOCIAL.....	441
13.3.	EVALUACION DE GÉNERO.....	442
13.3.1.	CONDICIONES EQUITATIVAS A DESARROLLAR.....	444
13.3.2.	ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS DE GÉNEROS.....	445
13.4.	EVALUACION AMBIENTAL.....	446
13.4.1.	METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	446
13.4.2.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL SEGÚN METODOLOGÍA	447
13.4.3.	EVALUACION AMBIENTAL DEL PLAN.....	449
13.4.4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	451
13.4.5.	MITIGACIÓN DE LOS IMPACTOS NEGATIVOS.....	452
13.4.6.	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	453
PARTE 5: IMPLEMENTACION.....		455
14.	IMPLEMENTACION DEL PLAN.....	456
14.1.	PLANIFICACION DE LA IMPLEMENTACION.....	456
14.1.1.	OBJETIVO GENERAL	456
14.1.2.	ESTRUCTURA DESGLOSADA DEL TRABAJO	456
14.1.3.	ENTREGABLES.....	457
14.1.4.	PAQUETES DE TRABAJO	458
14.1.5.	DICCIONARIO DE ACTIVIDADES.....	459
14.1.6.	PRECEDENCIAS.....	465
14.1.7.	POLITICAS Y ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACION.....	466
14.1.7.1.	POLITICAS DE IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	466
14.1.7.2.	ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	468
14.1.8.	DURACION, COSTO, Y RRHH DE LA IMPLEMENTACION	470
14.1.9.	PRESUPUESTACION DE LA IMPLEMENTACION.....	472
14.1.10.	RED DEL PROYECTO.....	473
14.1.11.	DURACION DEL PROYECTO	473
14.2.	ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACION.....	474
14.2.1.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	474
14.2.1.1.	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS	474
14.2.1.2.	CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	475
14.2.1.3.	EVALUACION DE FACTORES	475
14.2.1.4.	DEFINICION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	477
14.2.1.5.	ASIGNACION DE RECURSOS	478
14.2.1.6.	MATRIZ DE RESPONSABILIDADES	478

14.2.2. MANUALES DE LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	479
14.2.2.1. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	479
CONCLUSIONES.....	497
RECOMENDACIONES	498
BIBLIOGRAFIA	499
ANEXOS	502

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Destinos para Turismo de Sol y Playa	8
Tabla 2 - Museos con los que cuenta El Salvador y su atractivo turístico	9
Tabla 3 - Atractivos turístico en los Sitios Arqueológicos de El Salvador	9
Tabla 4 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Flores.....	12
Tabla 5 - Atractivo Turístico de la Ruta de la Paz	13
Tabla 6 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Artesanías	14
Tabla 7 - Atractivo Turístico de la Ruta Arqueológica	15
Tabla 8 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Mil Cumbres.....	15
Tabla 9 - Rutas turísticas Sol y Playa impulsada por MITUR en El Salvador	16
Tabla 10 - Ingreso por turismo en el PIB	19
Tabla 11 - Generalidades del municipio de Alegría	26
Tabla 12 - Cobertura Servicios básicos Alegría	41
Tabla 13 - Servicios públicos.....	41
Tabla 14 - Indicadores de educación Alegría.....	42
Tabla 15 - Consolidado total de población.....	42
Tabla 16 - Porcentajes población receptora de remesas	43
Tabla 17 - Indicadores de Pobreza.....	44
Tabla 18 - Síntesis información del servicio turístico de alimentación de Alegría.....	75
Tabla 19 - Síntesis información del servicio turístico de alojamiento de Alegría	76
Tabla 20 - Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza	83
Tabla 21 - Población por municipio del AMSS	85
Tabla 22 - Población de los municipios del AMSS de 16 a 69 años empleada	86
Tabla 23 - Matriz de requerimiento de información para el mercado de consumo actual.....	91
Tabla 24 - Matriz de requerimiento de información para el mercado de consumo potencial .	94
Tabla 25 - Personas y vehículos que ingresaron a la Laguna de Alegría año 2015.....	131
Tabla 26 - Personas que ingresaron a Laguna de Alegría los domingos año 2015	132
Tabla 27 - Proyección del número de visitantes al municipio de Alegría durante el 2015 ...	133
Tabla 28 - Ingreso en turismo en millones de dólares en El Salvador del 2009 al 2015.....	134
Tabla 29 - Pronóstico ingreso en turismo y tasa de crecimiento del sector en ES	134
Tabla 30 - Proyección de la demanda turística en Alegría	135
Tabla 31 - Criterios a evaluar para elección de competidores a estudiar	145
Tabla 32 - Evaluación de los competidores	146
Tabla 33 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Nahuizalco	149
Tabla 34 - Servicios públicos del municipio de Nahuizalco	149
Tabla 35 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Río la Vuelta	150
Tabla 36 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Cascada el Salto	151

Tabla 37 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Iglesia San Juan Bautista	152
Tabla 38 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Parque Benjamín Bloom	153
Tabla 39 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Ecoparque San Bernardo	154
Tabla 40 - Servicio turístico de Nahuizalco: Artesanías Wendy.....	155
Tabla 41 - Servicio turístico de Nahuizalco: Artesanías el Progreso	156
Tabla 42 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Salcoatitán	159
Tabla 43 - Servicios públicos del municipio de Salcoatitán	159
Tabla 44 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Iglesia San Miguel Arcangel	160
Tabla 45 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Río Monterrey	161
Tabla 46 - Servicio turístico de Salcoatitán: Res. Portal de la Montaña.....	162
Tabla 47 - Servicio turístico de Salcoatitán: Restaurante la Colina	163
Tabla 48 - Servicio turístico de Salcoatitán: Restaurante Los Patios.....	164
Tabla 49 - Servicio turístico de Salcoatitán: Arte Inédito	165
Tabla 50 - Servicio turístico de Salcoatitán: Borboletes, muebles y complementos.....	166
Tabla 51 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Parque central	167
Tabla 52 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Mirador 7 volcanes	168
Tabla 53 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Juayúa	169
Tabla 54 - Servicios públicos del municipio de Juayúa	170
Tabla 55 - Atractivo turístico de Juayúa: Chorros de la Caldera.....	170
Tabla 56 - Atractivo turístico de Juayúa: Iglesia de Juayúa.....	171
Tabla 57 - Servicio turístico de Juayúa: Posada el Encanto	172
Tabla 58 - Servicio turístico de Juayúa: Hotel Juayúa Inn	173
Tabla 59 - Servicio turístico de Juayúa: Casa Huéspedes Doña Mercedes	174
Tabla 60 - Servicio turístico de Juayúa: Hotel Anahuac	175
Tabla 61 - Servicio turístico de Juayúa: Restaurante Guadalupano	176
Tabla 62 - Servicio turístico de Juayúa: Restaurante Paso de Alaska.....	177
Tabla 63 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Armenia.....	179
Tabla 64 - Servicios públicos del municipio de Armenia.....	179
Tabla 65 - Servicio turístico de Armenia: Restaurante los Jalapeños.....	180
Tabla 66 - Servicio turístico de Armenia: Café y Típicos El Sabor de mi Pueblo	181
Tabla 67 - Servicio turístico de Armenia: Restaurante las Veraneras.....	182
Tabla 68 - Atractivo turístico de Armenia: Estación de Ferrocarril	183
Tabla 69 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Santo Domingo de Guzmán ...	184
Tabla 70 - Servicios públicos del municipio de Santo Domingo de Guzmán	185
Tabla 71 - Atractivo turístico de Santo Domingo de Guzmán: Cascada el Escudo.....	185
Tabla 72 - Atractivo turístico de Santo Domingo de Guzmán: Cascada Tepechapa.....	186
Tabla 73 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Izalco.....	188
Tabla 74 - Servicios básicos del municipio de Izalco.....	188
Tabla 75 - Atractivo turístico de Izalco: El Llanito.....	189
Tabla 76 - Atractivo turístico de Izalco: Cueva del Escorpión	190
Tabla 77 - Atractivo turístico de Izalco: Turicentro Atecozotl	191
Tabla 78 - Atractivo turístico de Izalco: Cueva el Tranquillo	192
Tabla 79 - Atractivo turístico de Izalco: La Virgen de la Lava	193
Tabla 80 - Atractivo turístico de Izalco: Parque Saldaña	194
Tabla 81 - Atractivo turístico de Izalco: Casa Barrientos	195
Tabla 82 - Servicio turístico de Izalco: Cabañas Campo Bello	196
Tabla 83 - Servicio turístico de Izalco: Cabañas Casa de Cristal	197
Tabla 84 - Servicio turístico de Izalco: La Casona de los Vega	198
Tabla 85 - Servicio turístico de Izalco: Restaurante El Alba	199
Tabla 86 - Servicio turístico de Izalco: Restaurante El Chele	200

Tabla 87 - Servicio turístico de Izalco: Finca Cuyancúa.....	201
Tabla 88 - Servicio turístico de Izalco: Paintball Izalco	202
Tabla 89 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Suchitoto.....	204
Tabla 90 - Servicios públicos del municipio de Suchitoto.....	204
Tabla 91 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante El Mangal.....	206
Tabla 92 - Servicio turístico de Suchitoto: Hotel Vista al Lago	207
Tabla 93 - Servicio turístico de Suchitoto: Hotel La Posada de Suchitlán	208
Tabla 94 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante Guazapa Café.....	209
Tabla 95 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante La Fonda El Mirador	210
Tabla 96 - Atractivo turístico de Suchitoto: Ciudad Vieja	211
Tabla 97 - Atractivo turístico de Suchitoto: Museo de Alejandro Cotto.....	212
Tabla 98 - Servicio turístico de Suchitoto: Casa de la Abuela	213
Tabla 99 - Atractivo turístico de Suchitoto: Lago Suchitlán	214
Tabla 100 - Listado de distribuidores turísticos de El Salvador	222
Tabla 101 - Establecimiento de criterios y su peso para evaluación de distribuidores	229
Tabla 102 - Criterio y calificación de paquetes que ofertan los tour operadores	229
Tabla 103 - Criterio y calificación de disponibilidad de los tour operadores	229
Tabla 104 - Criterio y calificación de Reconocimiento de los tour operadores	230
Tabla 105 - Criterio y calificación de Diversidad de los tour operadores.....	230
Tabla 106 - Calificación de Tour Operadores que realizan tours al municipio de Alegría....	231
Tabla 107 - Los siete tour operadores con la mayor puntuación.....	232
Tabla 108 - Comparación de Criterios de Evaluación de Proveedor de Seguridad Privada	244
Tabla 109 - Listado de involucrados y sus intereses.....	248
Tabla 110 - Evaluación de involucrados en su posición, poder e intensidad.....	249
Tabla 111 - Listado de involucrados y estrategias a tomar según intereses	252
Tabla 112 - Matriz de involucrados.....	254
Tabla 113 - Cuadro Resumen Marco Institucional	268
Tabla 114 - Cuadro Resumen Marco Normativo.....	270
Tabla 115 - Programa de necesidades de Parque Ecoturístico Laguna de Alegría	272
Tabla 116 - Cuadro de Áreas y espacios Parque Ecoturístico Laguna de Alegría (LDA)	274
Tabla 117 - Consolidado áreas final	274
Tabla 118 - Consideraciones mínimas para funcionamiento áreas camping	280
Tabla 119 - Carga total diaria en Wh/día requerido en el Parque ecoturístico de la LDA....	285
Tabla 120 - Carga total pico en Wh/día requerido en el Parque ecoturístico de la LDA	285
Tabla 121 - Paneles solares 200 Wp.....	287
Tabla 122 - Requerimientos primeros auxilios.....	288
Tabla 123 - Requerimientos para descanso Tiendas y bolsas de dormir	289
Tabla 124 - Requerimiento de recursos para diseño de disposición de excretas LDA	293
Tabla 125 - Resumen datos necesarios para cálculos consumos de agua Zona Camping.	296
Tabla 126 - Cuadro resumen datos precipitación pluvial, consumos y almacenamiento	298
Tabla 127 - Costo mensual por servicios de acueductos y alcantarillado El Salvador	299
Tabla 128 - Costo de transporte de abastecimiento de agua alternativo.....	299
Tabla 129 - Costo de abastecimiento de agua alternativo	300
Tabla 130 - Capacidad de carga	300
Tabla 131 - Requerimientos de buenas prácticas ecoturísticas y manejo de sólidos	310
Tabla 132 - Gastos fijos mensuales buenas practicas ecoturísticas y manejo de desechos	310
Tabla 133 - Resumen requerimientos y costos de Mirador Turístico Volcán Tecapa	312
Tabla 134 - Diseño Puesto de Venta en la Laguna de Alegría.....	313
Tabla 135 - Requerimientos para el puesto de ventas.....	313
Tabla 136 - Requerimientos aproximados de obra civil,	314

Tabla 137 - Tour fincas café y alegría de un día.	327
Tabla 138 - Tours fincas, café y alegría paquete de dos días	328
Tabla 139 - Tour ciudad historia viveros y vistas, paquete de 1 día.	329
Tabla 140 - Tour laguna de alegría paquete de un día.....	330
Tabla 141 - Tour alegría paquete de dos días una noche	331
Tabla 142 - Requerimiento de materiales para tours.....	332
Tabla 143 - Metros lineales de parqueo utilizado actualmente.	333
Tabla 144 - Metros lineales de parqueo, calles propuestas.....	334
Tabla 145 - Requerimiento de recursos línea de acción de actividades culturales	338
Tabla 146 - Requerimiento de recursos para Directriz 2: Promoción y publicidad	363
Tabla 147 - Requerimiento de recursos para Directriz 3: Servicio de información.....	376
Tabla 148 - Requerimiento de recurso humano para la organización turística de Alegría ...	393
Tabla 149 - Requerimiento de recursos para Directriz 4: Gestión	395
Tabla 150 - Requerimiento de recursos para Directriz 5: Seguimiento y control	402
Tabla 151 - Inversiones fijas del plan.....	404
Tabla 152 - Inversión del plan en materiales para la obra civil	406
Tabla 153 - Inversión del plan en mano de obra para la obra civil.....	406
Tabla 154 - Consolidado de inversión del plan en obra civil.....	406
Tabla 155 - Inversión del plan en equipo	407
Tabla 156 - Inversión del plan en mobiliario	408
Tabla 157 - Consolidado de inversión fija tangible	408
Tabla 158 - Horas por etapa/Integrante	409
Tabla 159 - Costo de recurso humano en etapa de Anteproyecto.....	409
Tabla 160 - Costo de recurso humano en etapa de Diagnóstico	409
Tabla 161 - Costo de recurso humano en etapa de Diseño	409
Tabla 162 - Costo de recurso humana en etapa de Evaluaciones	410
Tabla 163 - Resumen de costo total recurso humano para estudios realizados.....	410
Tabla 164 - Resumen de costo total recurso material para estudios realizados	410
Tabla 165 - Resumen de costo total transporte en los estudios realizados	411
Tabla 166 - Viáticos de alimentación por los estudios realizados.....	411
Tabla 167 - Consolidado de costos en los estudios realizados	411
Tabla 168 - Presupuesto consolidado de la implementación del plan	411
Tabla 169 - Costos del registro de la marca municipio.....	412
Tabla 170 - Consolidado de inversión fija intangible	412
Tabla 171 - Investigación de rangos salariales de ocupaciones en El Salvador.....	413
Tabla 172 - Tabla de pago de planillas para nuevos trabajadores	413
Tabla 173 - Monto destinado a valores e inversiones	414
Tabla 174 - Consolidado de capital de trabajo	414
Tabla 175 - Consolidado de la inversión del proyecto	414
Tabla 176 - Desglose y montos de las inversiones fijas tangibles	414
Tabla 177 - Desglose de costos de administración	415
Tabla 178 - Salario del personal administrativo.....	415
Tabla 179 - Pago de obligaciones patronales en el área de administración	415
Tabla 180 - Costos de mantenimiento.....	416
Tabla 181 - Costos de materiales administrativos.....	416
Tabla 182 - Consolidado de los costos administrativos	417
Tabla 183 - Desglose de costos de comercialización.....	417
Tabla 184 - Costos de publicidad.....	417
Tabla 185 - Costos de promoción	418
Tabla 186 - Consolidado de los costos administrativos	418

Tabla 187 - Resumen de los costos totales por absorción.....	418
Tabla 188 - Ingresos percibidos por la Alcaldía de Alegría (2011-2017).....	419
Tabla 189 - Propuesta de financiamiento 1	420
Tabla 190 - Propuesta de financiamiento 2	420
Tabla 191 - Presupuesto de la Alcaldía de Alegría	421
Tabla 192 - Ingresos por venta para el año 2017	423
Tabla 193 - Proyección de ingresos por venta del año 2017 al año 2021	423
Tabla 194 - Egresos estimados del año 1 al año 5 del plan.....	423
Tabla 195 - Estado de flujo de efectivo del plan	424
Tabla 196 - Inflación anual en El Salvador del 2000 al 2014	425
Tabla 197 - Interpretación del VAN.....	426
Tabla 198 - Flujo de efectivo neto anual.....	426
Tabla 199 - Matriz de objetivos de nivel superior	430
Tabla 200 - Recursos aprovechados según propuestas	431
Tabla 201 - Crecimiento de la demanda municipio de Alegría.	431
Tabla 202 - crecimiento en capacidad según demanda proyectada, restaurantes.	432
Tabla 203 - Crecimiento en capacidad según demanda proyectada, hospedajes.....	433
Tabla 204 - Mejora de ingresos proyectados en alimentación	434
Tabla 205 - Mejora ingresos proyectados en rubro hostales.....	434
Tabla 206 - Empleos directos generados.	435
Tabla 207 - Crecimiento de # empleados según proyección.....	436
Tabla 208 - Crecimiento # de empleados en hostales proyectado.....	437
Tabla 209 - Consolidado final de beneficiarios y empleos creados.....	437
Tabla 210 - Ratios beneficio costo social.....	438
Tabla 211 - VI Censo de Población y Vivienda 2007	443
Tabla 212 - Criterios de Evaluación Ambiental	448
Tabla 213 - Calificación ambiental.....	449
Tabla 214 - Desagregación del Proyecto.....	449
Tabla 215 - Identificación de impactos en fase de Construcción y Operación.....	450
Tabla 216 - Evaluación de Impacto ambiental del proyecto	451
Tabla 217 - Descripción de los paquetes de trabajo del proyecto	459
Tabla 218 - Diccionario de actividades del proyecto	465
Tabla 219 - Actividades del proyecto y sus precedencias.....	466
Tabla 220 - Descripción de políticas generales de la implementación del proyecto	467
Tabla 221 - Descripción de las políticas por entregable del proyecto	468
Tabla 222 - Descripción de las estrategias generales de la implementación del proyecto ..	468
Tabla 223 - Descripción de las estrategias por entregable del proyecto	469
Tabla 224 - Posibles costos a incurrir en actividades de implementación del proyecto.....	470
Tabla 225 - Determinación de la duración, RRHH y costos de las actividades	472
Tabla 226 - Presupuesto en la implementación del proyecto por entregable	472
Tabla 227 - Presupuesto de salarios en la implementación del proyecto.....	472
Tabla 228 - Presupuesto consolidado de la implementación del proyecto	473
Tabla 229 - Actividades de la ruta crítica y duración del proyecto.....	474
Tabla 230 - Ventajas y desventajas de los tipos de estructuras organizativas	475
Tabla 231 - Factores para evaluación del tipo de estructura organizativa.....	475
Tabla 232 - Ponderación de factores para estructura organizativa de la implementación ...	476
Tabla 233 - Criterios para estructura organizativa de la implementación	477
Tabla 234 - Evaluación de criterios de la estructura organizativa de la implementación	477
Tabla 235 - Asignación de recursos a encargados de la implementación del proyecto.....	478
Tabla 236 - Criterios para establecimiento de responsabilidades de la implementación	478

Tabla 237 - Matriz de Responsabilidades de la implementación del plan.....	479
--	-----

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 - Llegada de Visitantes	17
Gráfico 2 - Gasto Turístico	17
Gráfico 3 - Visitante Emisor	18
Gráfico 4 - Empleo mensual turismo 2014 y 2015.....	19
Gráfico 5 - Empleo Promedio anual en turismo Enero-noviembre 2009-2015	20
Gráfico 6 - Beneficiarios directos de proyecto propuesto	435
Gráfico 7 - Población por sexo según grupo de edad.....	443

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Ubicación Geográfica municipio de Alegría.....	26
Ilustración 2 - División política municipio de Alegría.....	27
Ilustración 3 - División Política Alegría (Cantones).....	29
Ilustración 4 - Mapa de uso de Suelo Alegría,.....	31
Ilustración 5 - Organigrama de la Alcaldía Municipal de Alegría.....	37
Ilustración 6 - Mapeo delincucional en el municipio.....	46
Ilustración 7 - Tasa desempleo de la población de 16 años y más en El Salvador.....	86
Ilustración 8 - Mapeo de involucrados que apoyan	250
Ilustración 9 - Mapeo de involucrados que se oponen	250
Ilustración 10 - Actuación para involucrados según apoyen o se opongan	251
Ilustración 11 - Árbol de problemas.....	255
Ilustración 12 - Árbol de objetivos	256
Ilustración 13 - Estructura de propuesta parque ecoturístico.....	267
Ilustración 14 - Identificación área aproximada destinada para el proyecto.....	277
Ilustración 15 - Delimitación y cálculo de Área destinada al proyecto.....	277
Ilustración 16 - Muestra Accesibilidad entre LDA y municipalidad.....	281
Ilustración 17 - Mapa de Radiación solar en El Salvador	284
Ilustración 18 - Ejemplificación de letrina de doble cámara.	293
Ilustración 19 - Estructura mirador turístico con alquiler de telescopio y binoculares	311
Ilustración 20 - Ubicación Geográfica Finca las tres Marías.....	315
Ilustración 21 - Vista de costado Finca Las tres Marías	316
Ilustración 22 - Vista en clima nublado hacia Rio Lempa, Finca Las tres Marías	316
Ilustración 23 - Ubicación geográfica Finca La Palma	317
Ilustración 24 - Planta procesadora de café La Palma	318
Ilustración 25 - Ubicación geográfica Cartagena.....	319
Ilustración 26 - Cabañas Cartagena.....	320
Ilustración 27 - Zona natural de Cartagena	320
Ilustración 28 - Instalación principal Cartagena.....	321
Ilustración 29 - Casa donde nació y vivió Alberto Masferrer.....	322
Ilustración 18 - Museo Municipal de la Ciudad de Alegría	322
Ilustración 31 - Iglesia San Pedro Apostol.....	323
Ilustración 32 - Mirador de las 100 gradas, Alegría, Usulután	324
Ilustración 33 - Ruta hacia la laguna de Alegría	325
Ilustración 34 - Sendero hacia la Laguna de Alegría	325
Ilustración 35 - Vistas panorámicas desde el borde del cráter del Volcán Tecapa	326
Ilustración 36 - Vista hacia la Laguna a través de sendero hacia cima del Volcán Tecapa	326

Ilustración 37 - Ejemplo de marcas individuales	340
Ilustración 38 - Ejemplo de marca colectiva.....	340
Ilustración 39 - Ejemplo de marcas de certificación	341
Ilustración 40 - Ejemplo de marca normativa, figurativa y mixta	341
Ilustración 41 - Marca municipio de los municipios de Comasagua y San Vicente	342
Ilustración 42 - Marca país de los países de Latinoamérica.....	342
Ilustración 43 - Marca municipio del municipio de Nahuizalco	344
Ilustración 44 - Propuesta de marca municipio para Alegría	345
Ilustración 45 - Ejemplo de Fan Page: CNR de El Salvador	351
Ilustración 46 - Ejemplo de propuesta de Fan Page turística para el municipio de Alegría .	352
Ilustración 47 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #1	354
Ilustración 48 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #2.....	355
Ilustración 49 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #3.....	355
Ilustración 50 - Propuesta de diseño de mupis #1	356
Ilustración 51 - Propuesta de diseño de mupis #2	357
Ilustración 52 - Imagen ilustrativa de diseño del stand publicitario-promocional	358
Ilustración 53 - Díptico publicitario: TIRO.....	359
Ilustración 54 - Díptico publicitario: RETIRO.....	360
Ilustración 55 - Diseño propuesto de camisas promocionales	361
Ilustración 56 - Diseño propuesto de gorras promocionales	362
Ilustración 57 - Diseño propuesto de squeezes promocionales	362
Ilustración 58 - Diseño propuesto de tazas promocionales	362
Ilustración 59 - Diseño propuesto de llaveros promocionales	363
Ilustración 60 - Señalización propuesta de la ubicación de la Oficina de Turismo	367
Ilustración 61 - Ejemplo de señalización propuesta para servicios y actividades turísticas.	368
Ilustración 62 - Señalización de actividades, servicios y atractivos para el casco urbano ...	369
Ilustración 63 - Señalización de actividades y servicios para la Laguna de Alegría	370
Ilustración 64 - Diseño de mapa turístico para el casco urbano de Alegría.....	371
Ilustración 65 - Diseño de mapa turístico para la Laguna de Alegría	372
Ilustración 66 - Formato de Asistencia a Capacitaciones.....	395

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 - Metodología de investigación del inventario turístico.....	52
Diagrama 2 - Metodología de la investigación del estudio de mercado de consumo	77
Diagrama 3 - Metodología del diseño de los instrumentos del mercado de consumo	88
Diagrama 4 - Metodología de la investigación del mercado competidor	138
Diagrama 5 - Metodología análisis de competidores	143
Diagrama 6 - Metodología de Investigación Mercado Distribuidor	216
Diagrama 7 - Metodología de investigación de mercado abastecedor	233
Diagrama 8 - Servicios turísticos que requieren abastecimiento.....	234
Diagrama 9 - Estado actual y deseado con respecto al turismo en el municipio de Alegría	257
Diagrama 10 - Directrices estratégicas a desarrollar	261
Diagrama 11 - Diagrama de relación en distancia de áreas y casco urbano y rural.....	282
Diagrama 12 - Organización turística propuesta para el municipio de Alegría	378
Diagrama 13 - EDT de la implementación del proyecto	456
Diagrama 14 - Entregables de la implementación del proyecto	457
Diagrama 15 - Organización preliminar del proyecto	477

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS	502
ANEXO 2: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA SERVICIOS TURISTICOS DE ALIMENTACION	504
ANEXO 3: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA SERVICIOS TURISTICOS DE ALOJAMIENTO.....	505
ANEXO 4: ENCUESTA AL MERCADO CONSUMIDOR ACTUAL	507
ANEXO 5: ENCUESTA AL MERCADO CONSUMIDOR POTENCIAL	511
ANEXO 6: PLANOS DEL PROYECTO	515
ANEXO 7: CONDICIONES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO EN TURISMO	517
ANEXO 8: INSTRUMENTOS DE GESTION DE CALIDAD Y NIVELES DE SATISFACCION DEL TURISTA	518
ANEXO 9: PUNTOS CLAVE EN LA CALIDAD TURISTICA	522
ANEXO 10: RANGOS PARA LA EVALUACION DE LA CALIDAD.....	523
ANEXO 11: EVALUACION INTERNA Y EXTERNA EN CALIDAD.....	524
ANEXO 12: RED DEL PROYECTO	526

INTRODUCCION

En la actualidad, el turismo es un rubro de mucha importancia para la economía de una región determinada, ya que representa una fuente importante de ingresos económicos que contribuyen al desarrollo y bienestar en general de la población de la región en mención. En ese sentido, se vuelve necesario que las autoridades o gobernantes de la región involucrada en materia de turismo cuenten con un plan de acción estratégica de las medidas a implementar en dicha materia; para que de esta manera, se contribuya al desarrollo local, propiciar armonía entre los entes involucrados, aprovechar los recursos turísticos que se ofrecen de la mejor manera, hacer muy amena y placentera la visita del turista y dejar una buena impresión de la localidad al turista, para que este promocioe el sitio visitado en su lugar de origen y vuelva de visita lo más pronto posible. Basado en el argumento anterior, se presenta a continuación el “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría”.

El presente documento es un plan de desarrollo turístico dirigido a la Alcaldía Municipal de Alegría, con la finalidad de proporcionarle a esta una herramienta estratégica de acción; que, al implementarse, potencie al municipio de Alegría como un atractivo destino turístico, incremente la afluencia de turistas, se contribuya al desarrollo local y mejore la calidad de vida de sus habitantes. Para ello, en primera instancia, se establece la parte 1, que contiene las generalidades acerca del turismo; definidas en un marco teórico en el que se exponen los términos y definiciones necesarias para abordar el tema y un marco contextual y un marco legal, los cuales ubican en espacio, tiempo, proporcionan los antecedentes históricos y la realidad actual en materia de legislación en que se desenvuelve del sector turismo en El Salvador.

Posteriormente se desarrolla la parte 2 que contiene el diagnostico. Dicha parte contiene una descripción de la situación actual del municipio de Alegría en materia turística, un inventario de recursos turísticos en el que se detallan los atractivos y servicios turísticos con los que cuenta el municipio, un estudio de mercado en el que se analizan el mercado consumidor, competidor, distribuidor y abastecedor del sector turismo del municipio de Alegría con el fin de elaborar una síntesis de los principales hallazgos de cada uno, un planteamiento del problema a resolver por medio de un análisis de marco lógico y una conceptualización de diseño del principal problema a resolver, la cual muestra de manera de manera breve y abstracta la solución al planteamiento del problema.

Más adelante se presenta la parte 3 denominada diseño, la cual contiene las propuestas de diseño del plan desglosadas en 5 directrices estratégicas, cada una con sus respectivas líneas de acción, con las cuales se pretende que con su implementación, se logre el aprovechamiento los recursos, potenciar al municipio en el rubro turístico y contribuir al desarrollo local.

Consecuentemente, se presenta la parte 4 denominada inversiones y evaluaciones, la cual contiene el monto de las diferentes inversiones del proyecto, los costos operativos del plan, la fuente de financiamiento de este y las diferentes evaluaciones, las cuales pretenden demostrar la factibilidad del plan desde el punto de vista económico, social, ambiental y de género.

Para finalizar, en la parte 5 denominada implementación, contiene un plan de implementación del proyecto, en el que se describen los entregables, paquetes de trabajo, actividades, duración, costos, recurso humano y organización del proyecto, así como las funciones que tendrán los encargados del plan de implementación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría de tal manera que se aprovechen los recursos turísticos para potenciar al municipio en el rubro turístico y contribuir al desarrollo de la población.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer un marco teórico y un marco contextual referentes turismo que otorguen los conocimientos necesarios para el desarrollo del presente documento.
- Identificar la situación actual del municipio de Alegría tanto de manera general como en el ámbito turístico para su análisis.
- Elaborar un inventario de recursos turístico del municipio de Alegría para definir la oferta turística con la que cuenta en la actualidad el municipio.
- Realizar un estudio de mercado consumidor, competidor, distribuidor y abastecedor para definir hallazgos y con ello establecer el planteamiento del problema.
- Definir el planteamiento del problema a partir de la situación actual, el inventario turístico y el estudio de mercado para posteriormente establecer una conceptualización de diseño de las soluciones.
- Diseñar las directrices estratégicas del plan y sus respectivas líneas de acción en base a lo definido en la conceptualización de diseño
- Determinar el monto total de las inversiones a realizar del diseño propuesto del plan para posteriormente evaluar su factibilidad económica, social y ambiental.
- Determinar los costos de operación del diseño propuesto del plan para posteriormente evaluar su factibilidad económica, social y ambiental.
- Determinar la fuente de financiamiento óptimo para la implementación del plan.
- Realizar una estimación de los ingresos y egresos proyectados a 5 años del diseño propuesto del plan para posteriormente definir el estado de flujo de efectivo.
- Elaborar las evaluaciones económicas, sociales, ambientales y de género del plan para poder determinar la factibilidad del mismo.
- Establecer un plan de implementación en el cual se fijen paquetes de trabajo, actividades, duración, costos, recurso humano, estructura y funciones organizativas la implementación.

PARTE 1: GENERALIDADES

1. MARCO TEÓRICO

1.1. PLAN

1.1.1. DEFINICIÓN DE PLAN

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Los planes son el resultado de la planificación, y establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos

1.1.2. DEFINICIÓN DE PLANEACIÓN

Planeación es un proceso técnico-económico, socio-político y cultural que permite resolver problemas complejos y orientar procesos de cambio, mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro de un horizonte de tiempo dado y en un espacio físico-geográfico definido.

1.2. DESARROLLO

1.2.1. DEFINICIÓN DE DESARROLLO

La palabra **desarrollo** presenta acepciones diversas. En primer lugar, se puede entender como el proceso de evolución, cambio y crecimiento relacionado con un objeto, una persona o una situación determinada. Por otra parte, el término **desarrollo** se puede aplicar a situaciones que afectan a un conjunto de aspectos, por ejemplo, el desarrollo humano de una nación.

1.2.2. DEFINICIÓN DE PLAN DE DESARROLLO

Un plan de desarrollo es *una herramienta de gestión que busca promover el desarrollo social en una determinada región. Este tipo de plan intenta mejorar la calidad de vida de la gente y atiende las necesidades básicas insatisfechas. El plan de desarrollo incluye una visión estratégica de futuro, ya que pretende ofrecer soluciones que se mantengan en el tiempo.*

1.3. TURISMO

1.3.1. DEFINICIÓN DE TURISMO

La definición otorgada al término turismo por la Organización Mundial del Turismo (OMT) es la siguiente: "Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

1.3.2. DEFINICIÓN DE TURISTA

Se considera turista a “toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual por un periodo mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El termino incluye personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar amigos, familiares o motivos profesionales, por tratamiento de salud, por religión, peregrinación o por otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal de fuerzas armadas y viajeros temporales” (OMT, 1994).

1.3.3. DEFINICIÓN DE EXCURSIONISTA

El excursionista es aquel que no pernocta fuera de su entorno habitual o no permanece en un mismo lugar visitado por más de 24 horas, es decir, son los visitantes que llegan y salen el mismo día que puede ser por motivos de ocio, recreos y vacaciones.

1.3.4. TIPOS DE TURISMO

a) Turismo de Descanso

Conocido también como turismo de Sol y Playa. Se realiza en zonas con playas y soleadas; con temperaturas promedio de 25 y 30 C. Es practicado en gran número por personas que viven en zonas lluviosas, frías o nubladas; o que no tienen playas cercanas en su lugar de residencia;

b) Ecoturismo

Es aquella actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural y que se lleva a cabo dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña;

c) Turismo Cultural

Es aquella forma de turismo que apunta, entre otros fines, al conocimiento de sitios Históricos y arqueológicos. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual sirve de disfrute y medio de comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Por turismo cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos. Para el turista cultural, el patrimonio cultural y ecológico es el elemento de identidad de los sitios y el atributo diferenciador para su selección. Las principales actividades en torno al patrimonio cultural se relacionan con el patrimonio tangible y destaca la visita a las zonas arqueológicas y monumentos arquitectónicos;

d) Turismo Arqueológico

Es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Es una forma alternativa de turismo cultural, basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos;

e) Turismo Rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realizando la cultura, los Valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos;

f) Turismo Gastronómico

Se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas;

g) Turismo Religioso

Desplazamiento de viajeros a un destino; motivados por su devoción religiosa. Viajan a Santuarios o lugares que tienen significado importante en sus creencias.

h) Turismo de Negocios

Ya sea individuos o grupos, que se desplazan a un destino con el objetivo de llevar a cabo actividades laborales o profesionales. Se desplaza el viajero, ya sea por realizar negocios o la asistencia a congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivos u otros;

i) Turismo de Salud

Los Viajeros viajan a los destinos con el objetivo de curar o tratar dolencias, relajarse, tomar tratamientos para rejuvenecer y adelgazar y otros, y a su vez lograr una mejora en el estado espiritual.

1.4. INTEGRAL

1.4.1. DEFINICIÓN DE INTEGRAL

Es un adjetivo que comprende todos los aspectos o todas las partes necesarias para estar completo.

Se trata de la acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).

La integración es un proceso dinámico en el que todos los sectores de la población están implicados y cuando se habla de este concepto no sólo se está refiriendo a personas desfavorecidas, con pocos recursos, extranjeros, etc. sino de que, tanto las administraciones, los sectores privados y los propios implicados deben dirigir sus esfuerzos a que, cuando hay desigualdades o problemáticas que lo impidan, la integración pueda ser posible.

1.4.2. DEFINICIÓN DE PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL

Un Plan de Desarrollo Turístico Integral es una herramienta de gestión que implica una identificación al turismo o actividad turística como clave para favorecer y fomentar el desarrollo de áreas urbanas y rurales y debe suponer un respeto de la actividad turística y del sector turístico al entorno y al territorio desde el ámbito económico, social, cultural y medioambiental. Se ha de tener muy en cuenta la identidad cultural, la biodiversidad, la mejora de las rentas familiares, la capacidad para generar sinergias en los espacios rurales o el nivel de vida de la población local, entre otros muchos aspectos.

2. MARCO CONTEXTUAL

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

2.1.1. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

Según datos recopilados, se encontró que desde 1924, durante la administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, el Gobierno hizo conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no sólo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos y establecer además nuevas relaciones que beneficiaran al comercio; es así como se dió la creación de la primera Junta de Fomento Turístico y Propaganda Agrícola e Industrial, la cual tuvo como primer presidente al Dr. José Leiva.

Hasta 1959 en el país se habían realizado esfuerzos por crear infraestructura que permitiera el desarrollo del turismo en el país llegando a obtener un aumento del Turismo en el país¹.

Es en la década de los 60's en donde no sólo se comenzó a pensar más sistemáticamente en el turismo, sino que también se crearon las instancias oficiales para su promoción. Son varios los factores que incidieron en El Salvador para la mayor consideración del turismo a partir de los 60's: la modernización del transporte, la infraestructura de caminos se amplió, y los vuelos a El Salvador aumentaron. Por otro lado, fue el nacimiento del llamado "Turismo Masivo" que en proporción mínima alcanzó también a Centroamérica².

Para los siguientes años El Salvador creció en materia turística con la creación de políticas, leyes. Sin embargo, entrando a los años 80's el país dejó de ser un atractivo por los turistas debido al conflicto que se estaba desarrollando en la época.

En 1989, aunque prevalecía un clima de inseguridad y violencia, se comenzó a vislumbrar una leve recuperación del número de visitantes a El Salvador. Un componente que benefició al sector fue el turismo étnico, salvadoreños residentes en el exterior que visitaban regularmente al país.

2.1.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN EL SALVADOR

2.1.2.1.1. PRODUCTOS TURÍSTICOS DE EL SALVADOR

Para el estudio del turismo actual en El Salvador, y enmarcándolo dentro del ente encargado de velar por el desarrollo del mismo, a continuación, se presentan los tipos de oferta turística existente en el país de acuerdo al MITUR. Así la oferta se presenta en la forma de Productos turísticos los cuales son conjuntos de prestaciones que se presentan con el propósito de satisfacer las necesidades del turista; y en la forma de Rutas Turísticas, que es un eje en el que se encuentran ordenados atractivos turísticos entre dos centros Emisores y Receptores de turistas.

¹ Ventajas y Limitaciones del Turismo en El Salvador, Documento No. 33, FUSADES, Departamento de Estudios Económicos y Sociales. Melhado, Oscar., noviembre de 1992.

² El Turismo Salvadoreño; Recinos, Eleazar Arnulfo; 1997; Colegio Héroes del Brasil; San Salvador.

a) Turismo de Reuniones y Negocios

En el segmento de reuniones y negocios se identifican dos productos diferenciados: Turismo de Reuniones (Convenciones, Congresos, Incentivos y otras tipologías): aquel que genera un conjunto de actividades turísticas como consecuencia de la organización y realización de encuentros voluntarios en un destino elegido, cuyos motivos giran en torno a temas profesionales, v alores, aficiones o intereses compartidos, o que se originan como consecuencia de haber alcanzado determinadas metas o resultados empresariales. Turismo de Negocios aquel en que el principal motivo de desplazamiento por parte del turista radica en el desarrollo de actividades profesionales vinculadas al mundo de los negocios.

b) Turismo de sol y playa

La playa es uno de los componentes del producto integrado que El Salvador ofrece como destino turístico, en estas se pueden practicar diversidad de deportes tales como: La pesca, buceo, windsurf, y principalmente el Surfing,

Recursos y Atractivos Turísticos de sol y playa

A continuación, se presenta un listado de los principales lugares a lo largo del país donde se realiza el turismo de playa:

Turismo de Sol y Playa		
Zona Occidental	Zona Central	Zona Oriental
<ul style="list-style-type: none"> • La Barra de Santiago • Playa Metalio • Playa Los Cóbano 	<ul style="list-style-type: none"> • Playa El Majagual • Playa El Palmarcito • Playa El Zunzal • Playa El Tunco • Playa La Paz • Playa San Diego • Playa Costa de Sol y el estero de Jaltepeque • Playa El Zonte 	<ul style="list-style-type: none"> • Bahía de Jiquilisco • Playa El Espino • Playa El Cuco • Playa Las Flores • Playa Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo Golfo de Fonseca

Tabla 1 - Destinos para Turismo de Sol y Playa

Fuente: CORSATUR

c) Turismo cultural

Recursos y Atractivos Turísticos del Turismo Cultural

1. Arqueología y Museos

El Salvador, posee una serie de atractivos arqueológicos, que lo convierten en elemento importante en la Ruta Maya. Este turismo cultural o educativo es fomentado principalmente por los sitios arqueológicos en toda la República; estos sitios reflejan rasgos de las culturas que habitaron la región, entre estas los Mayas y Pipiles.

MUSEO	ATRACTIVO TURÍSTICO	LUGAR
Museo De La Palabra Y La Imagen	Se dedica investigar, rescatar, preservar y mostrar al público elementos de la cultura y la historia de el salvador	San Salvador
Museo Winakirika	Destinado a mostrar el acervo histórico, cultural y religioso de los cacaoperas	Cacaopera
Museo Joya De Cerén	Muestra el visitante piezas cerámicas arqueológicas, restos orgánicos (carbón, cordeles, semillas, plantas)	La Libertad
Museo Nacional De Antropología David J. Guzmán	En este museo se encuentran exposiciones de materiales etnográficos y arqueológicos	San Salvador

Tabla 2 - Museos con los que cuenta El Salvador y su atractivo turístico

Fuente: CORSATUR

Así mismo se deben mencionar los distintos lugares arqueológicos que existen en el país, y que a continuación se presentan, por departamento, así como sus principales atractivos.

DEPARTAMENTO	SITIO ARQUEOLÓGICO	DESCRIPCIÓN
La Libertad	Joya de Cerén	Sitio arqueológico declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1993
	San Andrés	
Santa Ana	Tazumal	Ruinas arqueológicas que datan del año de 1,200 A.C.
	Güija	Contiene los siguientes sitios arqueológicos: Azacualpa, Isla de teotipa, Península de Iqualtepec
	Casa Blanca	Sitio arqueológico ocupado durante el periodo preclásico, clásico y postclásico
San Salvador	Cihuatán	Restos de un centro ceremonial antiguo
San Vicente	Tehuacán	Posee edificaciones y otros restos precolombinos
Morazán	Corinto	Posee dos cavernas llamadas Espíritu Santo y cabeza ELF, contiene pinturas rupestres que datan de 10,000 años de antigüedad
San Miguel	Quelepa	Contiene restos de una villa precolombina
Ahuachapán	Santa Lucía	Posee restos de monolitos de roca, así como 3 monumentos arqueológicos de 2,600 años de antigüedad
	Cajete	Contiene restos de cerámicas y piedras que descubren la marea baja

Tabla 3 - Atractivos turístico en los Sitios Arqueológicos de El Salvador

Fuente: Elaboración Propia, basada en Información CORSATUR

2. Pueblos coloniales y folklore

El Salvador, encierra una gran cantidad de costumbres y tradiciones, especialmente en las diferentes comunidades ubicadas en las zonas rurales del país. Cada municipio, cantón o caserío, tiene sus propias tradiciones a lo largo del año, en donde a pesar de la influencia de

las grandes ciudades, todavía se pueden apreciar costumbres como los historiantes, la quema de pólvora, las procesiones religiosas, atuendos indígenas, artesanías, danzas, comidas típicas, juegos, lenguajes, etc., es todo lo que forma parte de las raíces históricas de la identidad salvadoreña. En estos lugares, se puede además observar la arquitectura colonial, con las formas de construcción indígena, calles empedradas que se remontan a la época de la conquista, parques e iglesias tradicionales, y sobre todo espíritu de cordialidad característico de sus habitantes.

d) Turismo de Naturaleza y Aventura

La oferta de naturaleza tradicional dirigida a un público motivado por el disfrute y “encuentro” con los recursos naturales y la adrenalina, este tipo concentra 6 actividades específicas dentro de las cuales se puede disfrutar de paseos a campo traviesa, climas agradables y parajes naturales, tales como volcanes, ríos y mares, en los distintos departamentos del país. Las actividades son las siguientes³:

- ✓ Surf: El surf se define como un deporte que consiste en deslizarse sobre las olas del mar de pie sobre una tabla, dirigiéndola gracias a varias quillas. Originario de las islas Hawaii, se exportó a los Estados Unidos donde, a mediados del siglo XX se puso de moda y, posteriormente, se extendió al resto del mundo, incluida Europa. Esta actividad consiste en atraer a los turistas hacia las 19 playas que poseen las olas de mayor altitud, idónea para la práctica de este deporte. Es importante resaltar que esta práctica por la importancia que ha adquirido en el Plan Nacional de Turismo se considera como un tipo de Turismo independiente.
- ✓ Kayacs: Mejor conocido como kayaking, es una actividad que consiste en navegar con un kayak (tipo de piragua o canoa) en el que el practicante va sentado mirando al sentido de la marcha y en las manos lleva la pala o remo. La práctica del kayak en El Salvador se puede realizar en cuatro puntos conocidos: Bahía de Jiquilisco, Lago de Coatepeque y Lago de Ilopango, Barra de Santiago No existe un ente que promocioe esta práctica como una actividad singular, sino que forma parte de paquetes promocionales ofrecidos por tour operadores.
- ✓ Rafting: El rafting es también conocido como descenso de ríos, que es una actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente (río abajo), por lo general sobre algún tipo de embarcación. Por lo común los ríos que se navegan tienen algún grado de turbulencia, éstos también son llamados ríos de "aguas blancas" debido a que este color es característico de la espuma que genera la turbulencia en los cuerpos de agua. Otra denominación común para este tipo de ríos es simplemente "rápidos".
El Rafting es promocionado por Ríos Aventuras, quien proporciona todo el equipo necesario para practicar el deporte a través de 4 ríos del país que poseen el caudal necesario (1-Río Lempa, 2Río Paz, 3-Río Sumpul, 4-Río Torola) y divide la actividad en 2 rutas: 1-Ruta de verano y 2- Ruta de Invierno, practicado en 1 y 2 días, dependiendo de su ruta.
- ✓ Áreas camping: Esta actividad consistente acampar al aire libre implica pasar una o más noches en una tienda, carpa o caravana, con el fin de "alejarse de la civilización" y disfrutar de la naturaleza. El Salvador posee 4 áreas para acampar: 1- Parque nacional Montecristo, 2-Parque nacional El Imposible, 3-El Pital y 4- Eco albergue Rio

³ Tomado de: Tesis: “Propuestas de Solución para Incrementar la competitividad del Sector Turismo en El Salvador” UES-Nov 2007

Sapo. Los cuales cuentan con cabañas con camas, cocinas y baños en condiciones de higiene y seguridad.

- ✓ Rappel: El rapel (del inglés rappel) es un sistema de descenso por cuerda utilizado en superficies verticales considerables. Se utiliza en lugares donde es el descenso de otra forma es complicado, difícil o inseguro. Para su práctica, El Salvador cuenta con Los Chorros de la calera, La Puerta del Diablo, así como otros despeñaderos en Juayua, para lo cual El comité turístico de Juayúa renta equipos necesario para este deporte.
- ✓ Buceo: Se denomina buceo a la acción de nadar por debajo de agua con o sin ayuda de equipos especiales como escafandras. El buceo presenta dos formas de practicarlo: la apnea (del griego apnoia, "sin respiración"), técnica también conocida como buceo libre o a pulmón; y el buceo con equipo, que puede ser con escafandra autónoma deportiva —también denominado SCUBA (acrónimo inglés de Self Contained Underwater Breathing Aparatus) o buceo con botella— o dependiente de superficie (SSD —Surface Suply Dive). El más buceado es el cráter activo de Ilopango, el cual presenta una topografía quebradiza rocosa, arenosa de origen volcánica con precipicios y paredes de hasta 700 pies (214 mts.).

2.1.2.1.2. RUTAS TURÍSTICAS

La diversidad de destinos existentes en El Salvador, así como de la demanda del turista, llevó a El Salvador a utilizar el concepto de Rutas Turísticas con diferentes conceptos dirigidos a distintos tipos de turistas. Las Rutas Turísticas sirven para clasificar y explotar los atractivos turísticos de cada uno de los municipios que conforman dichas Rutas. Las rutas que se han crearon son las siguientes:

a) Ruta de Las Flores

Esta ruta ofrece los siguientes atractivos turísticos:

MUNICIPIOS	RECURSOS	ACTIVIDAD
NAHUIZALCO	Mercado Nocturno	Compra De Artesanía En Mimbre Y Productos Alimentarios Típicos
	Talleres Artesanales	Visita A Talleres Trabajos En Mimbre, Tule, Madera Y Algodón
SALCOATITAN	Tren Turístico	Degustación De Productos Típicos
	Festival Gastronómico	
JUAYUA	Festival Gastronómico	Degustación De Productos Típicos
	Itinerario Ecuestre	Recorrido A Caballo Por El Entorno De La Ciudad
	Los Chorros De La Calera	Recorrido Turístico En Tren Por La Ciudad Además De Carruaje Turístico
	Estanque Del Rio Monterrey	Recorrido Natural Por La Calera Actividades De Baño En Las Piscinas Del Estanque
APANECA	Laguna Verde	Itinerario Natural Por Bosques De Coníferas
	Laguna De Las Ninfas	Visita Guiada Al Sitio Arqueológico Y Las Lagunas
	Sitio Arqueológico Santa Leticia	
	Fiestas Patronales	
ATACO	Piscinas De Atzumpa	Actividades De Baño
	Cruz Del Cielito Lindo	Observación Del Pasaje En Miradores
	Cruz Del Chico	Compra De Artesanía
AHUACHAPAN	Parroquia La Asunción	Visita A La Iglesia Colonial
	Laguna El Espino	Paseo en Bici.bote
	Planta Geotérmica	Visita a Planta Geotérmica

Tabla 4 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Flores

Fuente: CORSATUR

b) Ruta de La Paz

Esta ruta ofrece los siguientes atractivos turísticos:

MUNICIPIOS	RECURSOS	ACTIVIDAD
PERQUIN	Museo De La Revolución	Visita Al Museo
	Quebrada De Perquín	Senderismo
	Poza El Indio	Observación De Aves
	Festival De Invierno	Actividades De Baño
VILLA ROSARIO EL	Cascada Del Rio Araute	Hiking Y Otras Actividades De Aventura
ARAMBALA	Llano Del Muerto	Actividades De Baño
	Cascada El Perol	Senderismo Por Formaciones Boscosas
	Cerro El Perico	Observación De Aves De Rivera
	Rio Sapo	
	Monumento El Mozote	
CACAOPERA	Museo Guinakirika	Visita Al Museo Y Casa De La Cultura
	Casa De La Cultura	Compra De Artesanías De Jarcia
	Iglesia Colonial	Actividades De Baño
	Los Encuentros	Pesca
	Artesanías De Jarcia	Observación De Flora Y Fauna
	Pozas La Barca Y Del Horno	
	Petrograbados De La Cueva La Koquinca	
CORINTO	Arte Rupestre De Las Grutas Del Espíritu Santo (Monumento Nacional)	Visita A Las Grutas

Tabla 5 - Atractivo Turístico de la Ruta de la Paz

Fuente: CORSATUR

c) Ruta de Las Artesanías

Esta ruta ofrece los siguientes atractivos turísticos:

MUNICIPIOS	RECURSOS	ACTIVIDAD
ILOBASCO	Talleres Artesanales	Visita A Los Talleres
		Compra De Artesanías De Barro
SUCHITOTO	Cascada Los Tercios	Observación De La Arquitectura Colonial
	Casa De La Cultura	Recorrido En Bicicleta Por El Pueblo
	Centro De Reuniones Monseñor Romero	Visita De Exposiciones Artísticas Y Conciertos (Según Cartelera)
	Centro De Reuniones Multifuncional	Compra De Vinos, Cafés Y Oleos
	Casa De Los Mestizos	Compra De Tabaco Artesanal
	Galería De Arte Lucia Cañas	
	Iglesias De Santa Lucia	
Casa Museo De Alejandro Coto		
LA PALMA	Talleres Artesanales	Compra De Artesanías De Barro
CIHUATAN	Complejos arquitectónicos de Cihuatán	Visita a los complejos
LA PALMA	Plaza de los artesanos	Compra y participación en la elaboración de artesanías
SAN IGNACIO	Peñón de Cayahuanca Cerro el Pital	Senderismo y rappel

Tabla 6 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Artesanías

Fuente: CORSATUR

d) Ruta Arqueológica

Esta ruta ofrece los siguientes atractivos turísticos:

MUNICIPIOS	RECURSOS	ACTIVIDAD
LA LIBERTAD	Joya De Cerén (Patrimonio De La Humanidad)	Visita Al Sitio Arqueológico Y Al Museo
CUIDAD ARCE	San Andrés	Visita Al Sitio Arqueológico Y Al Museo
		Compra De Artesanías
SANTA ANA	Catedral	Visita Al Centro Histórico
	Teatro De Santa Ana	Visita/Compras En Los Centros Comerciales
	Palacio Municipal	
CHALCHUAPA	Iglesia Colonial	Visita A Las Zonas Arqueológicas
	Museo De Arte Sacro	Compras De Artesanías Y Suvenir
	Sitio Arqueológico De Tazumal	Visita A Museos (Arte Sacro Y Tazumal)
	Sitio Arqueológico Casablanca	
EL CONGO	Lago de Coatepeque	Práctica De Deportes Acuáticos (Esquí, Velerismo, Navegación, Pesca Y Buceo)
		Actividades De Baño
METAPAN	Iglesia Colonial	Visita Al Centro De Interpretación
	Lago De Guija	Acampada y picnic
	Bosque De Montecristo	Visitas Guiadas
IZALCO	Volcanes (Cerro Verde E Izalco)	

Tabla 7 - Atractivo Turístico de la Ruta Arqueológica

Fuente: CORSATUR

e) Ruta Mil Cumbres

Esta ruta ofrece los siguientes atractivos turísticos:

MUNICIPIOS	RECURSOS	ACTIVIDAD
ALEGRIA	Viveros caseros	Visita a los viveros de plantas ornamentales
	Laguna de Alegría	Visita a la laguna
	Ruta Quemella	Senderismo: Cafetales-volcán Tecapa-Laguna
	Fiestas Patronales	Observación del paisaje
SANTIAGO DE MARIA	Municipio	Recreación y visita del municipio
BERLIN	Municipio	Recreación y visita del municipio
BAHIA DE JIQUILISCO	Playas	Actividades de baño
	Islas	Observación de fauna y flora
	Bosques tropicales	Turismo náutico Deportes acuáticos
CHAGUANTIQUE	Laguna El Jocotal	Observación de fauna y especies botánicas

Tabla 8 - Atractivo Turístico de la Ruta de las Mil Cumbres

Fuente: CORSATUR

f) Ruta Sol y Playa

Esta ruta se considera todas las playas con la que cuenta El Salvador y de las cuales ya se mencionaron anteriormente en el apartado de TURISMO DE SOL Y PLAYA de este documento. Dichas playas se encuentran al sur del país distribuidas a lo largo de toda la costa del pacífico. A continuación, se presenta la Ruta Turística de Sol y Playa

RUTA	DEPARTAMENTOS	ATRACTIVOS
Ruta Sol y Playa	Ahuachapán, Sonsonate, La Libertad, La paz, Usulután, San Miguel y La Unión.	El Salvador ofrece a sus visitantes más de 300 Km. de hermosas playas tropicales. Entre ellas, dos de las mejores playas del mundo para la práctica del surf: playas El Sunzal y La Paz. Las playas de El Salvador poseen una temperatura calida la mayoría del año.

Tabla 9 - Rutas turísticas Sol y Playa impulsada por MITUR en El Salvador

Fuente: Elaboración Propia- CORSATUR

2.1.2.2. DATOS ESTADÍSTICOS DE EL TURISMO EN EL SALVADOR

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2015 (US\$ \$1,169.5 millones de dólares) el más alto en los últimos 11 años y en la llegada de visitantes de 1972,854 miles con un crecimiento del 4.6%, con respecto al 2014.

Los visitantes del año 2015, están representados por el 71% de turistas y el 29% de excursionistas. Los turistas tienen dos vías para ingresar a El Salvador, terrestre y aérea, siendo el 57 % vía terrestre y el 43% vía aérea.

Las regiones de donde se reciben más turistas son Centroamérica (57.5%), Norteamérica (36%), Suramérica (3.2%), Europa (2.2%), Otros (1.1%)

A continuación, se presentan los cuadros y gráficas del turismo receptor, emisor, ingreso de divisas por turismo para el año 2015

2.1.2.2.1. LLEGADAS DE VISITANTES INTERNACIONALES

Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 4.6% en comparación con el mismo período 2014. Al alcanzar los 1972,854 para el acumulado enero-diciembre de 2015 (Gráfico1) ello se debe a las estrategias de promoción implementadas por CORSATUR, la masificación del tráfico aéreo ha permitido el desplazamiento de millones de personas en busca de disfrutar de un período de ocio. El incremento y la mejora de las infraestructuras turísticas: hoteles, apartamentos, restaurantes, comercios, centros de ocio y el aumento del nivel cultural que ha implicado una mayor curiosidad por conocer, lugares, culturas etc.



Gráfico 1 - Llegada de Visitantes

Fuente: Informe Estadístico Enero-diciembre 2015, CORSATUR

2.1.2.2.2. GASTO TURÍSTICO

Los resultados preliminares para el año 2015 en materia de Gasto Turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas son más satisfactorios que los registrados en 2014.

Con \$1,169.45 millones para 2015 contra los \$1,107.43 millones registrados en el 2014, es decir \$62.02 millones más o el equivalente a 5.6% de incremento. (Gráfico 2)

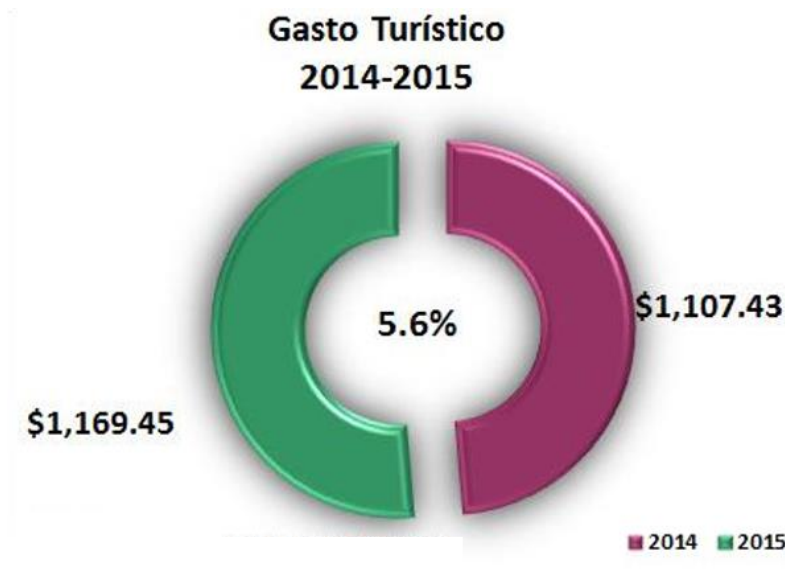


Gráfico 2 - Gasto Turístico

Fuente: Informe Estadístico Enero-diciembre 2015, CORSATUR

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas se incrementó en 6.81% con respecto al año 2014, pues paso de \$105.7 en el año 2014 a \$112.9 en el 2015.

Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que este fue en promedio del 6.8 noches, el turista salvadoreño pernocto 16.6 noches y el extranjero lo hizo con 5.3 noches

2.1.2.2.3. TURISMO EMISOR

El número de salvadoreños que realizaron viajes al exterior, durante el acumulado a diciembre 2015 fue de 1617,626 visitantes, un 6.8% de crecimiento con respecto al año anterior. (Gráfico 3).



Gráfico 3 - Visitante Emisor

Fuente: Informe Estadístico Enero-junio 2015, CORSATUR

2.1.2.2.4. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

La relación que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que en el primer trimestre del año 2015 del total del PIB le corresponde el 4.3%, debido a la captación de \$276.0 millones.

Año	PIB (US \$ Millones)	TURISMO (US \$ Millones)	IT/PIB %
2009	20,661.0	516.6	2.5%
2010	21,427.9	518.0	2.4%
2011	23,054.1	615.1	2.7%
2012	23,831.5	771.5	3.2%
2013	24,619.6	893.8	3.6%
2014	25,163.7	1,107.4	4.4%
1°, 2° y 3° T 2014	18,780.5	805.1	4.3%
1°, 2° y 3° T 2015	19,349.2	857.6	4.4%

Tabla 10 - Ingreso por turismo en el PIB

Fuente: Informe Estadístico Enero-junio 2015, CORSATUR

2.1.2.2.5. EMPLEO

El volumen de empleo en el mes de noviembre de 2015 aumentó en 0.4% con respecto al mismo mes del año 2014. Otro punto de interés es señalar que la participación del empleo que genera el sector turismo en la economía nacional es del 7.7% con 49.468 empleos para el mes de noviembre de 2015. (Gráfico 4)



Fuente: Elaboración propia con datos del ISSS

Gráfico 4 - Empleo mensual turismo 2014 y 2015

Fuente: Informe Estadístico Enero-junio 2015, CORSATUR

En promedio enero-noviembre 2015, el empleo creció 0.7% con respecto al año 2014 (Gráfico 5).

**Empleo promedio anual en las actividades características
del turismo Enero-Noviembre
2009-2015** **+0.7%**

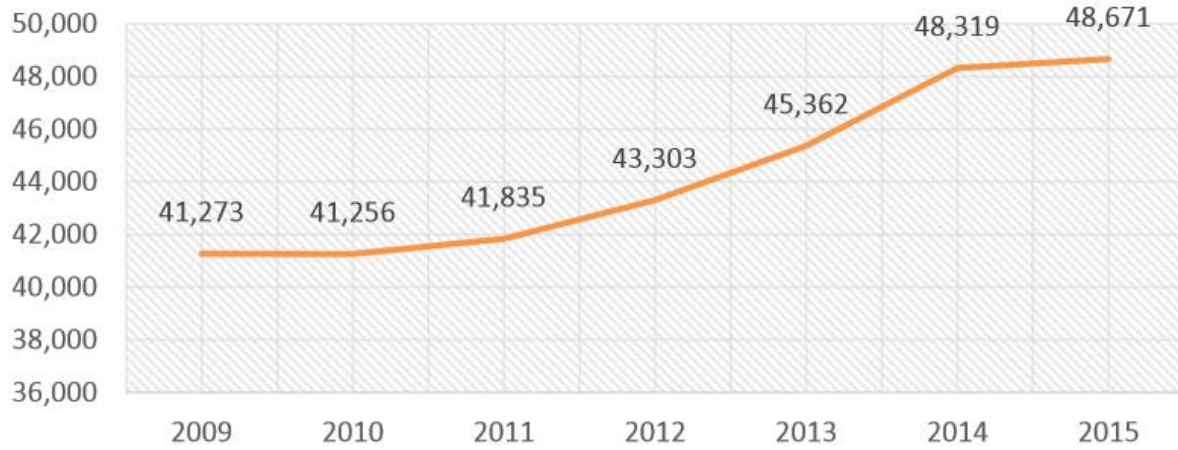


Gráfico 5 - Empleo Promedio anual en turismo Enero-noviembre 2009-2015

Fuente: Informe Estadístico Enero-junio 2015, CORSATUR

2.2. MARCO LEGAL

2.2.1. INSTRUMENTOS REGULATORIOS AL TURISMO

Un aspecto importante que debe considerarse para el presente estudio es el marco regulatorio, el cual establece los lineamientos y estatutos sobre los cuales esta iniciativa se desarrollará.

2.2.1.1. ÁMBITO INTERNO

2.2.1.1.1. LEY DE TURISMO⁴

Creada bajo el decreto legislativo N. 899 el 10 de diciembre de 2005. Dicha Ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos en los que se plasma el interés y apoyo del 116 Gobierno en promover el desarrollo económico y social del país a través del sector turismo y de sus diferentes elementos que apuestan/aportan a este mismo objetivo.

La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

2.2.1.1.2. LEY NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE

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

2.2.1.1.3. REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DEL MEDIO AMBIENTE

El Reglamento General tiene por objeto desarrollar las normas y preceptos contenidos en la Ley del Medio Ambiente, a la cual se adhiere como su instrumento ejecutorio principal.

2.2.1.1.4. LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

La Ley tiene por objeto regular el establecimiento del régimen legal, administración, manejo e incremento de las Áreas Naturales Protegidas, con el fin de conservar la diversidad biológica, asegurar el funcionamiento de los procesos ecológicos esenciales y garantizar la perpetuidad de los sistemas naturales, a través de un manejo sostenible para beneficio de los habitantes del país.

2.2.1.1.5. POLÍTICA DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

La Política de Áreas Naturales Protegidas se fundamenta en tres macro-principios establecidos en la Política Nacional de Medio Ambiente:

⁴Fuente:<http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/ef438004d40bd5dd8625645200731ab5/9728bca913aeef70625712d005eedea?OpenDocument>

- Equilibrio Dinámico: Es la búsqueda permanente del equilibrio, que es la condición deseada entre los pilares del desarrollo sostenible: económico, ecológico y social;
- Responsabilidad Compartida: La conservación de los recursos naturales y el medio ambiente es responsabilidad de la sociedad salvadoreña, lo cual implica que todos tenemos obligación y derecho a velar por que se haga un uso sostenible de los recursos naturales, en tal sentido se propiciará la gestión privada de las áreas naturales protegidas;
- Interés Social: El establecimiento de las áreas naturales protegidas, los recursos contenidos en ellas y los beneficios que provienen de los servicios ambientales que prestan deben ser compartidos por los diferentes sectores de la sociedad, prevaleciendo el interés general sobre el particular.

2.2.1.1.6. LEY DE PROTECCIÓN ESPECIAL AL PATRIMONIO CULTURAL

La Ley tiene por finalidad regular el rescate, investigación, conservación, protección, promoción, fomento, desarrollo, difusión y valoración del Patrimonio o Tesoro Cultural Salvadoreño, a través del Ministerio de Educación o de la Secretaría de Estado que tenga a su cargo la Administración del Patrimonio Cultural del País, quien en el transcurso de la presente ley se denominará el Ministerio.

2.2.1.1.7. REGLAMENTO DE LA LEY ESPECIAL DE PROTECCIÓN AL PATRIMONIO CULTURAL DE EL SALVADOR

El Reglamento tiene por objeto facilitar y asegurar la aplicación de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador, en adelante denominada “La Ley Especial”.

2.2.1.1.8. CÓDIGO MUNICIPAL

El Código Municipal es un instrumento rector utilizado por las municipalidades, algunos artículos que se podrían mencionar de este tenemos:

CODIGO MUNICIPAL: TITULO II: CONCEPTOS GENERALES: CAPITULO UNICO

Art. 4.- Compete a los Municipios:

- La promoción y desarrollo de programas de salud, como saneamiento ambiental, prevención y combate de enfermedades;
- El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio;
- La regulación del transporte local y del funcionamiento de terminales de transporte de pasajeros y de carga;
- La promoción y organización de ferias y festividades populares;

2.2.1.2. ÁMBITO EXTERNO

2.2.1.2.1. LEY DE SERVICIOS INTERNACIONALES

La presente Ley tiene por objeto regular el establecimiento y funcionamiento de parques y centros de servicio, así como los beneficios y responsabilidades de los titulares de empresas que desarrollen, administren u operen en los mismos.

2.2.1.2.2. REQUISITOS DE VISITANTES EXTRANJEROS AL PAÍS

La Dirección de Migración requiere que los visitantes que ingresan a El Salvador posean con su pasaporte uno de dos documentos: visa o tarjeta de turista. Las visas son emitidas por los consulados de El Salvador acreditados en los países donde existen este tipo de misiones diplomáticas; y la tarjeta de turista que usualmente es extendida por 90 días, puede comprarse por US\$10 en los puntos de entrada en El Salvador. En los pasaportes de ciertos países puede ser necesaria la obtención de una visa para ingresar a El Salvador. Los ciudadanos de los Estados Unidos pueden obtener la visa gratis. Algunos países sí pagan una tarifa por la emisión de la visa.

2.2.2. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO TURISTICO

2.2.2.1. LEY DE CORSATUR⁵

Ley Nacional de CORSATUR tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, siendo ejecutor de la Política y el Plan Nacional de Turismo. Dentro de las actividades que realiza y que forman parte del marco de referencia para la iniciativa del presente estudio, dentro de sus funciones se encuentran:

- Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional;
- Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

2.2.2.2. POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

Tiene como Objetivo: Convertir a El Salvador en un destino turístico regional e internacional y estimular el turismo interno, apoyando el encadenamiento del sector con el resto de la economía.

2.2.3. INSTRUMENTOS DE FOMENTO

2.2.3.1. LEY DE INVERSIÓN⁶

La ley tiene por objeto fomentar las inversiones en general y las inversiones extranjeras en particular, para contribuir al desarrollo económico y social del país, incrementando la productividad, la generación de empleo, la exportación de bienes y servicios y la diversificación de la producción.

2.2.4. INSTITUCIONES REGULADORES DEL SECTOR TURISTICO

⁵http://www.corsatur.gob.sv/secciones.php?id_seccion=10&lang=sp&portal=2

⁶<http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/0/688a303ec0e2b27c0625644f006a4d99?OpenDocument>

2.2.4.1. MINISTERIO DE TURISMO⁷

El Ministerio de Turismo (MITUR) 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 1 de fecha, el 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de junio de 2004⁸. Esta institución es la que se encarga de financiar los proyectos turísticos, los cuales son gestionados por el CORSATUR y quiénes son los que deciden qué proyectos tienen potencial a largo plazo.

2.2.4.2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la institución gestora del desarrollo turístico del país. Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector 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, en forma sostenible.

2.2.4.3. SECRETARÍA DE LA CULTURA

El organismo encargado de la protección de los Centros Turísticos y bienes culturales inmuebles de nuestro país, es la Secretaría de la Cultura (antes llamado CONCULTURA), de acuerdo a lo establecido en la Ley Especial del Patrimonio Cultural de El Salvador y su Reglamento.

2.2.4.4. MINISTERIO DE ECONOMÍA

Busca promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Contribuir al desarrollo de la competencia y competitividad de actividades productivas tanto para el mercado interno como para el externo a través de la promoción de las inversiones y del crecimiento de las exportaciones mediante un esquema claro y transparente de acción que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos.

2.2.4.5. POLICÍA NACIONAL CIVIL

La Policía Nacional Civil a través de la División de la Policía de Turismo, integrada por más de 400 miembros abarcando alrededor de 16 circuitos turísticos a nivel nacional, es la encargada de brindar asistencia, orientación y seguridad a los turistas nacionales y extranjeros⁹.

⁷ Anexo A: Información Detallada de MITUR

⁸ Ver ANEXO, publicación de Decreto legislativo

⁹ <http://www.politursv.com/conocenos.asp>

PARTE 2: DIAGNOSTICO

3. SITUACION ACTUAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA

3.1. INFORMACIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA

3.1.1. DATOS GENERALES

Nombre: Municipio de Alegría.

Generalidades Municipio Alegría			
Fecha fundación Municipio		Extensión Territorial	Elevación
6 de Febrero de 1879		40.41 km ²	1070 msnm
Población	Densidad Demográfica	Distancia desde S.S	Departamento al que pertenece
11,712 habitantes	289.83 hab/km ²	122 km	Usulután
División Política	Coordenadas Geográficas	Temperatura	Pueblo Indígena
8 cantones	13°30'00"N 88°29'00"O	15 y 27 °C	Pipiles establecidos
Costumbres y Folklore			
Las fiestas patronales se celebran en el mes de septiembre en honor a San Miguel Arcángel. En Semana Santa es tradición que el pueblo de Alegría inunde sus calles con alfombras hechas de aserrín y flores que adornan el paso de Jesús en su Santo Entierro.			

Tabla 11 - Generalidades del municipio de Alegría

Fuente: Elaboración propia

Ubicación Geográfica

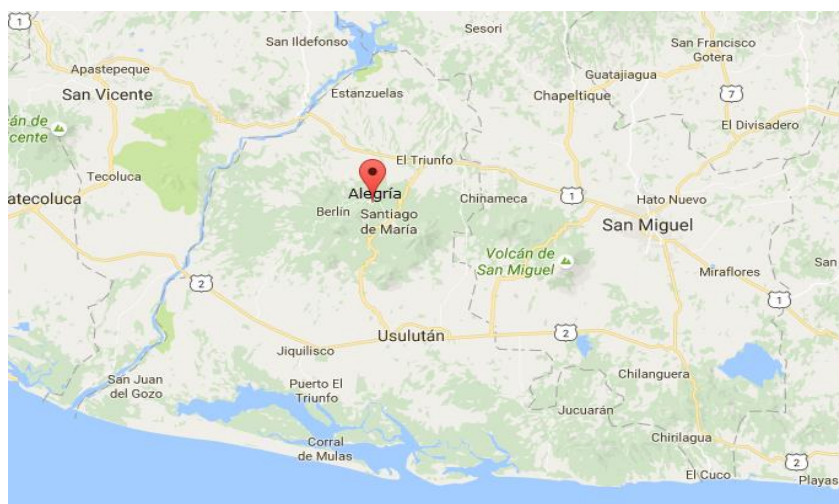


Ilustración 1 - Ubicación Geográfica municipio de Alegría

Fuente: <https://www.google.com/sv/maps/>

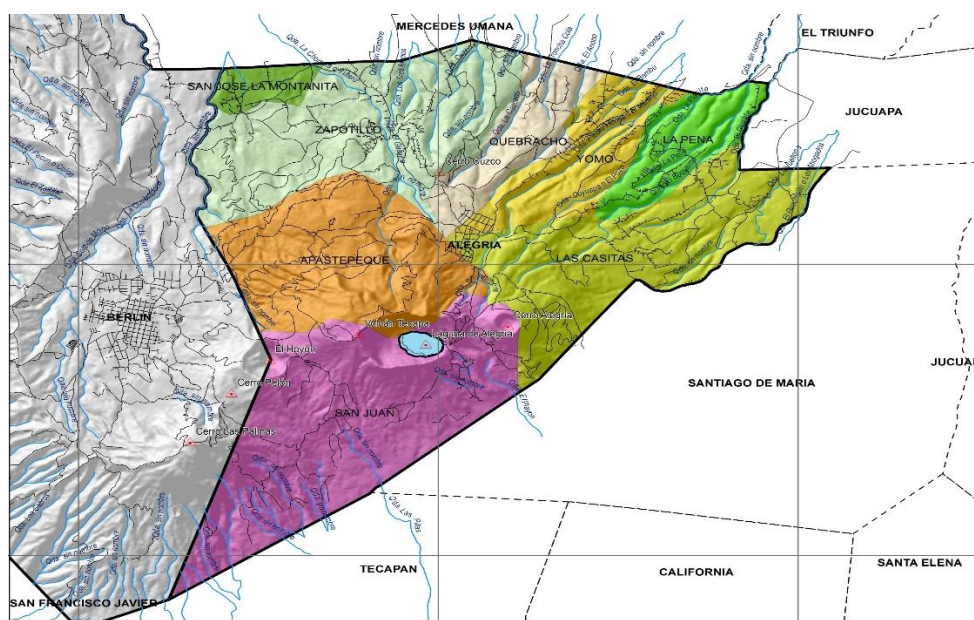


Ilustración 2 - División política municipio de Alegría

Fuente: Atlas del municipio de Alegría

3.1.2. HISTORIA DEL MUNICIPIO

A mediados del siglo XVII, grupos pipiles fundaron en la sierra de Chinameca los poblados aledaños de Tecapa y Zapotitán, que fueron puestos bajo la advocación de San Pedro y Nombre Jesús por misioneros españoles. Para el año 1740, el alcalde mayor Manuel de Gálvez estimó la población de San Pedro Tecapa en 38 indios jefes de familia, y 37 para Nombre de Jesús de Zapotitán, totalizando unos 190 y 187 habitantes para cada poblado.

Para el año 1770, Pedro Cortés y Larraz calculaba la población de Tecapa en 1920 personas. Por su parte, el intendente Antonio Gutiérrez y Ulloa mencionaba en un informe del año 1807 que Tecapa y Zapotitán pertenecían al curato de Chinameca, aunque en lo administrativo eran parte del Partido de San Miguel. Con la creación del departamento de San Miguel el 12 de junio de 1824, tanto Tecapa como Zapotitán quedaron en su circunscripción.

Para el año 1837 o 1839, arribó al poblado de Tecapa el presbítero José Miguel Alegría, notable profesor que fundó allí un colegio de Filosofía. Su legado educativo en el país sería reconocido por la Asamblea Legislativa con un retrato que debía colocarse en el Alma Mater de la Universidad de El Salvador el año 1857 y, al pie de él, la siguiente leyenda: "El Cuerpo Legislativo de 1857 acordó colocar este retrato del ilustre presbítero Don José Miguel Alegría, como un testimonio de gratitud, por la constancia, celo y desinterés con que por más de 20 años se ha ocupado en difundir las luces a la juventud salvadoreña".

En 1848, de acuerdo a versiones tradicionales, vecinos de Tecapa fundaron el poblado de Tecapán, y con la creación del departamento de Usulután, Tecapa pasó a formar parte de su jurisdicción. El 7 de marzo de 1874, un cantón del municipio, llamado "Valle del Gramal", se erigió en pueblo con el nombre de Santiago de María. Tres días después Tecapa adquirió

el título de villa, y el 6 de febrero de 1879 el título de ciudad. Ese mismo año, el día 26 de agosto, fue puesta la primera piedra para la construcción del nuevo templo católico.

Tecapa sufrió nuevos cambios en su territorio, cuando el 22 de febrero de 1881 se erigió el municipio de San Agustín de la segregación de los cantones El Salto, Cuchupuná, Los Ríos, El Cedro y Las Ceibas, y el cantón Linares de Jiquilisco; así como el 31 de octubre de 1885, cuando se desmembraron los cantones de Agua Caliente, Cañales, Montañita, Loma Alta y San Lorenzo, para constituir el municipio de Berlín.

El 17 de febrero de 1891, en reconocimiento a la labor educativa del presbítero José Miguel Alegría, y por iniciativa de Leandro Vásquez Guzmán, discípulo del maestro, la Asamblea Legislativa cambió el nombre de Tecapa por el de Ciudad Alegría. El Decreto apareció en el Diario Oficial del 19 de febrero de 1891, Tomo 30, Número 41. Años más tarde, también un monumento fue erigido en la plaza principal del poblado en su memoria. Personaje notable nacido en esta ciudad es el escritor y periodista Alberto Masferrer.

3.1.3. *DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA*

El municipio de Alegría se divide en 8 cantones: San Juan, Zapotillo, Las Casitas, Apastepeque, Yomo, Quebracho, La Peña y San José La Montañita. El cantón de mayor superficie es San Juan y el menor es San José La Montañita.

El 25.47% del municipio, equivalente a 1,116.73 hectáreas, pertenece al cantón San Juan, localizado al sur del volcán Tecapa.

El 19.30% equivalentes a 846.25 hectáreas, pertenecen al cantón Zapotillo, localizado al norte de la cabecera municipal, contiguo del municipio de Mercedes Umaña.

El 17.67%, equivalente a 774.70 hectáreas del municipio, pertenecen al cantón Las Casitas, localizado al norte este de la cabecera municipal, caracterizado por colindar con el municipio de Santiago de María.

16.23% del territorio, equivalente a 711.91 hectáreas, pertenecen al cantón Apastepeque, localizado al oriente de la cabecera municipal y colindando con el municipio de Berlín del mismo departamento de Usulután.

7.58% del territorio, equivalentes a 332.54 hectáreas, pertenecen al cantón Yomo, localizado al Nororiente de la cabecera municipal.

6.09% del territorio, haciendo un total de 267.11 hectáreas, pertenecen al cantón Quebracho, localizado al Nororiente de la cabecera municipal.

5.55% del territorio, pertenece al cantón La Peña, el cual hace un total de 243.26 hectáreas, localizado en el nororiente de la cabecera municipal, colindando con los municipios de Jucuapa y El Triunfo.

2.11% del territorio, pertenece al cantón San José La Montañita, el cual hace un total de 92.66 hectáreas, localizado en el noroccidente de la cabecera municipal, colindando con el municipio de Mercedes Umaña.

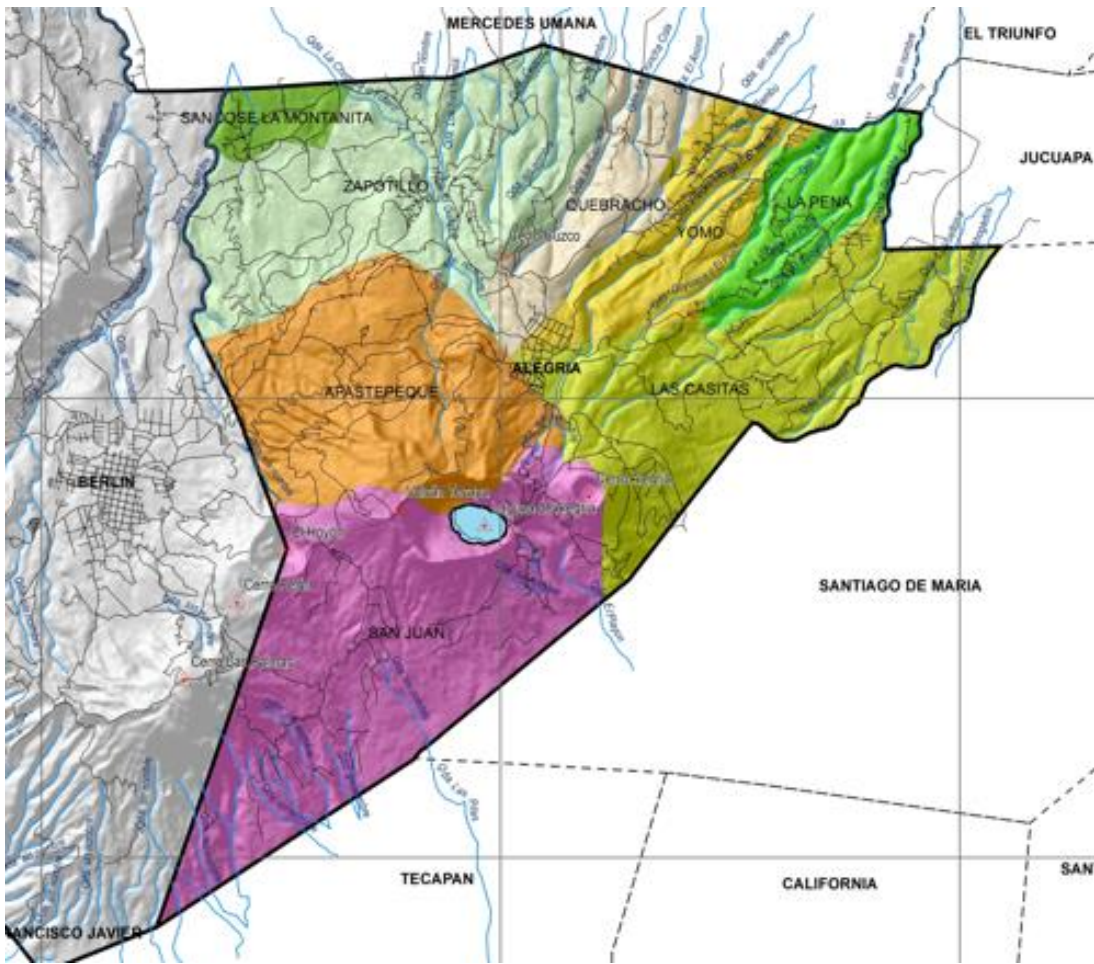


Ilustración 3 - División Política Alegría (Cantones)

Fuente: Atlas del municipio de Alegría

3.1.4. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

3.1.4.1. OROGRAFÍA

Entre los rasgos orográficos más notables que se pueden apreciar en el municipio se tienen: los cerros El Pinal, Cuzco, Meseta de Quemela y Alegría o Sabana; las Lomas Los Tres Monos, Los Ramírez y San Juan. El Pinal está situado a 3.4 km. al suroeste de la ciudad de Alegría, demarcando el límite entre Berlín y Alegría con una elevación es de 1183 m.s.n.m., además en esta zona también se localiza el volcán Tecapa. Además, Alegría pertenece a la Sierra Tecapa- Chinameca, que es una cadena de cerros, volcanes y montañas que atraviesa los municipios del norte de Usulután. Esta sierra está conformada por los volcanes de Usulután, Tecapa, El Pacayal y Chaparrastique, así como por los cerros Oromontique, El Tigre, Taburete, y otros. El volcán Tecapa está en el municipio de Alegría, a 1603 msnm, y en su cráter existe una laguna azufrada de aguas amarillo-verdosas, que constituye una de las principales atracciones de la zona.

3.1.4.2. TOPOGRAFÍA

El municipio de Alegría mantiene un clima muy agradable todo el año, gracias a su ubicación geográfica y un promedio de elevación de 1050 msnm; la zona urbana se eleva a un promedio de 1,115 msnm, con desnivel entre la parte más alta y más baja del pueblo de 110 metros. Dada su elevación, el cultivo de café es la principal actividad agrícola.

El rango de alturas sobre el nivel del mar en este municipio se encuentra desde los 400 hasta los 1700msnm.

- 703.69 hectáreas de este municipio (el 16.04%) se encuentra en un piso altitudinal de los 700 msnm,
- 511.12hectáreas (11.65%) se encuentra a un piso altitudinal de 1000 msnm,
- 492.85hectáreas (11.24%) se encuentra en el piso altitudinal de 1100 msnm,
- 458.69hectáreas (el 10.46%) se encuentra en el piso altitudinal de 1200 msnm,
- 457.90 hectáreas (el 10.44%) se encuentra en el piso altitudinal de 600msnm,
- 439.60 hectáreas (el 10.03%) se encuentra en el piso altitudinal de 800 msnm,
- 408.11 hectáreas (el 9.30%) se encuentra en el piso altitudinal de 900 msnm,
- 367.96 hectáreas (el 8.39%) se encuentra en el piso altitudinal de 1300msnm,
- 238.31hectáreas (el 5.43%) se encuentra en el piso altitudinal de 1,400 msnm,
- 131.64hectáreas (el 3%) se encuentra en el piso altitudinal de 500 msnm,
- 112.08 hectáreas (el 2.56%) se encuentra en el piso altitudinal de 1,500 msnm,
- 63.55 hectáreas (el 1.45%) se encuentra en el piso altitudinal de 1,600 msnm,
- 0.35 hectáreas (el 0.01%) se encuentra en el piso altitudinal de 400 msnm,
- 0.11 hectáreas (el 0,001%) se encuentra en el piso altitudinal de 1,700 msnm.

3.1.4.3. GEOLOGÍA

Alegría está situada en la Sierra Tecapa-Chinameca, en la zona montañosa del norte de Usulután. El desnivel topográfico del municipio es importante ya que va desde los 400 msnm hasta los 1593 msnm, presentado altas pendientes.

Destaca la presencia de un complejo volcánico en la zona media y sur del municipio en el que se encuentran dos estructuras: el cráter Hoyón y cerro Las Palmas, más el Volcán de Tecapa, compartiendo sus alturas con el municipio de Alegría. El casco urbano de Alegría se encuentra dentro de una pequeña meseta, en la zona media del Volcán Tecapa.

acuerdo con el mapa geológico de El Salvador escala 1:100.000 (Bosse, H.R. 1978) y el Léxico Estratigráfico (Baxter, 1984) todo el municipio de Alegría pertenece a la formación geológica San Salvador que se atribuye a una edad del Pleistoceno superior o reciente, caracterizada por una intensa actividad volcánica de lavas (basaltos, andesitas y dacitas) y piroclastos ácidos y básicos. De la Formación San Salvador se divide en los miembros que se describen a continuación, siendo s1, s2, s3'a y s5'b.

Los estudios geológicos de la Geotérmica Salvadoreña evidencian la presencia de numerosas fallas en el territorio estas se configuran en una orientación NO – SE, particularmente a partir del cráter del Tecapa y además existen otras fallas rodeando los diversos cráteres menores que existen en la zona. Al estudiar el historial de sismicidad y epicentros en la zona, se evidencia una gran actividad, especialmente en el cuadrante noroeste (cantón Zapotillo),

donde justamente se encuentra la zona propicia para la perforación de los pozos que alimentan a la planta geotérmica.

3.1.4.4. USO DEL SUELO

Los suelos en Alegría tienen un origen volcánico, lo cual les da una buena permeabilidad y profundidades medias. Sin embargo debido a las fuertes pendientes y riesgos de deslizamiento, resulta en severas restricciones para usos en agricultura. Además es importante tener presente las numerosas fallas tectónicas que representan riesgos sísmicos especialmente en el sector noroeste del territorio (cantones Zapotillo y Alegría). Los suelos presentes son categorías III, IV, VI, VII y VIII, es decir aquellos que tienen de medianas a muy grandes limitaciones para el desarrollo agrícola intensivo. Las tierras de mejor calidad (clase III) se ubican en la parte central y este del cantón Las Casitas, mientras que las más severas se combinan en el resto del territorio. Hay que destacar el hecho que estos suelos pueden ser aptos para la agricultura si son utilizados para cultivos permanentes o si se practican obras de conservación.

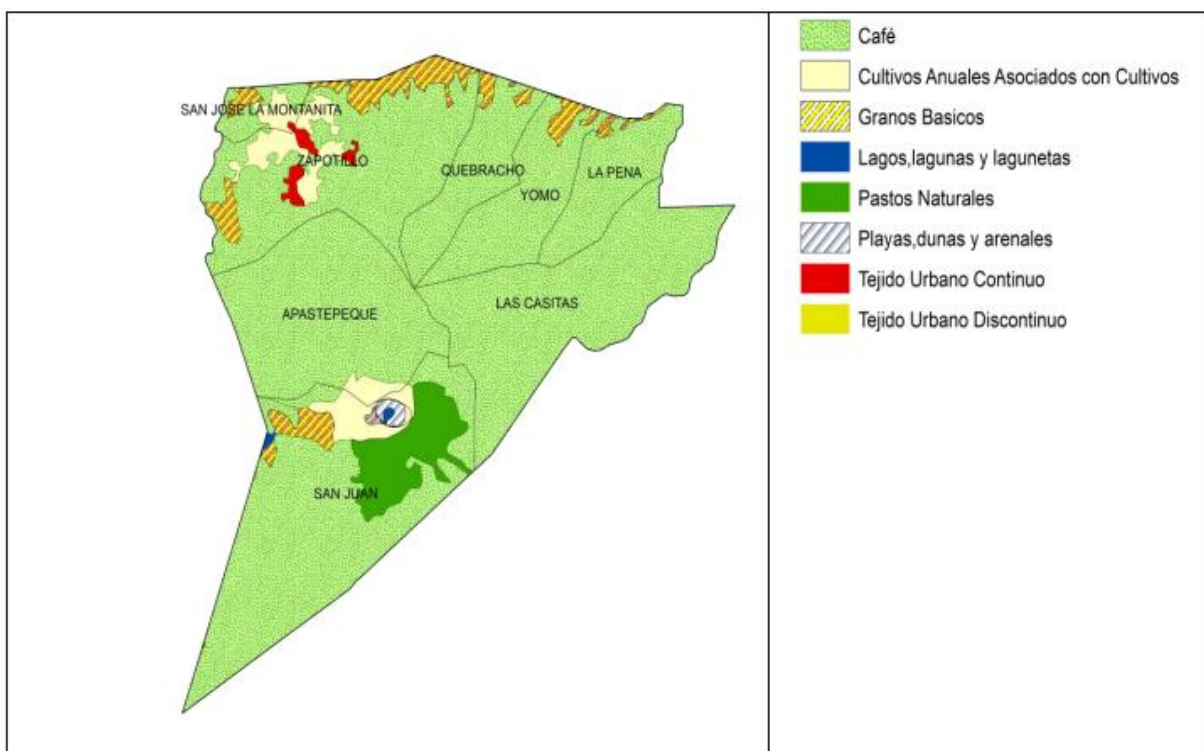


Ilustración 4 - Mapa de uso de Suelo Alegría,

Fuente: Plan de Competitividad Municipal Alegría SACDEL

Como puede observarse en el Mapa anterior, más del 80% del territorio del municipio de Alegría está ocupado por cultivos de café, los cuales se asocian a árboles de sombra: pepeto, madre cacao, musáceas, y otros. Los cultivos anuales se encuentran alrededor del casco urbano y en la parte norte del municipio, en la cual se encuentran cultivos de maíz, frijol y maicillo.

Además, Alegría se caracteriza por ser un fuerte productor de café, esta producción se

realiza en combinación con algunos frutales, predominando en la vegetación arbórea del municipio: jocote corona, mango, naranja, mandarina, limón y musáceas. Las frutas son comercializadas en los mercados locales de Santiago de María, San Miguel y Usulután.

Asimismo, se encuentran en el cantón las Casitas, la Peña y el Quebracho, productores de hortalizas de pequeña escala, la cual en su mayoría es para subsistencia. Las transformaciones en el uso del suelo son impulsados por las iniciativas de diversificación productiva, debido a las fluctuaciones del mercado de café, lo cual en el 2001, tuvo un fuerte impacto negativo en la economía de este municipio, que dependía de este cultivo para la generación de empleo e ingresos locales.

El clima fresco y las condiciones de altitud, son propicios para el desarrollo de otras actividades agrícolas no tradicionales, cerca de 150 viveros familiares se encuentran en el municipio, siendo reconocido Alegría por la diversidad de producción y comercialización de plantas exóticas y ornamentales, las cuales constituyen un atractivo turístico del municipio.

3.1.4.5. CLIMA

El municipio de Alegría tiene un clima muy agradable. Las temperaturas promedio rondan los 21°C, con máximas de 27°C en el mes de abril y mínimas de 15°C en el mes de enero, en la parte más alta del municipio (ciudad de Alegría y Laguna). Además, la configuración del relieve ayuda a la presencia de brisas y vientos quedan una sensación de temperaturas más reducidas. Por otro lado, la nubosidad ayuda a disminuir la radiación solar directa y por lo tanto, a generar una sensación más comfortable.

3.1.4.6. HIDROGRAFÍA

En el municipio se identifican 5 nacimientos de agua que abastecen el consumo de la población. Éstos son: El Gallinal, en el cantón El Zapotillo, Lenguar, en el cantón El Quebracho; Río Plata, Barrio Guadalupe de la ciudad; y, Chavarría en el cantón San Juan. También se localiza la quebrada Río Viejo y La Laguna de Alegría. Laguna de Alegría es una laguna situada en el cráter del volcán Tecapa y se caracteriza por sus aguas azufradas, a las cuales la gente concede propiedades curativas. Es un ecosistema que se aloja bajo una depresión de aproximadamente 80 a 90 m. de profundidad, bordeada por tierras cultivadas de café y cubiertas por bosques húmedos caducifolios; el espejo de agua mide 0.43 Km², presentando una profundidad máxima considerada de 26 metros y una media de 2 metros. Su altitud es de 1,500 m.s.n.m. cuenta con un Ph que oscila entre los 2.0 y 3.2, siendo un medio muy ácido para que sobreviva cualquier especie hidrobiológica. La temperatura varía con la profundidad entre los 19 hasta los 23.1°C. La circunda un bosque perennifolio con predominancia de robles y en el cual se pueden observar diferentes especies de vida silvestre, algunas en peligro de extinción. Aunque la laguna y sus alrededores sufrieron daños como consecuencia de los terremotos del 2001, el lugar (laguna y entorno) sigue siendo un exquisito sitio para el turismo de contemplación

3.1.5. INFRAESTRUCTURA VIAL O CONECTIVIDAD VIAL

El municipio de Alegría, a nivel nacional, se conecta por dos vías principales, la Carretera Panamericana (CA-1) al norte, y la Carretera Litoral (CA-2) al sur. El municipio se encuentra entre las dos carreteras primarias que unen la Panamericana y la Litoral, la principal, la RN 14, que une El Triunfo con Usulután pasando por Santiago de María. La carretera que atraviesa el centro urbano une al municipio con los municipios aledaños de Berlín y Santiago de María.

El resto de vías o carreteras son calles locales rurales, que unen los diferentes cantones que conforman el municipio con su centro urbano y/o vías de conexión entre los municipios aledaños.

Los cantones San José Montañita y Zapotillo están mejor conectados con el centro urbano de Berlín, a través de la carretera que conecta este municipio con Mercedes Umaña y Berlín. El resto de los cantones poseen vías de regulares a muy buenas, a excepción del Cantón San Juan con tramos empedrados y de difíciles pendientes.

A nivel Municipal la red vial presenta buena conectividad en lo relativo al número de conexiones existentes como caminos rurales y caminos vecinales que establecen conexiones con los principales núcleos rurales y Centros de Servicios en el área rural. La mayoría de servicios presentan problemas de accesibilidad en forma permanente en época de lluvias, siendo su topografía bastante irregular, causando dificultades debido a las condiciones de deterioro en zonas donde la topografía es propia de una zona montañosa.

Red Vial Primaria:

Se han contabilizado un total de 12.44 kilómetros de carreteras primarias pavimentadas y con mantenimiento de FOVIAL

Red Vial Secundaria:

Existen 42.60 kilómetros de caminos secundarios mejorados que conducen hacia los cantones y caseríos dentro del municipio;

Red Vial Terciaria:

Esta red de caminos totaliza 11.63 kilómetros, son caminos que normalmente transitables en época seca y dificultosos en época lluviosa.

Red Vial Cuaternaria:

Red vial transitable en época seca, asciende a un total de 21.18 Kilómetros.

3.1.6. PATRIMONIO CULTURAL E HISTÓRICO

PATRIMONIO HISTÓRICO.

Alegría, es un asentamiento de origen precolombino de nombre Tecapa que en Nahuatl significa Laguna de Piedras, cuya existencia ya estaba registrada en el siglo XVIII y su creación oficial es apenas de mediados del siglo XIX. En 1865 al fundarse el departamento de Usulután se establece el municipio de Tecapa y en 1879 obtendría el título de ciudad, luego pasaría en 1890 a llamarse Alegría en honor a un profesor de la localidad. (Lardé y Larín, 2000).

Sin embargo, el nacimiento y desarrollo del municipio, está fuertemente ligado al desarrollo de la economía cafetalera de El Salvador y al surgimiento de una serie de ciudades muy próximas. De esa manera en 1874 el cantón El Gramal se segregó del entonces municipio de Tecapa para convertirse en Santiago de María. Igualmente, en 1885 se segrega el valle de Agua Caliente donde se funda la ciudad de Berlín.

Quiere decir entonces que Alegría fue el núcleo original de donde nacieron los principales centros urbanos de esta zona del departamento de Usulután, que aún ahora están estrechamente ligados a la economía del café. Los primeros registros demográficos confirman la importancia de Alegría. Según Lardé y Larín (2000) en 1890 la ciudad tenía 4,200 habitantes, es decir un 33% más que en la actualidad. La importancia de Alegría se refleja también en el hecho que hasta 1893 fue además cabecera de distrito, condición que perdió posteriormente ante Santiago de María. Es importante destacar que el conocimiento historia de Alegría por parte de sus actores locales es de importancia labor, dado que es uno de los aspectos que el turista tanto nacional como extranjero son ávido de información de cada una de las localidades, es por lo tanto necesario incorporar y documentar la actividad cultural a la actividad turística.

PATRIMONIO CULTURAL

Alegría, es un municipio que cuenta con un importante número de personajes ilustres, destacando de entre ellos, el escritor salvadoreño Alberto Masferrer, quien nació el 24 de Junio de 1868 y murió el 4 de septiembre de 1932 en San Salvador. Su vida y obra literaria, constituye un atractivo que el municipio de Alegría ha aprovechado para impulsar la Ruta Masferreriana, no obstante actualmente la ruta está diseñada conceptualmente, pero no han podido posicionarla en el mercado nacional.

La arquitectura del pueblo de Alegría, posee rasgos propios de la época colonial, observándose casas con patio central, algunos portales, puertas de esquinas elaboradas en madera, y otras obras coloniales. Muchas de estas construcciones se encuentran en estado de conservación precario y algunas han sufrido transformaciones, ampliaciones y/o remodelaciones que las desvirtúan.

Alegría, Cuna de personajes ilustres, tal es el caso de Alberto Masferrer, Pedro Motiño, Camilo Campos, Presbítero José Miguel Alegría, y el ex presidente Manuel Enrique Araujo entre otros.

Historia del distrito de Alegría uno de los más antiguos de la zona oriental (siglo XVIII); actualmente es posible encontrar en su iglesia documentos que datan de los años 1700, los cuales hablan de la situación de dicho distrito en esa época. Además fue uno de los lugares donde las misiones evangelizadoras llegaban para catequizar a la población de la zona oriental.

3.2. SITUACIÓN ACTUAL DE ALCALDÍA MUNICIPAL DE ALEGRÍA

3.2.1. ANTECEDENTES DE LA MUNICIPALIDAD

El Salvador cuenta con 262 municipios, Alegría es uno de ellos el cual obtiene el título de villa en el año de 17 de febrero de 1891, El Decreto apareció en el Diario Oficial del 19 de febrero de ese mismo año Tomo # 30. En honor al presbítero José Miguel Alegría, por su ilustre labor, entrega y enseñanza a toda la población.

Alegría contaba con una Alcaldía Municipal que estaba ubicada en una casa urbana, para los años de 1965-1972 las oficinas municipales estaban conformadas únicamente por la unidad administrativa, solo contaba con 5 empleados siendo estos:

- ✓ 1 Alcalde
- ✓ 2 Secretarios
- ✓ 1 Escribiente
- ✓ Policía Municipal

La principal actividad de la Alcaldía Municipal siempre fue brindar servicios, en ese entonces los servicios que ofrecía eran: el registro familiar, así como la ejecución de proyectos en beneficio de la población los cuales eran ejecutados enviando una solicitud al Gobierno o Entidades Autorizadas para la aprobación de estos, los ingresos percibidos procedían de tasas e impuestos de negocios pequeños, villares y cafetaleros, estos ingresos se utilizaban para pagar a empleados, pues el Gobierno solo depositaba a cada municipalidad la cantidad de 2,500 colones, quienes se beneficiaban con este aporte eran los cafetaleros ya que estos eran subsidiados.

En la década de los 80 tras el conflicto armado en El Salvador, la Alcaldía fue trasladada al Municipio de Santiago de María, ya que sus instalaciones fueron quemadas, así como toda la documentación respectiva.

En 1992 luego de la firma de los acuerdos de paz en El Salvador, se remodelan y se equipa de mobiliario nuevamente las instalaciones quemadas de la Municipalidad, en 1994 inicia las labores un nuevo funcionario electo por la población Carlos Antonio Luna, para ese entonces se contaba con 4 empleados y el FODES aumenta a 5,000 colones, sus áreas no estaban aún definidas pues el personal era insuficiente, los servicios ofrecidos eran: Registro Civil, Alumbrado Público, Funerarios, Recolección de Basura.

La Municipalidad de Alegría ha tenido un crecimiento favorable pues en la actualidad cuenta con áreas: Contables, Administrativas, Catastro, judicial entre otras. A través del desarrollo y ejecución de proyectos el Municipio cuenta con Unidad de Salud Pública, Parques, Pavimentados de Calles, Escuelas, Casa Comunal, Casa de la Cultura, etc.

Desde ese entonces hasta la fecha ha habido diferentes partidos políticos gobernando a Alegría actualmente quien ejerce como Alcalde Municipal es el Ing. René Sánchez Funes, acompañado por sus concejales y regidores en el periodo 2012-2016.¹⁰

¹⁰ Alcalde Municipal (2012 – Hasta la fecha) Ing. Sanchez Funes, René. Entrevista Personal

3.2.2. DATOS GENERALES

- **Alcalde Municipal:** René Saúl Sánchez Funes
- **Dirección:** Bo El Centro Av. Camilo Campos y C. Alberto Masferrer
- **Teléfono:** 2668 5600
- **Sitio web:** <http://www.alegria.gob.sv>
- **Correo electrónico:** alcaldia@alegria.gob.sv
- **Facebook:** https://www.facebook.com/Alcaldia-Municipal-de-Alegria-C3%ADa-74711382671778/?ref=page_internal
- **Horario de atención:** De lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 md y de 1:00 pm a 4:00 pm

3.2.3. OBJETIVO, MISIÓN Y VISIÓN

Objetivo

Somos una Municipalidad con principios y valores, que brinda servicios públicos, ejecuta programas y proyectos de manera participativa, transparente, honesta que busca permanentemente contribuir a reducir la pobreza de la población con énfasis en jóvenes, niños, mujeres, adultos mayores y personas con movilidad reducida.

Misión

Somos una Municipalidad que gobierna el municipio de forma honesta, transparente, con participación ciudadana, trabajamos por construir un tejido social fuerte, implementamos programas, proyectos para fortalecer la organización de las mujeres, jóvenes, todo nuestro trabajo busca la preservación ambiental y estamos comprometidos con el desarrollo integral de Alegría.

Visión

Llegar a ser un municipio modelo de desarrollo económico y social alternativo gobernando con carácter democrático, plural, humanista, solidario, que genere justicia social, que se propicie una relación sustentable entre el accionar humano y la naturaleza con protagonismo de la juventud y con visión de género.¹¹

¹¹ Visión Alcaldía Municipal de Alegría

3.2.4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

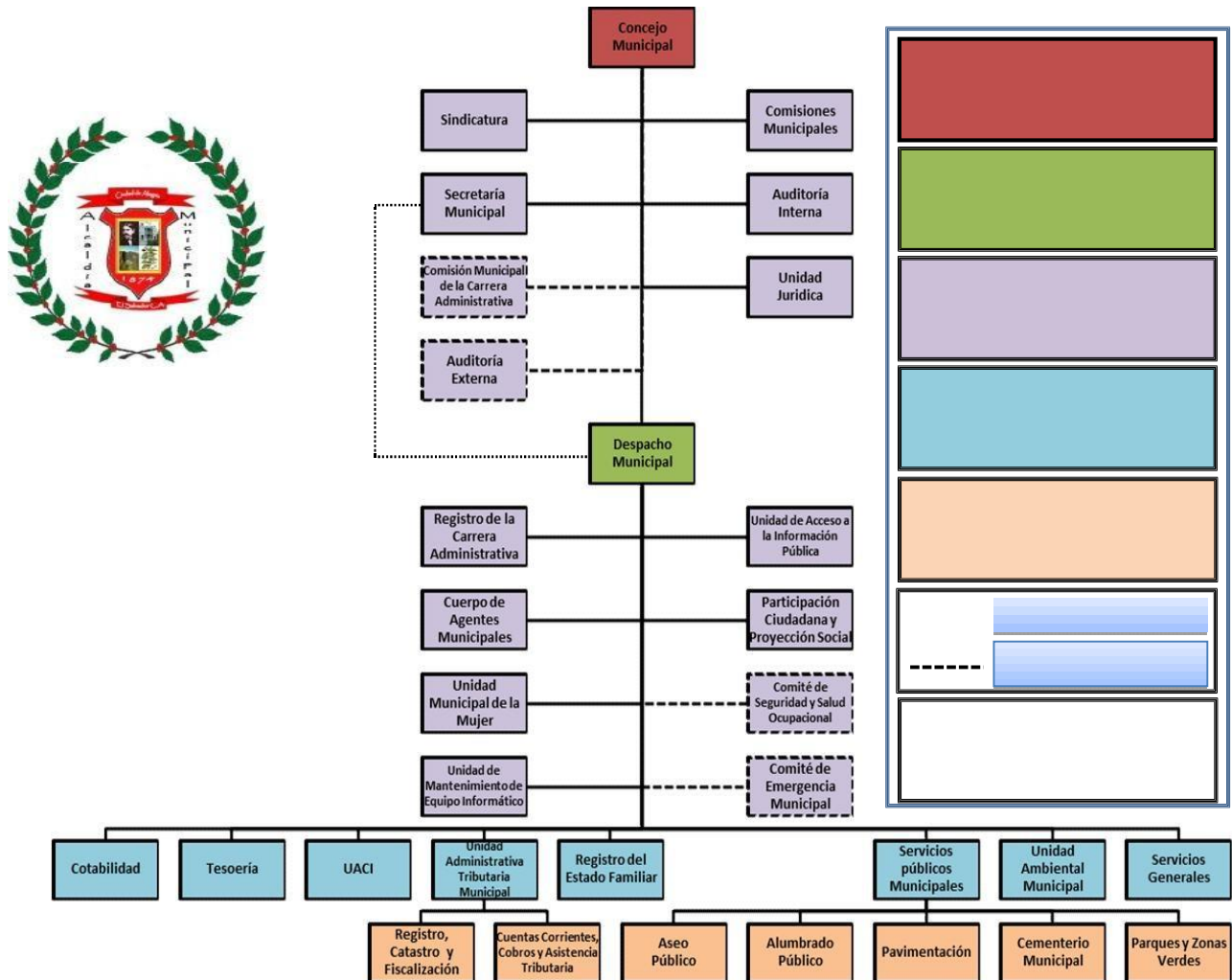


Ilustración 5 - Organigrama de la Alcaldía Municipal de Alegría
Fuente: Alcaldía municipal Alegría

3.2.5. ORGANIZACIONES QUE TRABAJAN CON LA ALCALDÍA DE ALEGRÍA

3.2.5.1. ASOCIACIÓN EMPRESARIOS MUNICIPIO DE ALEGRÍA (ASEMA)

- ✓ Dirección: Barrio El Centro.
- ✓ Contacto: Sergio Arias.
- ✓ Cargo: Presidente.
- ✓ Teléfono: 7741-36 70
- ✓ Correo electrónico: sergy_77@yahoo.com

Información de la Institución

- ✓ Cuenta con 32 personas activas/socias.
- ✓ Los que se benefician directamente son hombres y mujeres, contando así más de 150 beneficiados.
- ✓ Nace por razones ligadas al medio ambiente.
- ✓ La organización cuenta con Junta Directiva y Asamblea General.
- ✓ Funciona en base al trabajo voluntario de sus integrantes.
- ✓ Celebra elecciones de Junta Directiva cada 2 años.
- ✓ Funciona en base a aportes financieros y voluntarios de sus miembros.
- ✓ Las situaciones que más han afectado a la organización son no tener condiciones para estabilizarnos y no tener equipo.
- ✓ Entre los mayores logros que podemos mencionar de esta organización están el desarrollo Económico de las familias, la generación de turismo en el beneficio y el desarrollo sostenible de la economía.
- ✓ Entre los retos a los que se han enfrentado están el tener mejor presentación y lograr tener los mejores niveles a nivel de turismo.

3.2.5.2. CASA DE LA JUVENTUD DE ALEGRÍA

- ✓ Dirección: Barrio El Centro, frente a Parque Municipal.
- ✓ Contacto: Hugo Orlando Nieto.
- ✓ Cargo: Coordinador Casa de la Juventud.
- ✓ Teléfono: 2606-4939.

Información de la Institución

- ✓ Cuenta con 58 personas activas/socias.
- ✓ Los que salen beneficiados directamente son la juventud, logrando ya 65 jóvenes beneficiados.
- ✓ Nació para evitar la violencia, para reingresar a los jóvenes a la sociedad por medio de la recreación.
- ✓ Cuenta con Junta Directiva.
- ✓ Funciona en base a una combinación de trabajo asalariado y voluntario.
- ✓ Tienen una contrapartida presupuestaria de una organización que les ayuda a mantenerse.
- ✓ La situación que más le ha afectado como organización y a sus integrantes es la escasez de recursos didácticos.
- ✓ Entre los mayores logros que han tenido podemos mencionar el rescate de jóvenes que ya se sabía que andaban en malos pasos, el vivero comunal en donde se cultiva plantas ornamentales y el impartir cursos de computación.
- ✓ Entre los mayores retos que se han enfrentado se pueden mencionar lograr que más jóvenes se integren al grupo para un fin común, implementar charlas por medio de cine foro.

3.2.5.3. ASOCIACIÓN MUJERES EMPRENDEDORAS DE ALEGRÍA (ASMEA)

Dirección: 2 Avenida Sur, Barrio El Centro.

Contacto: Cecilia Batres.

Cargo: Presidenta

Teléfono: 7673-8440.

Información de la Institución

- ✓ Cuenta con 25 personas activas/socias.
- ✓ Las que se benefician directamente con esta organización son el sector femenino y sus familias, llegando así a 300 beneficiadas.
- ✓ Nació con el fin de promover la participación ciudadana, especialmente la de las mujeres y para promover el desarrollo local.
- ✓ La organización cuenta con Junta Directiva y Asamblea General.
- ✓ Funciona en base al trabajo voluntario de sus integrantes.
- ✓ Celebra elecciones de Junta Directiva cada 2 años.
- ✓ Funciona en base a aportes financieros y voluntarios de sus socias.
- ✓ Las situaciones que más le han afectado a la organización como a sus integrantes son: la falta de recursos económicos, falta de capacitación para promover productos, la desintegración de la organización por separación del grupo inicial (esta desintegración fue hace cuatro años).
- ✓ Entre los mayores logros que han tenido podemos mencionar: el formar la organización y mantenerse en funcionamiento a pesar de su separación, lograr unidad en el grupo y obtener el 100% de los resultados.
- ✓ En un futuro se visualizan continuando haciendo gestiones para mejorar la calidad de vida de las integrantes de la organización y buscar más ayuda para conocimientos prácticos.

3.2.5.4. ASOCIACIÓN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA (ADESTURA)

El objetivo general de la asociación consiste en promover e impulsar el desarrollo económico local, regional y nacional; así como, la promoción de iniciativas y proyectos de carácter turístico que conlleven otras acciones económicas, empleo e ingresos que beneficien a la población del Municipio de Alegría.

3.2.5.5. COOPERATIVAS AGRICOLAS

En Alegría existe un gremio de productores y productoras agrícolas organizados. Son muy propositivos y visionarios. Participan activamente en la construcción de acciones estratégicas que puedan mejorar la competitividad del municipio. Entre las cooperativas esta la Cooperativa Campaneros y la Asociación Cooperativa de Productores Orgánicos Casitas y Peña (ACOPACAPE de R.L.) que son productores orgánicos, que impulsan un proceso de reconversión económica en el municipio a través de la producción de hortalizas de calidad.

3.2.6. ALCALDÍA DE ALEGRÍA Y EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD

- El municipio de Alegría, a través de la Alcaldía, está participado, actualmente, en el certamen de Pueblos Vivos en el circuito Valles y Cumbres junto con los municipios de Santiago de María, Berlín y Mercedes Umaña, donde se están creando rutas turísticas por los cuatro municipios
- Se están desarrollando actividades culturales y capacitaciones para los comerciantes de la municipalidad.
- En lo que al Plan de Desarrollo Turístico Integral se refiere, el Alcalde de Alegría exponía durante una visita realizada por el equipo a la Alcaldía, la necesidad y motivación de contar con dicho Plan, ya que en dos ocasiones habían recurrido a diferentes entidades para lograr un consenso en hacer de Alegría un municipio igual o mejor como lo fuera durante los años 2009 y 2010 en los que se llevó el primer lugar en el certamen de Pueblos Vivos respectivamente, el consenso iba destinado a mejorar la infraestructura vial en el casco urbano del municipio, así como un reordenamiento de negocios locales dedicados a la comercialización de artesanías y gastronomía, entre otros puntos en materia de turismo, pero no se había llegado a un acuerdo en concreto, para lo cual el interés de contar con el Plan es eminente de parte de la municipalidad porque sería el inicio y a la vez una oportunidad de mejorar y fortalecer el desarrollo turístico en Alegría.

Oficina de Turismo

En la actualidad, la Alcaldía municipal de Alegría cuenta con una Oficina de Turismo la cual tiene las siguientes funciones:

- Brindar información al turista sobre los atractivos turísticos.
- Contactar a guías turísticos que soliciten guía hacia la laguna de Alegría.

3.3. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

3.3.1. SERVICIOS

3.3.1.1. SERVICIOS BÁSICOS

AGUA POTABLE

El abastecimiento de agua proviene del bombeo que hace ANDA con su sistema desde los pozos de Santa Anita en el acuífero de Mercedes Umaña, el cual se favorece de las características favorables para la recarga acuífera en el municipio de Alegría y abastece 6 municipios del norte del departamento de Usulután.

AGUAS NEGRAS

El municipio de Alegría carece de un sistema de aguas negras, en tanto ésta es una necesidad primordial, es cubierta a través de un sistema de fosa séptica en los casos más comunes en cada una de las viviendas e instalaciones.

ENERGÍA ELÉCTRICA

La energía eléctrica es suministrada al municipio a través de la distribuidora EEO (Empresa Eléctrica de Oriente) de empresas AES.

RECOLECCIÓN DE BASURA

Servicio sub-contratado.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	85.00%	50.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	-	-	No hay
Energía eléctrica	90.00%	60.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	75%	50%	Telecom
Telefonía móvil	95.00%	70.00%	Todas las compañías
Recolección de basura	100%	-	Sub-contratado Área urbana.

Tabla 12 - Cobertura Servicios básicos Alegría

Fuente: Alcaldía Municipal

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	1	BAC en ALCALDIA
Servicio de transporte público	2	Ruta Berlín, Santiago, Usulután.
Servicio de gasolinera	0	No posee
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	1	Oficina de Turismo
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 13 - Servicios públicos

Fuente: Alcaldía Municipal

3.3.1.2. EDUCACIÓN Y ESCOLARIDAD

Descripción	Indicador
Escolaridad Promedio Urbano	6.1
Escolaridad Promedio Rural	4.2
Tasa de alfabetismo adulto	70.6
Tasa bruta de escolaridad parvularía.	43.4
Tasa bruta escolaridad primaria	95.1
Tasa bruta escolaridad media	29.8

Tabla 14 - Indicadores de educación Alegría.

Fuente: Almanaque 262 Estado de desarrollo urbano de municipios de El Salvador 2009

3.3.1.3. SALUD

El municipio de Alegría cuenta con una sola unidad de salud; se encuentra al Oeste del parque municipal. Las unidades de salud más cercanas al municipio de Alegría, se encuentran en el municipio de Santiago de María, las cuales son:

- Hospital Nacional de Santiago de María
- Centro de Atención Familiar Integral AMERICARE
- Unidad de Salud El Cerrito
- Hospital ISSS Santiago de María
- Clínica del ISSS

3.3.2. DEMOGRAFÍA

3.3.2.1. POBLACIÓN

Entre otros movimientos demográficos ocurridos en los 15 años de período inter censal se puede realzar los siguientes:

- El total de población urbana se ha reducido en más de la tercera parte, ya que de 1992 al 2007, pasó de 2,464 habitantes a 1,545. Consecuentemente, la población rural aumentó de 9,741 habitantes en 1992, a 10,167 en 2007.
- En el 2007, el 86.8% de la población total del municipio se ubicaba en el área rural.
- La población masculina en el área urbana se redujo en un 38.8%, mientras que las mujeres de esta misma área crecieron en un 36%.
- La población rural masculina creció a una tasa del 3.1%, mientras que la población femenina lo hizo al 5.6%.

Descripción	Cantidad habitantes.
Total	11,720
Hombres	5,664
Mujeres	6,048
Zona Urbana	1,545
Zona Rural	10,167

Tabla 15 - Consolidado total de población

Fuente: Censo Nacional de Población y Viviendas 2007

3.3.2.2. REMESAS

Indicadores de Remesas:

Descripción	Indicador
% Personas receptoras de remesas	4.7
% Área urbana	4.1
% Área rural	4.8
% Masculino	3.6
% Femenino	3.9

Tabla 16 - Porcentajes población receptora de remesas

Fuente: Almanaque 262, Estado de desarrollo humano ESA, 2009

3.3.2.3. IDH

Se trata de un índice compuesto, el IDH intenta medir esas tres dimensiones básicas a partir de igual número de variables:

- La esperanza de vida al nacer.
- El logro educacional medido a través de la alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación primaria, secundaria y terciaria combinada.
- El poder adquisitivo, sobre la base del PIB real per cápita (PPA, en dólares).

El ingreso se considera en el IDH, en representación de un nivel decente de vida y en reemplazo de todas las opciones humanas que no se reflejan en las otras dos dimensiones. Para tomar en cuenta las diferencias de precios entre diferentes lugares, el PIB per cápita se mide en dólares de Estados Unidos, ajustados por la Paridad de Poder Adquisitivo (PPA).

El valor del IDH indica la distancia que se debe recorrer para lograr el valor máximo posible de uno, y permite, además, hacer comparaciones con otros países, o regiones dentro de un mismo país.

Según Almanaque 262. Estado de Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador. 2009, el municipio de Alegría, tiene un índice de desarrollo humano de 0.666.

3.3.2.4. INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

Según Almanaque 262 Estado de Desarrollo Humano en los Municipios de El Salvador. 2009, el municipio de Alegría, clasificado en el lugar 167, tiene un índice del PIB del 0.569 y un PIB per cápita de 3,015.3

INGRESOS MUNICIPALES

En base al informe financiero 2011 brindado por la municipalidad, se percibieron un total de US\$2,442,900.78 de los cuales:

- US\$426,272.74 fueron en concepto de fondos propios, esto equivale al 17.4%.
- US\$1,316,628.04 es en concepto de FODES, equivalentes al 53.9%
- US\$700,000.00 es endeudamiento público, y representa el 28.7% de los ingresos totales.
- De los fondos propios de la municipalidad, el 59%, equivalente a US\$280,212.69, provienen de impuestos.

3.3.2.5. POBREZA

Descripción	Indicador
Clasificación	Pobreza Extrema
Tasa de Pobreza Extrema	36.8
Índice Integrado de Marginalidad Municipal	33.94
Índice Integrado de carencia Educativa	21,26
Índice Integrado de Carencia en Vivienda	35.94

Tabla 17 - Indicadores de Pobreza

Fuente: Mapa de Pobreza FLACSO 2007

3.3.3. ACTIVIDAD SOCIOECONÓMICA

Desde el siglo XIX, el principal patrimonio económico de Alegría ha sido el cultivo del café, así como en las localidades vecinas de Santiago de María y Berlín. Además, existen viveros para el cultivo de plantas ornamentales.

El municipio ha hecho del turismo una importante fuente de ingresos para sus pobladores desde el año 2002. Este progreso ha sido reconocido por el Ministerio de Turismo de El Salvador con el premio "Pueblos Vivos" en los años 2009 y 2010.

TEJIDO PRODUCTIVO DEL MUNICIPIO

De acuerdo con El IV Censo Agropecuario 2007-2008, existen en Alegría un total de 1,262 productores, los cuales representan el 4.0% del departamento de Usulután.

El 26% son productores comerciales (es el productor que destina la mayor parte de su producción para la venta) y el 74% son pequeños productores (es el productor que consume la mayor parte de lo que produce y vende el excedente de la producción, con el fin de suplir necesidades de subsistencia).

El mismo censo indica que del total de productores comerciales, únicamente 11 entraban en el "Marco de Lista de Productores –MLP", es decir, productores comerciales que presentan características altamente intensivas y de gran volumen de producción aportando un empuje significativo al sector agropecuario

La mayoría de los agricultores producen maíz y frijol. Así también, el área de superficie sembrada para cultivar maíz es más del doble de lo que se siembra para cultivar frijol ó maicillo. Ello se debe a las restricciones agrícolas del tipo de suelo. La mayor parte del territorio (80%) está cultivado de café y árboles de sombra ó frutales asociados a este cultivo tradicional.

CULTIVO DE CAFÉ

Alegría se caracteriza por ser un municipio cafetalero, 278 de los 1,262 productores, es decir el 22.2%, se dedican al cultivo de café. Estos productores, representan el 21% del total de productores de café del departamento, ubicándose en segundo lugar únicamente por debajo de Berlín.

La mayoría de los productores de café (88%) son productores de café cereza, mientras que solo el 10% se encargan de negociarlo. Y del total, solo existe un beneficiador y un beneficiador exportador.

VIVEROS

Otro rubro importante para el municipio, dentro del sector agropecuario es la producción de plantas en viveros. El censo agropecuario indicaba que, para el período 2007-2008, en Alegría se produjeron 216,380 plantas, que equivalen al 14.4% del total producido en el departamento. Esto ubica al municipio en tercer lugar, por debajo de California y Santiago de María, en la producción de plantas de vivero.

De la producción total de plantas en el municipio, el 85% es de plantas para viveros de café, que constituye un insumo importante en la cadena de valor de café; seguido de plantas ornamentales (13%) y frutales (2%).

GANADO

Sobre la actividad ganadera, según el censo, existen 427 cabezas de ganado bovino que representa menos del 1% del total departamental

APICULTURA

El municipio cuenta con 31 apiarios, y equivalen al 18% del total departamental, y ubican al municipio en el segundo lugar, después de Jucuapa. Estos apiarios cuentan con 715 colmenas que equivalen al 13% del total departamental. El Censo Agropecuario también indica que el total de producción se realiza en 1,161 explotaciones, que representan el 3.2% del total de explotaciones a nivel departamental. El 71% de las explotaciones son utilizadas por pequeños productores. El total de explotaciones cubren una superficie de 3,514.14 manzanas, de las cuales el 81% son propiedad del productor, el 16% es alquilado y el restante 3% es otra forma de tenencia de la tierra.

3.3.4. VULNERABILIDAD

A nivel delincriminal, se puede resumir a través de un mapeo, la situación actual en cuanto a riesgos delincriminales latentes en el municipio:

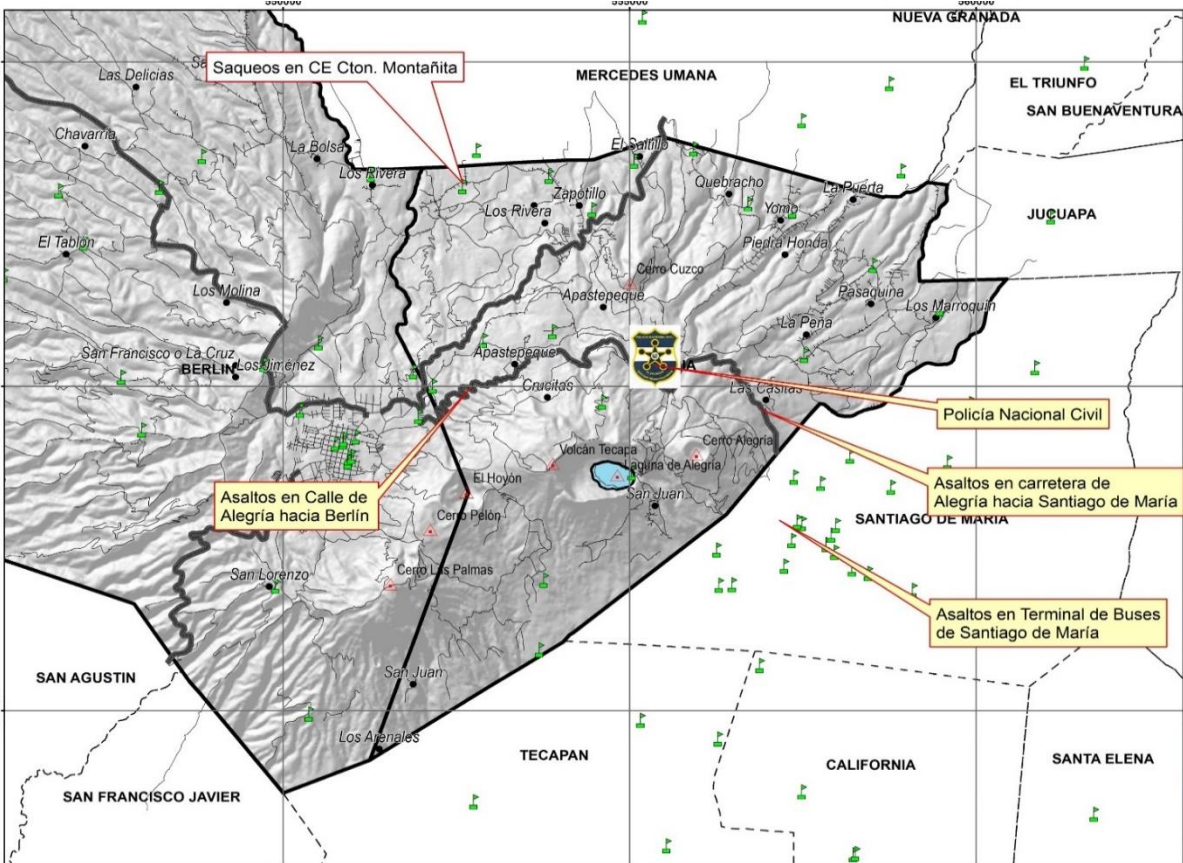


Ilustración 6 - Mapeo delincuencia en el municipio

Fuente: Atlas Geográfico y Temático de Alegría

A nivel general no se registran niveles delincuenciales que sean motivo de alerta para pobladores y turistas, según información recabada con autoridades municipales del municipio.

SUCEPTIBILIDAD A DESLIZAMIENTO EN EL MUNICIPIO.

En cuanto a la susceptibilidad a deslizamientos de los suelos en el municipio de Alegría, se describen los siguientes datos: El 65.60% de los suelos poseen la categoría de alta susceptibilidad a deslizamientos, con un área de 2,877.69 hectáreas; el 20.79% (912 hectáreas) poseen una susceptibilidad moderada; el 10.19% equivalentes a 447 hectáreas poseen susceptibilidad muy alta; y el 3.42% (150.06 hectáreas) poseen baja susceptibilidad a deslizamientos.

Las zonas señaladas como de muy alta susceptibilidad a deslizamientos se encuentran en la parte más alta del volcán Tecapa y cerro de Alegría, sitios de que representan una amenaza permanente por flujos de escombros que podrían arrastrar grandes cantidades de materiales sueltos y ocasional avalanchas viajando a grandes distancias sobre las quebradas y ríos.

Poco y casi nada se sabe sobre antecedentes de flujos de escombros (lahares) que hayan afectado el municipio de Alegría, sin embargo las condiciones del relieve del volcán indican una amenaza a vigilar de cerca.

3.4. SITUACIÓN TURÍSTICA

3.4.1. ANTECEDENTES DEL TURISMO EN ALEGRÍA

Surge por el año de 1996 -1997 una iniciativa de activación de la económica local en el municipio de Alegría, como una constante al reclamo de las comunidades a la falta de brindar una prioridad al tema del desempleo y de la creación de fuentes de ingreso para la población local, en ese tiempo se da en Alegría una iniciativa encaminada a potenciar sus ventajas comparativas por parte de un grupo de líderes locales en coordinación con la municipalidad, donde se gestiona la restauración del Parque Turístico Municipal de la Laguna de Alegría.

“El Proyecto del Parque turístico de la Laguna de Alegría, en realidad involucra tanto al parque en si como al casco urbano del municipio, ya que el proyecto se formuló como un proceso de debía estimular la prestación de servicios y la producción de bienes tales como: venta de comidas típicas y servicios de restaurantes, servicios de alojamiento los visitantes, orientación y guía turística, para el parque ecológico y el patrimonio cultural, artesanías, plantas ornamentales e insumos ecológicos para jardinería y paquetes turísticos guiado”

Fue así como el municipio de Alegría logra impulsar la visitación turística al municipio, iniciando con la formación de recurso humano y el impulso de la inversión local en los diferentes servicios de alojamiento y alimentación, acompañado al ya existente de venta de flores, con lo que vendría a reforzar la oferta turística.

Ya en el año del 1998 Alegría inicio atrayendo a más de 10,000 visitantes, en los años posteriores a esto Alegría ha venido generando más visitación al municipio, superando lo obtenido en su inicio.

3.4.2. RECONOCIMIENTOS DE ALEGRÍA EN TURISMO

Certamen de Pueblos Vivos¹²

Pueblos Vivos es un programa gubernamental impulsado por el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), nacido en 2009, como parte de la estrategia gubernamental para promover el turismo sostenible en el interior de El Salvador.

Pueblos Vivos 2009¹³

El municipio de Alegría, en el departamento de Usulután ganó el primer lugar en el concurso Pueblos Vivos 2009. El segundo lugar fue para San Francisco Menéndez en Ahuachapán y el tercero para La Palma, en Chalatenango. Los premios fueron entregados por las autoridades del Ministerio de Turismo.

Para el Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte, Pueblos Vivos es una nueva versión de desarrollo local, invita a una relación exitosa entre los distintos actores del sector público y privado. Constituye el eje transversal del turismo, que representa una de las estrategias

¹² <http://lalagunachalate.blogcindario.com/2009/06/00705-ministerio-de-turismo-lanza-pueblos-vivos-2009.html>

¹³ <http://www.lapagina.com.sv/nacionales/18787/2009/10/03/jetset>

principales sugerida al inicio de mi gestión. Las acciones ejecutadas están orientadas a posicionar la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador.

El municipio de Alegría, tuvo derecho a los siguientes premios: Placa en alto relieve con el nombre del Municipio ganador y del evento, Instalación de valla publicitaria, durante tres meses en la entrada principal del municipio, entre otros como el diseño e impresión de 20 mil brochurs promocionando el municipio, publicación en dos periódicos de mayor circulación del país, uno en el mes de noviembre y en el otro en diciembre, invitando a que los visiten, paquete turístico para enriquecer con nuevas ideas su municipio, que incluye dos (2) boletos aéreos, hospedaje, transporte en el país de visita y alimentación.

Pueblos Vivos 2010¹⁴

Por segundo año consecutivo, el municipio de Alegría en Usulután se agenció el primer lugar del certamen “Pueblos Vivos 2010”, auspiciado por el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

El segundo lugar fue para San José La Fuente, de La Unión; y el tercero para La Palma, municipio del norte de Chalatenango. El evento de consulta sobre los mejores lugares del país, duró del 1º de julio al 15 de agosto de 2010.

El municipio de Alegría, se llevó el primer lugar con un total de 4,808 votos válidos, emitidos por un 44.7% de turistas que visitaron dicho municipio. Un 55.3% de turistas, votaron por Alegría en otros municipios.

Por su parte, San José La Fuente, en La Unión, obtuvo el segundo lugar con un total de 2,987 votos válidos, mientras que LA PALMA, tercer lugar, ganó con un total de 2,409 votos.

Los 10 municipios con alta votación son: Puerto el Triunfo, Las Vueltas, San Fernando, Olocuilta, Nueva Concepción, Teotepeque, Nahuizalco, Nejapa, El Carmen y Atiquizaya. Destacan San Fernando y Nahuizalco, por haber obtenido mayor número de votos extranjeros con un 49% y 45% respectivamente.

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA PUEBLOS VIVOS 2009 – 2016

A continuación, se hace mención de los resultados de los ganadores del programa pueblos vivos del año 2009 al 2016 y se resalta con marcador amarillo los galardones que ha tenido el municipio de Alegría.

Año: 2009

Para este año se tuvo la participación de 56 municipios en donde los ganadores fueron:

1º lugar – Alegría

2º lugar – San Francisco Menéndez

3º lugar – La Palma

Para este año, el primer lugar obtuvo una placa de reconocimiento en alto relieve, una valla publicitaria, 20,000 Brochures y un paquete turístico

Posición del municipio de Alegría: 1º lugar

¹⁴ <http://www.elsalvadornoticias.net/2010/10/12/municipio-de-alegria-usulután-gana-certamen-pueblos-vivos-2010/>

<p>Año: 2010 Para este año se tuvo la participación de 108 municipios en donde los ganadores fueron: 1° lugar – Alegría 2° lugar – San José de la Fuente 3° lugar – La Palma El premio consistía en publicidad a nivel mediático, nacional e internacional durante el período de un año y proveerle al municipio de fondos para el desarrollo de un proyecto turístico que los vuelva más atractivos y visitados. <i>Posición del municipio de Alegría: 1° lugar</i></p>
<p>Año: 2011 Para este año hubo 4 categorías en donde los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia y Cultura: Berlín • Naturaleza y Aventura: El Congo • Legado Maya Arqueológico: Izalco • Sol y Playa: La Libertad <p>Para este año los ganadores obtuvieron una campaña para promoción del turismo en sus municipios <i>Posición del municipio de Alegría: N/D</i></p>
<p>Año: 2012 Para este año se premiaron al primero 10 lugares. Los ganadores y sus respectivos premios fueron:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. San Vicente - Diseño y construcción de un Mirador Turístico 2. Alegría - Instalación de Dos vallas publicitarias 3. Atiquizaya - Un Canopy de 7mts x 3mts. 4. Ahuachapán - Dotación de 20 basureros 5. Tecoluca - 1,000 Calendario Turístico 6. Sensembra - Un Mapa Amigable (estructura parada de bus) 7. Suchitoto - Una Carreta Rústica decorada con Flores 8. La Laguna - Coordinación de un City Tour 9. Tepecoyo - Una Estación Turística (infraestructura con información turística) 10. Osicala - Dotación de pintura (para elaboración de murales) <p><i>Posición del municipio de Alegría: 2° lugar</i></p>
<p>Año: 2013 Para este año se tuvo la participación de 222 municipios y hubo 7 categorías en donde los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sol y Playa: La Unión • Pueblos Artesanales: Atiquizaya • Pueblo Agroturístico: San Rafael Obrajuelo • Pueblo Histórico-Cultural: Apastepeque • Pueblo con Comunidades Originarias: Izalco • Pueblo Arqueológico: Chalchuapa • Pueblo de Naturaleza y Aventura: Osicala <p><i>Posición del municipio de Alegría: N/D</i></p>
<p>Año: 2014 Para este año se tuvo la participación de 235 municipios y hubo 11 categorías en donde los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía Autóctona: Cojutepeque • Danzas y Tradiciones: Apastepeque

<ul style="list-style-type: none"> • Historia y Arquitectura: Santa Ana • Urbanismo y Compras: Antiguo Cuscatlán • Comunidades Originarias: Izalco • Arqueología: Chalchuapa • Artesanías: San Bartolomé Perulapía • Agroturismo: Osicala • Deportes y Aventura: Apaneca • Sol y Playa: La Unión • Paisajismo: Estanzuela <p><i>Posición del municipio de Alegría: N/D</i></p>
<p>Año: 2015</p> <p>Para este año se tuvo la participación de 252 municipios, de los cuales este año conformaron 53 circuitos turísticos en donde los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona Occidental: RUTRA DE LAS FLORES – Tacuba, Ahuachapán, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco • Zona Central: RUTA FRESCA – Citalá, San Ignacio, La Reina y La Palma • Zona Paracentral: CAMINO DE ARTE Y TRADICIONES – San Vicente y Apastepeque • Zona Oriental: COSTA ORIENTAL – La Unión, Conchagua, Intipucá, Chilanga y Meanguer del Golfo <p><i>Posición del municipio de Alegría: 3° lugar de la zona oriental en el circuito “valles y cumbres” (Alegría, Mercedes Umaña, Berlín y Santiago de María).</i></p>
<p>Año: 2016</p> <p>Para este año se tuvo la participación de 253 municipios, de los cuales este año conformaron 53 circuitos turísticos clasificados en 2 categorías y por región del país, en donde los ganadores del primer lugar (existen segundos lugares) fueron:</p> <p>HISTORIA Y CULTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona Occidental: Circuito El Rincón Maya de El Salvador – Chalchuapa, El Refugio y San Lorenzo • Zona Central: Circuito Caña del Sol Cihuatán – Soyapango, Apopa, Tonacatepeque, Guazapa, Aguilares y El Paisnal • Zona Paracentral: Circuito Rincones Coloniales entre Lagos – San José Guayabal, Suchitoto, San Bartolomé Perulapía, San Pedro Perulapán y San Martín • Zona Oriental: Circuito entre Historias, Ríos y Vaguadas – Meanguera, Jocoaitique, Villa El Rosario y Joateca <p>NATURALEZA Y AVENTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona Occidental: Circuito El Paso del Torogoz – Santa Ana, El Congo, El Porvenir Y San Sebastián Salitrillo • Zona Central: Circuito Senderos de la Cumbre – Jayaque, Sacacoyo, Talnique, Comasagua y Colón • Zona Paracentral: Circuito Caminos Hacia el Mar - San Luis Talpa, El Rosario, San Luis La Herradura, San Antonio Masahuat y San Pedro Mashuat • Zona Oriental: Circuito Pueblos Mágicos del Cacahuatique – Chilanga, Delicias de Concepción, Osicala, Guacolotic y San Simón <p>Los ganadores recibirán los premios en el transcurso del 2017, que consisten en Toldos para moto taxis y bicicletas turísticas, canopies con logo impreso del circuito, roll up con paquete turístico ganador, casetas para información turística, señalética, depósitos</p>

para basura, guías de bolsillo tipo mapa, calendario tipo afiche con la promoción del paquete turístico, banderín en tela con logo impreso del circuito, dotación de pintura y capacitación de guías locales.

Posición del municipio de Alegría: 3° lugar de la zona oriental en el circuito “valles y cumbres” (Alegría, Mercedes Umaña, Berlín y Santiago de María).

3.5. HALLAZGOS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA

- El 80% del suelo del municipio de Alegría es destinado a cultivo de café, por lo que resulta oportuno enfocar esfuerzos encaminados a potenciar al municipio a través de estrategias que vengan encaminadas a explotar éste rubro.
- Actualmente el municipio cuenta con un potencial turístico histórico y cultural no explotado, lo que supone una necesidad de diseño de estrategias encaminadas a fortalecer el turismo en mención a través del aprovechamiento e implementación de rutas turísticas como la actualmente ociosa ruta Masferreriana.
- Es latente la deficiencia económica que se tiene actualmente en el municipio respecto a sectores específicos como los de la zona rural, por lo que es necesario generar estrategias que, encaminadas al fortalecimiento del turismo, permitan integración de sectores total o parcialmente marginados anteriormente en la actividad económica del municipio a través del rubro turismo.

4. INVENTARIO TURISTICO

4.1. METODOLOGIA DE INVESTIGACION DEL INVENTARIO TURISTICO

Para la elaboración del inventario de recursos turísticos se siguió con la siguiente metodología:

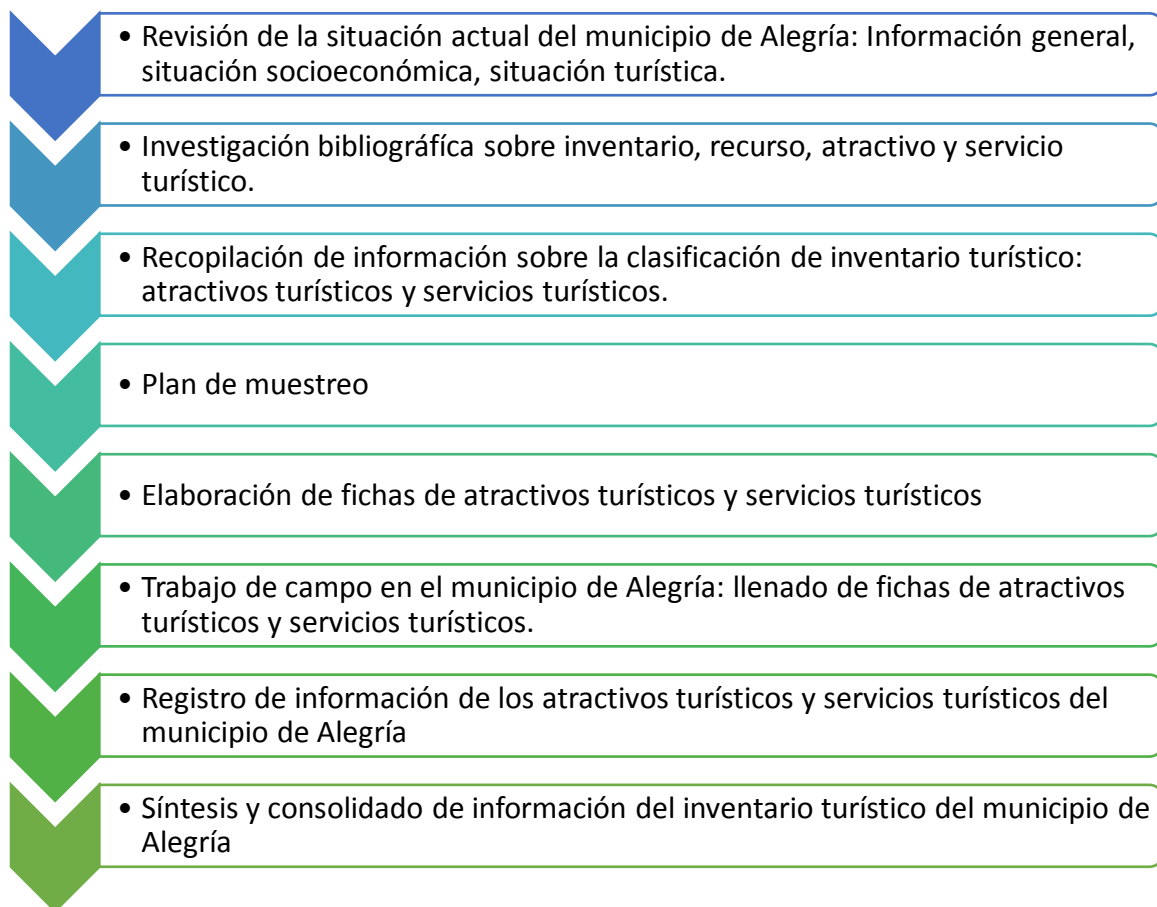


Diagrama 1 - Metodología de investigación del inventario turístico

Fuente: Elaboración propia

4.2. DEFINICIONES DE INVENTARIO, RECURSO, ATRACTIVO, SERVICIO Y PRODUCTO TURISTICO

Inventario turístico: es un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.

Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico.

Recurso turístico: Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.

Atractivos turísticos: Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.

Clasificación de los atractivos turísticos (según OEA-CICATUR):

1. Sitios Naturales
 - 1.1. Montañas
 - 1.2. Planicies
 - 1.3. Costas
 - 1.4. Lagos, lagunas y esteros
 - 1.5. Ríos y arroyos
 - 1.6. Caídas de agua
 - 1.7. Grutas y cavernas
 - 1.8. Lugares de observación de flora y fauna
 - 1.9. Lugares de caza y pesca
 - 1.10. Caminos pintorescos
 - 1.11. Termas
 - 1.12. Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. Museos y manifestaciones culturales históricas
 - 2.1. Museos
 - 2.2. Obras de arte y técnica
 - 2.3. Lugares históricos
 - 2.4. Ruinas y sitios arqueológicos
3. Folklore
 - 3.1. Manifestaciones religiosas y creencias populares
 - 3.2. Ferias y mercados
 - 3.3. Música y danzas
 - 3.4. Artesanías y artes populares
 - 3.5. Comida y bebidas típicas
 - 3.6. Grupos étnicos
 - 3.7. Arquitectura popular y espontánea
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas
 - 4.1. Explotaciones mineras
 - 4.2. Explotaciones agropecuarias
 - 4.3. Explotaciones industriales
 - 4.4. Obras de arte y técnica
 - 4.5. Centros científicos y técnicos
5. Acontecimientos programados
 - 5.1. Artísticos
 - 5.2. Deportivos
 - 5.3. Ferias y exposiciones
 - 5.4. Concursos
 - 5.5. Fiestas religiosas y profanas
 - 5.6. Carnavales

Servicios turísticos: son complementos de los atractivos turísticos; pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable; estos pueden clasificarse en.

- Alojamiento: Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante un contrato de hospedaje
- Alimentación: se entiende por establecimiento gastronómico, bares y similares, cuya actividad económica está relacionado con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo.
- Esparcimiento: esta categoría comprende todos aquellos establecimientos cuyo servicio van dirigidos a distraer, divertir y hacer sentir bien a sus clientes
- Otros: Estos tiene que ver con todos aquellos bienes y servicios comerciales, públicos y turísticos que demandan los visitantes durante su permanencia o visita a un destino. De vital importancia son los transportes, agencia de viajes y tour operados, pues gracias a ellos los turistas pueden trasladar a los lugares deseados

Producto turístico: es el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos

4.3. PLAN DE MUESTREO

RECURSOS TURÍSTICOS DE ALEGRIA

ATRATIVOS TURISTICOS

El municipio de Alegría cuenta con 2 grandes recursos turísticos, que son:

- Recurso Natural: Laguna de Alegría – Volcán Tecapa
- Recurso Histórico-Cultural: Casco Urbano del municipio de Alegría, en donde se encuentran los siguientes atractivos:
 - Parque central de Alegría
 - Iglesia de Alegría
 - Casa de Alberto Masferrer
 - Museo municipal
 - Mirador de las 100 gradas
 - Miradores municipales Santiago de María – Alegría y Berlín – Alegría

Debido a que solo son 2 recursos turísticos se ha decidido estudiar todo el universo.

SERVICIOS TURISTICOS

Para el servicio de alimentación, el municipio de Alegría se cuenta con lo siguiente:

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| • Restaurante La Calesa | • Restaurante La Casita de mi Abuelo |
| • Restaurante Mi Pueblito | • Café Sonata |
| • Restaurante El Portal | • Pupusería La Cocina de Machenta |
| • Restaurante Cartagena | • Pupusería El Rinconcito Familiar |
| • Restaurante La Fonda de Alegría | • Pupuserías Cristina |
| • Restaurante Entre Piedras | • Cafetín Nueva Esperanza |
| • Restaurante El Molcajete | • Restaurante Laguna de Alegría |

Para el servicio de alojamiento, el municipio de Alegría se cuenta con lo siguiente:

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| • Casa de Huéspedes La Palma | • Hostal Entre Piedras |
| • Hostal La Estancia de Daniel | • Cabañas Laguna de Alegría |
| • Cabañas Cartagena | |

Debido a que el universo del servicio de alimentación lo conforman entre 14 restaurantes y pupuserías y el universo de servicio de alojamiento solo existen 5 hostales o casa de huéspedes, se ha decidido estudiar para ambos casos la totalidad del universo

4.4. ATRACTIVOS TURISTICOS DE ALEGRIA

Para la investigación de los atractivos turísticos, se elaboró una ficha de recolección de información a partir de la utilizada en el “Plan de desarrollo turístico para la zona sur-este de Ahuachapán y oeste de Sonsonate”, Aquino, Flores y Villanueva, Universidad de El Salvador, Octubre 2011 y la ficha del “Manual para la formulación de inventario de recursos turísticos a nivel nacional PERU FASE I – Categorización 2006”. **(VER ANEXO 1)**. Los resultados de la investigación fueron los siguientes:

LA LAGUNA DE ALEGRÍA



Nombre del recurso: Laguna de Alegría

Ubicación:

- Departamento: Usulután
- Municipio: Alegría

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Lagos, lagunas y esteros

Subtipo: ---

Elevación: 1300 msnm

Descripción del recurso: Cuerpo de agua con una superficie de 0.2 km² situado en el cráter del volcán Tecapa.

Particularidades: Tiene un color verde esmeralda debido al azufre que produce la actividad volcánica que la rodea. Existe una breve leyenda de que en el centro de la laguna existe una sirena que vive en lo profundo, se cuentan que le gustan algunos de los hombres guapos y si estos se atreven a nadar en sus aguas, los atrapa.

Estado actual del recurso: Conservado

Tipo de visitante: Regional y nacional

Vías de acceso al recurso:

- Referencia San Salvador
 - Calle principal al municipio/distancia/tiempo/condiciones: carretera panamericana-calle a Santiago de María-Calle a Alegría/ 121 km/ 1 hora con 58 minutos/buenas
- Referencia municipio
 - Calle principal al recurso/distancia/tiempo/condiciones: calle a la Laguna de Alegría/ 2.3 km/ 10 minutos/ regulares

Medios de acceso al recurso: A pie, carro, camioneta 4x4

Tipo de ingreso: Boleto o ticket (\$0.25/persona)

Época propicia de visita al recurso: Todo el año

Horario de visita: 8:00 AM a 5:00 PM.

Infraestructura: Ninguna.

Actividades desarrolladas:

- Naturaleza: observación de flora, observación de fauna
- Deportes/Aventura: Caminata
- Paseos: Ninguno
- Folclore: Ninguno
- Otros: Ninguno

Servicios actuales:

- Alojamiento: Ninguno
- Alimentación: Ninguno
- Otros servicios: Estacionamiento

Miradores turísticos: Naturales

Estructuras: Ninguno

Datos complementarios:

- Se utiliza para otros fines: Ninguno
- Propiedad del recurso: Estado
- Administrado por: Alcaldía de Alegría, Usulután
- Contacto: Alcaldía municipal de Alegría 2668 5600

Fecha de inspección: 16-sept-16

CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA



Nombre del recurso: Casco urbano del municipio de Alegría

Ubicación:

- Departamento: Usulután
- Municipio: Alegría

Categoría: Museos y manifestaciones culturales

Tipo: Lugares históricos

Subtipo: ---

Elevación: 1150 msnm

Descripción del recurso: Pequeño centro urbano del municipio de Alegría en donde se concentra la actividad económica por medio de los restaurantes, hostales, tiendas, viveros, etc.

Particularidades: Ciudad pintoresca ubicada en la cumbre del volcán Tecapa, la cual cuenta con clima fresco que ronda los 21°C.

Estado actual del recurso: ---

Tipo de visitante: Regional y nacional

Vías de acceso al recurso:

- Referencia San Salvador
 - Calle principal al municipio/distancia/tiempo/condiciones: carretera panamericana - calle a Santiago de María - Calle a Alegría/ 121 km/ 1 hora con 58 minutos/buenas

Medios de acceso al recurso: Carro, bus público, bus turístico, camioneta 4x4

Tipo de ingreso: Libre

Época propicia de visita al recurso: Todo el año

Horario de visita: Las 24 horas

Infraestructura: Agua, luz, teléfono, señalización turística.

Actividades desarrolladas:

- Naturaleza: Ninguna
- Deportes/Aventura: Ninguna
- Paseos: Ninguno
- Folclore: Actividades religiosas, degustación de platillos típicos, ferias
- Otros: Act. Culturales y compra de artesanías

Servicios actuales:

- Alojamiento: hostales, casa de huéspedes y cabañas
- Alimentación: Restaurantes, cafeterías y bares.
- Otros servicios: Oficina de información, estacionamiento y venta de artesanías.

Miradores turísticos: Artificiales, los cuales son:

- Mirador de las 100 gradas
- Mirador calle Santiago de María – Alegría
- Mirador calle Berlín Alegría

Estructuras: Históricas y culturales

- Casa de Alberto Masferrer
- Iglesia de Alegría
- Museo municipal
- Parque central

Datos complementarios:

- Se utiliza para otros fines: Actividades culturales y ferias.
- Propiedad del recurso: Estado
- Administrado por: Alcaldía de Alegría, Usulután
- Contacto: Alcaldía municipal de Alegría 2668 5600

Fecha de inspección: 16-sept-16

4.5. SERVICIOS TURISTICOS DE ALEGRIA

Para la investigación de los servicios turísticos de alojamiento y alimentación, se elaboraron fichas de recolección de información a partir de las utilizadas en el “Plan de desarrollo turístico para la zona sur-este de Ahuachapán y oeste de Sonsonate”, Aquino, Flores y Villanueva, Universidad de El Salvador, Octubre 2011 (**VER ANEXO 2 y ANEXO 3**). Es de destacar que todos los servicios turísticos que presta el municipio de Alegría están ubicados en el casco urbano de dicho municipio. Los resultados de la investigación fueron:

4.5.1. SERVICIO TURISTICO: ALIMENTACION

RESTAURANTE LA CALESA

**Capacidad instalada:**

- Mesas: 24
- Sillas: 48
- Baños: 2
- Especialidad: Comida mexicana y comida típica salvadoreña
- Horarios: 11:00 AM a 9:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$5.90

Área de restaurante:

Cuenta con almuerzos, cenas, menú a la carta, menú para niños, comida nacional, comida internacional, música ambiental, TV, meseros, sillas para bebé, reservaciones para eventos, área de juegos y pagos con tarjeta de crédito

Bar:

Licor nacional, licor extranjero, música ambiental, bebidas preparadas, barman y carta de vinos y licores.

Servicios complementarios:

Internet y tienda de artesanías

Seguridad:

Extintores y señalización de emergencias

Recurso humano:

4 empleados fijos y 6 empleados eventuales = 10 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguna/15-sept-16

RESTAURANTE MI PUEBLITO



Capacidad instalada:

- Mesas: 60
- Sillas: 240
- Baños: 6
- Especialidad: Comida tradicional salvadoreña
- Horarios: 8:00 AM a 5:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$7.00

Área de restaurante:

Cuenta con desayunos, almuerzos, cenas, menú a la carta, menú para niños, comida nacional, música ambiental, TV con cable, meseros, sillas para bebé, reservaciones para eventos, y servicio a domicilio

Bar:

Licor nacional.

Servicios complementarios:

Cajeros automáticos, cafetería, floristería y tienda de artesanías

Seguridad:

Salida de emergencias, extintores, botiquín, y señalización de emergencias.

Recurso humano:

10 empleados fijos y 7 empleados eventuales = 17 empleados

Certificaciones:

Son aproximadamente 40 certificaciones, entre las que se pueden mencionar:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

ISAFOR FEDEMYPE

U Gerardo Barrios

Información adicional/fecha de inspección:

Parqueo con capacidad para 30 vehículos/15-sept-16

RESTAURANTE EL PORTAL



Capacidad instalada:

- Mesas: 22
- Sillas: 88
- Baños: 2
- Especialidad: Comida típica salvadoreña
- Horarios: 9:00 AM a 8:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$5.00

Área de restaurante:

Cuenta con almuerzos, menú para niños, comida nacional, música ambiental, TV con cable, bar, meseros.

Bar:

Licor nacional, música ambiental, bebidas preparadas, descorche.

Servicios complementarios:

Ninguno

Seguridad:

Salida de emergencias y botiquín.

Recurso humano:

4 empleados fijos y 2 empleados eventuales = 6 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguna/15-sept-16

RESTAURANTE CARTAGENA



Capacidad instalada:

- Mesas: 70
- Sillas: 300
- Baños: 4
- Especialidad: Comida típica salvadoreña (gallo en chicha)
- Horarios: 8:00 AM a 8:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$9.00

Área de restaurante:

Cuenta con desayunos, almuerzos, cenas, menú a la carta, menú para niños, comida nacional, música ambiental, meseros, sillas para bebé, reservaciones para eventos y área de fumadores.

Bar:

Licor nacional, música en vivo y bebidas preparadas.

Servicios complementarios:

Salón ejecutivo, internet, tienda de artesanías.

Seguridad:

Salida de emergencias, extintores, botiquín, vigilantes.

Recurso humano:

10 empleados fijos y 4 empleados eventuales = 14 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

El restaurante también cuenta con un vivero, un mini zoo, senderos, un beneficio ecológico y un beneficio de café/15-sept-16

RESTAURANTE LA FONDA DE ALEGRIA



Capacidad instalada:

- Mesas: 36
- Sillas: 144
- Baños: 3
- Especialidad: Comida típica salvadoreña (churrasco)
- Horarios: 10:00 AM a 8:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$6.95

Área de restaurante:

Cuenta con desayunos, almuerzos, cenas, menú a la carta, menú para niños, comida nacional, ventiladores, música ambiental, TV con cable, bar, meseros, sillas para bebé, reservaciones para eventos y área de juegos.

Bar:

Licor nacional, licor extranjero, música en vivo, música ambiental, bebidas preparadas, barman, cigarros, descorche, carta de vinos/licores.

Servicios complementarios:

Salón ejecutivo e internet.

Seguridad:

Extintores, botiquín, y vigilantes.

Recurso humano:

4 empleados fijos y 12 empleados eventuales = 16 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

RESTAURANTE ENTRE PIEDRAS



Capacidad instalada:

- Mesas: 13
- Sillas: 56
- Baños: 2
- Especialidad: Comida típica salvadoreña
- Horarios: 10:00 AM a 7:00 PM de Mar-D
- Precio promedio 1 persona: \$6.00

Área de restaurante:

Cuenta con desayunos, almuerzos, cenas, menú a la carta, comida nacional, música ambiental, TV con cable, meseros, reservaciones para eventos y servicio a domicilio.

Bar:

Licor nacional.

Servicios complementarios:

Internet.

Seguridad:

Extintores, señalización de emergencias, cámaras de vigilancia y vigilantes.

Recurso humano:

2 empleados fijos y 3 empleados eventuales = 5 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

RESTAURANTE EL MOLCAJETE



Capacidad instalada:

- Mesas: 27
- Sillas: 108
- Baños: 4
- Especialidad: Comida mexicana
- Horarios: 8:00 AM a 8:00 PM de Mar-D
- Precio promedio 1 persona: \$6.00

Área de restaurante:

Cuenta con desayunos, almuerzos, cenas, menú a la carta, menú para niños, comida nacional, comida internacional, ventiladores, música ambiental, bar, meseros, sillas para bebé, reservaciones para eventos y servicio a domicilio.

Bar:

Licor nacional, licor extranjero, música en vivo, música ambiental, pista de baile, bebidas preparadas, barman, descorche, carta de vinos y licores.

Servicios complementarios:

Boutique, teléfono público, sanitarios para personas especiales, internet.

Seguridad:

Salida de emergencias, extintores, botiquín, alarma de emergencias, señalización de emergencias y vigilantes.

Recurso humano:

2 empleados fijos y 4 empleados eventuales = 6 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

RESTAURANTE LA CASITA DE MI ABUELO



Capacidad instalada:

- Mesas: 10
- Sillas: 40
- Baños: 1
- Especialidad: Variada (típica salvadoreña, tacos, hamburguesas, sopas, hot-dog)
- Horarios: 4:00 PM a 12:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$3.00

Área de restaurante:

Cuenta con comida nacional, comida internacional, música ambiental, TV con cable, bar y reservaciones para eventos.

Bar:

Licor nacional, licor extranjero, música ambiental, karaoke y cigarros.

Servicios complementarios:

Internet.

Seguridad:

Ninguno.

Recurso humano:

2 empleados fijos y 0 empleados eventuales = 2 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

CAFÉ SONATA



<p>Capacidad instalada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesas: 7 • Sillas: 31 • Baños: 1 • Especialidad: Bar • Horarios: 3:00 PM a 1:00 AM de Mar-D • Precio promedio 1 persona: \$10.00
<p>Área de restaurante: Menú a la carta, comida nacional, aire acondicionado, música ambiental, TV con cable, bar, meseros, área de fumadores.</p> <p>Bar: Licor nacional, licor extranjero, música ambiental, karaoke, bebidas preparadas, barman, cigarros, descorche y carta de vinos/licores.</p> <p>Servicios complementarios: Cafetería, internet y tienda de artesanías.</p> <p>Seguridad: Extintores y señalización de emergencias</p> <p>Recurso humano: 3 empleados fijos y 1 empleados eventuales = 4 empleados</p> <p>Certificaciones: Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría Permisos de la Unidad de Salud de Alegría</p> <p>Información adicional/fecha de inspección: Ninguno/15-sept-16</p>

PUPUSERIA LA COCINA DE MACHENTA

<p>Capacidad instalada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesas: 30 • Sillas: 120 • Baños: 4 • Especialidad: Pupusas, tacos, hamburguesas y hot-dog • Horarios: 1:00 PM a 9:30 PM de L-D • Precio promedio 1 persona: \$3.25 <p>Área de restaurante: Cuenta con cena, menú a la carta, comida nacional, comida internacional, ventiladores, música ambiental, TV con cable, meseros, reservaciones para eventos especiales, servicio a domicilio.</p> <p>Bar: Licor nacional.</p> <p>Servicios complementarios: Cafetería, e internet.</p> <p>Seguridad: Señalización de emergencia, extintores, botiquín y salida de emergencia.</p> <p>Recurso humano: 2 empleados fijos y 3 empleados eventuales = 5 empleados</p> <p>Certificaciones: Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría Permisos de la Unidad de Salud de Alegría</p>
--

Información adicional/fecha de inspección:

Cibercafé al costado del restaurante/15-sept-16

PUPUSERIA EL RINCONCITO FAMILIAR

Capacidad instalada:

- Mesas: 9
- Sillas: 72
- Baños: 2
- Especialidad: Típica salvadoreña
- Horarios: 1:00 PM a 9:30 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$5.00

Área de restaurante:

Cuenta con desayuno, almuerzo, cena, comida nacional, TV con cable, meseros, reservaciones para eventos y servicio a domicilio.

Bar:

Ninguno.

Servicios complementarios:

Internet

Seguridad:

Señalización de emergencia y botiquín

Recurso humano:

3 empleados fijos y 3 empleados eventuales = 6 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Certificación en manipulación de alimentos

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

PUPUSERIA CRISTINA

Capacidad instalada:

- Mesas: 25
- Sillas: 50
- Baños: 2
- Especialidad: Típica salvadoreña
- Horarios: 3:00 PM a 9:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$2.00

Área de restaurante:

Cuenta con almuerzo, cena, comida nacional, TV, meseros, reservaciones para eventos y servicio a domicilio.

Bar:

Ninguno.

Servicios complementarios:

Internet

Seguridad:

Ninguno

Recurso humano:

6 empleados fijos y 4 empleados eventuales = 10 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

CAFETIN NUEVA ESPERANZA

Capacidad instalada:

- Mesas: 2
- Sillas: 8
- Baños: 0
- Especialidad: Almuerzos
- Horarios: 9:00 AM a 5:00 PM de L-D
- Precio promedio 1 persona: \$3.00

Área de restaurante:

Cuenta con almuerzo, comida nacional.

Bar:

Ninguno.

Servicios complementarios:

Ninguno

Seguridad:

Ninguno

Recurso humano:

2 empleados fijos y 1 empleados eventuales = 3 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Ninguno/15-sept-16

RESTAURANTE LAGUNA DE ALEGRÍA



Capacidad instalada:

- Mesas: 20
- Sillas: 75
- Baños: 2
- Especialidad: Comida típica salvadoreña
- Horarios: 7:00 AM a 7:00 PM de S-D
- Precio promedio 1 persona: \$4.00

Área de restaurante:

Cuenta con almuerzos, cenas, menú a la carta, comida nacional, comida internacional, música ambiental, TV, meseros, reservaciones para eventos.

Bar:

Licor nacional.

Servicios complementarios:

Ninguno

Seguridad:

Extintores y señalización de emergencias

Recurso humano:

2 empleados fijos y 4 empleados eventuales = 6 empleados

Certificaciones:

Permisos respectivos de la Alcaldía de Alegría

Permisos de la Unidad de Salud de Alegría

Información adicional/fecha de inspección:

Cuenta con un mirador hacia la Laguna de Alegría y una caminata hacia una finca de café/12-nov-16

4.5.2. SERVICIO TURISTICO: ALOJAMIENTO

CASA DE HUESPEDES LA PALMA



Tipo de Alojamiento: Hostal

Localización: Urbano

Parqueo: Ninguno

Formas de Pago: Efectivo y cheque personal

Tarifas: Individuales

Precios de habitaciones: \$10 por persona las 24 horas

Servicios protocolarios: Ninguno

Capacidad:

- Total de habitaciones: 4
- Camas disponibles: 10
- Hora de entrada: cualquiera
- Hora de salida: cualquiera

Tipos de habitaciones: 2 dobles y 2 triples

Tipos de camas: Sencillas y camarotes

Servicios generales: Ventilador de techo, escritorios, sillas, room service 24 horas, calefacción.

Servicios de telefonía: Llamadas nacionales, llamadas internacionales e internet.

Baños: Privados y con agua caliente.

Recreación: Hamacas.

Servicios de salones para eventos: Ninguno

Recurso Humano: 1 empleado fijo y 0 empleados eventuales = 1 empleado

Observaciones/fecha de inspección: Ninguna/16-sept-16

HOSTAL LA ESTANCIA DE DANIEL

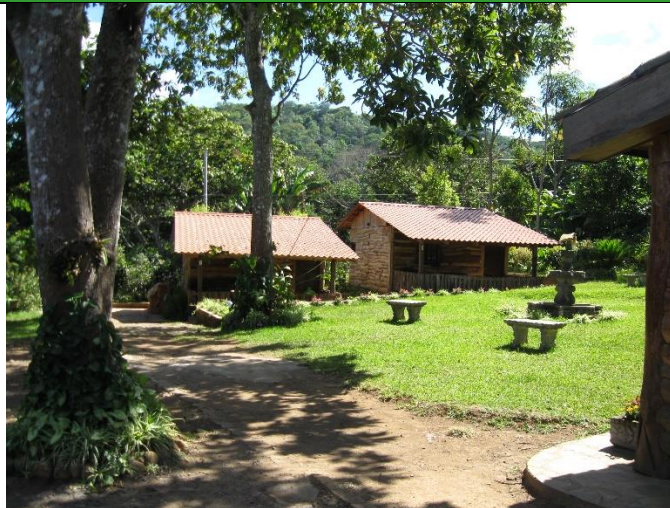


Tipo de Alojamiento: Hostal
Localización: Urbano
Parqueo: de 4 a 7 vehículos
Formas de Pago: Efectivo
Tarifas: Individuales y grupales
Precios de habitaciones: \$25 cabaña familiar (2 o más personas) o \$15 una sola persona, ambas durante 24 horas
Servicios protocolarios: Ninguno
Capacidad:

- Total de habitaciones: 5
- Camas disponibles: 10
- Hora de entrada: cualquiera
- Hora de salida: cualquiera

Tipos de habitaciones: dobles
Tipos de camas: 5 sencillas y 5 matrimoniales
Servicios generales: TV con cable y closet
Servicios de telefonía: llamadas nacionales, llamadas internacionales e internet.
Baños: Privados y con agua caliente.
Recreación: Hamacas.
Servicios de salones para eventos: Ninguno
Recurso Humano: 1 empleado fijo y 2 empleados eventuales = 3 empleado
Observaciones/fecha de inspección: Ninguna/16-sept-16

CABAÑAS CARTAGENA



Tipo de Alojamiento: Cabañas
Localización: Urbano
Parqueo: 8 vehículos, con caseta de seguridad
Formas de Pago: Tarjetas de crédito y efectivo
Tarifas: Por habitación
Precios de habitaciones: \$60 durante 24 horas
Servicios protocolarios: Portero, reservaciones y recepción
Capacidad:

- Total de habitaciones: 8
- Camas disponibles: 32

- Hora de entrada: 1:00 PM

- Hora de salida: 1:00 PM

Tipos de habitaciones: 4 personas

Tipos de camas: Sencillas

Servicios generales: Aire acondicionado, ventilador de techo y mucama

Servicios de telefonía: internet.

Baños: Privados y con agua caliente.

Recreación: Hamacas.

Servicios de salones para eventos: 1 con capacidad para 300 personas con servicio de internet y asistencia de meseros.

Recurso Humano: 1 empleado fijo y 0 empleados eventuales = 1 empleado

Observaciones/fecha de inspección: Cuenta con espacio para acampar/16-sept-16

HOSTAL ENTRE PIEDRAS



Tipo de Alojamiento: Hostal

Localización: Urbano

Parqueo: 5 vehículos.

Formas de Pago: Tarjetas de crédito y efectivo

Tarifas: Individuales

Precios de habitaciones: \$16 por persona durante 23 horas

Servicios protocolarios: Reservaciones

Capacidad:

- Total de habitaciones: 3
- Camas disponibles: 8
- Hora de entrada: cualquiera
- Hora de salida: cualquiera

Tipos de habitaciones: 1 doble y 2 triples

Tipos de camas: Matrimoniales y camarote

Servicios generales: TV con cable, lámpara de mesa y closet

Servicios de telefonía: internet.

Baños: Privados.

Recreación: Ninguna

Servicios de salones para eventos: Ninguno

Recurso Humano: 0 empleado fijo y 0 empleados eventuales = 0 empleado (Nota aclaratoria: el hostel utiliza los mismos empleados del restaurante, por lo tanto solo serán mencionados en el restaurante)

Observaciones/fecha de inspección: Ninguna/16-sept-16

CABAÑAS LAGUNA DE ALEGRIA



Tipo de Alojamiento: Cabañas

Localización: Rural

Parqueo: 0 vehículos.

Formas de Pago: Efectivo

Tarifas: Individuales

Precios de habitaciones: \$20 por persona durante 24 horas

Servicios protocolarios: Reservaciones

Capacidad:

- Total de habitaciones: 3
- Camas disponibles: 9
- Hora de entrada: cualquiera
- Hora de salida: cualquiera

Tipos de habitaciones: 3 triples

Tipos de camas: Sencillas y camarote

Servicios generales: Lámpara de mesa y closet

Servicios de telefonía: ninguno

Baños: públicos

Recreación: Ninguna

Servicios de salones para eventos: Ninguno

Recurso Humano: 0 empleado fijo y 0 empleados eventuales = 0 empleado (Nota aclaratoria: las cabañas utiliza los mismos empleados del restaurante, por lo tanto solo serán mencionados en el restaurante)

Observaciones/fecha de inspección: Ninguna/12-nov-16

4.6. SINTESIS DEL INVENTARIO TURISTICO DE ALEGRIA

4.6.1. SINTESIS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ALEGRIA

El municipio de Alegría cuenta actualmente con 2 atractivos turísticos, los cuales son:

- La Laguna de Alegría (Sitio natural), que es un área natural protegida por la legislación salvadoreña.
- Centro urbano del municipio (Manifestación histórica-cultural).

4.6.2. SINTESIS DE LOS SEVICIOS TURISTICOS DE ALEGRIA

4.6.2.1. SINTESIS DEL SERVICIO TURISTICO DE ALIMENTACION

En la siguiente tabla se muestra de manera sintetizada los datos más importantes con respecto al servicio turístico de alimentación que se ofrece en el municipio de Alegría.

N°	Restaurante, Pupuserías o café	# Mesas	# Sillas	Precio Promedio Por persona	# Empleados Fijos	# Empleados Eventuales
1	La Calesa	24	48	\$5.90	4	6
2	Mi Pueblito	60	240	\$7.00	10	7
3	El Portal	22	88	\$5.00	4	2
4	Cartagena	70	300	\$9.00	10	4
5	La Fonda de Alegría	36	144	\$6.95	4	12
6	Entre Piedras	13	56	\$6.00	2	3
7	El Molcajete	27	108	\$6.00	2	6
8	La Casita de Mi Abuelo	10	40	\$3.00	2	0
9	Sonata	7	31	\$12.00	3	1
10	La Cocina de Machenta	30	120	\$3.25	2	3
11	El Rinconcito Familiar	9	72	\$5.00	3	3
12	Cristina	25	50	\$2.00	6	4
13	Nueva Esperanza	2	8	\$3.00	2	1
14	Laguna de Alegría	20	75	\$4.00	2	4
TOTAL		355	1380	PROMEDIO \$5.58	56	56

Tabla 18 - Síntesis información del servicio turístico de alimentación de Alegría

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior se pueden resaltar los siguientes hallazgos:

- En Alegría hay 14 negocios que ofrecen el servicio turístico de Alimentación
- La capacidad instalada que existe en el servicio de alimentación en el municipio de Alegría es de 1380 sillas o 355 mesas o 3.9 sillas/mesa
- La capacidad instalada promedio por restaurante es de 25.35 mesas/restaurante o 98.57 sillas/restaurante.

- El costo promedio de un plato de comida para 1 persona en Alegría es de \$5.58
- En Alegría el 50% de los empleados de los restaurantes son fijos y el 50% de los empleados de los restaurantes son eventuales, haciendo un total de 112 personas empleadas, lo que equivale a 8 personas/restaurante.

4.6.2.2. SINTESIS DEL SERVICIO TURISTICO DE ALOJAMIENTO

En la siguiente tabla se muestra de manera sintetizada los datos más importantes con respecto al servicio turístico de alojamiento que se ofrece en el municipio de Alegría.

N°	Hostal o Casa de huéspedes	# Habitaciones	# Camas	Costo de habitación p/persona	Empleados Fijos	Empleados Eventuales
1	La Palma	4	10	\$10.00	1	0
2	Estancia de Daniel	5	10	\$20.00	1	2
3	Cartagena	8	32	\$60.00	1	0
4	Entre Piedras	3	8	\$16.00	0	0
5	Laguna de Alegría	3	9	\$20.00	0	0
TOTAL		23	69	PROMEDIO \$25.20	3	2

Tabla 19 - Síntesis información del servicio turístico de alojamiento de Alegría

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior se pueden resaltar los siguientes hallazgos:

- En Alegría hay 5 negocios que ofrecen el servicio turístico de Alojamiento
- La capacidad instalada que existe en el servicio de alojamiento en el municipio de Alegría es de 69 camas o 23 habitaciones o 3 camas/habitación
- La capacidad instalada promedio por hostal o casa de huéspedes es de 13.8 camas/hostal o 4.6 habitaciones/hostal.
- El costo promedio de una habitación por noche para 1 persona en Alegría es de \$25.20.
- En Alegría el 60% de los empleados del servicio de alojamiento son fijos, mientras que el 40% son eventuales, haciendo un total de 5 personas empleadas, lo que equivale a 1 personas/hostal.

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1. MERCADO CONSUMIDOR

5.1.1. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADO CONSUMIDOR

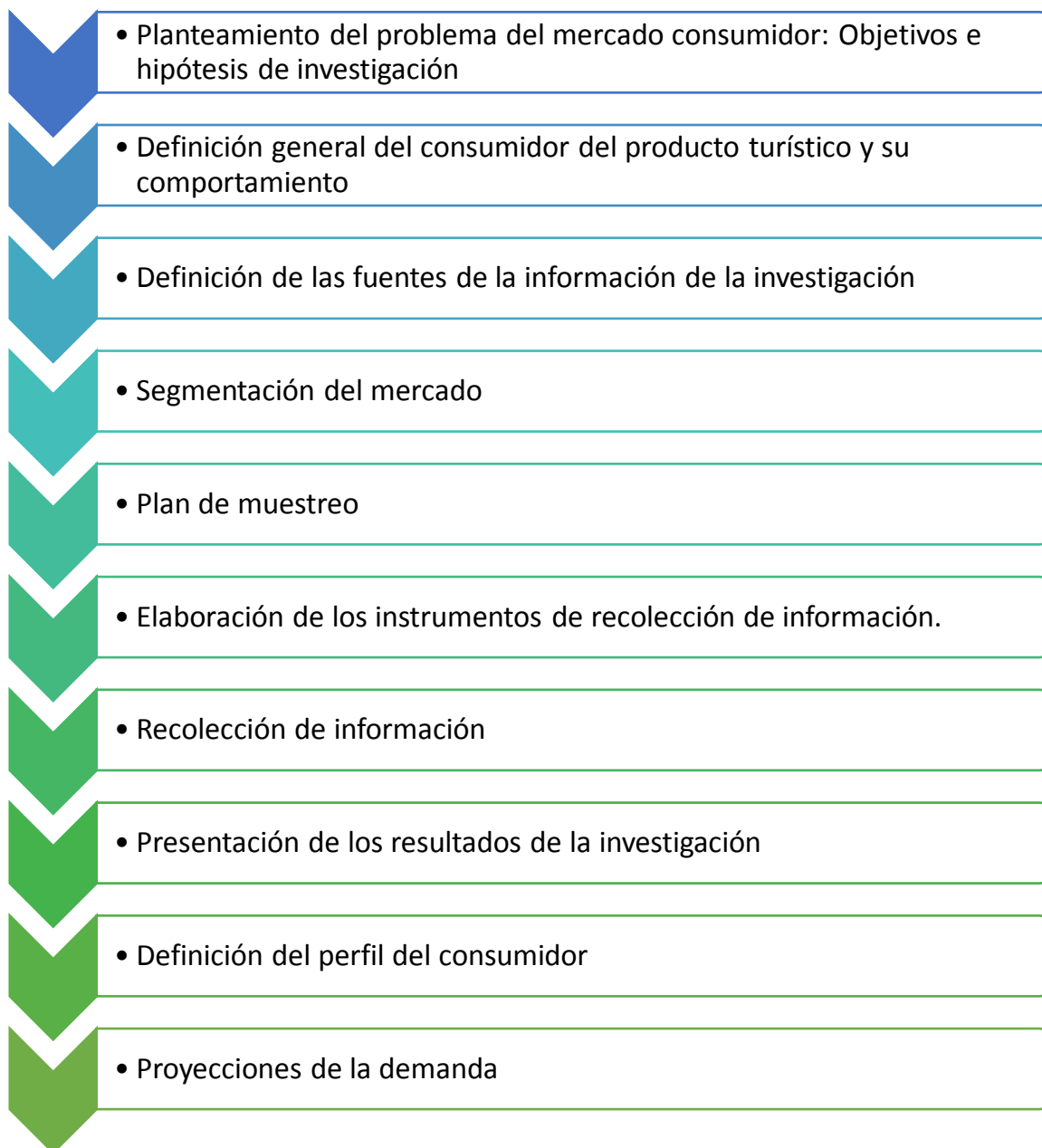


Diagrama 2 - Metodología de la investigación del estudio de mercado de consumo

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

5.1.2.1. PROBLEMÁTICA A INVESTIGAR

En base a la información recolectada en capítulos anteriores y en visitas de campo realizadas en el municipio de Alegría se puede plantear el siguiente problema de investigación respecto al mercado consumidor:

“La Alcaldía Municipal de Alegría, desconoce del consumidor turístico que visita el municipio; así como sus requerimientos, necesidades, expectativas y percepción de los atractivos y servicios turísticos que ofrece dicho municipio; además de ello, no cuenta con información sobre posibles consumidores y los motivos que lo han llevado o no a visitar el municipio de Alegría. Todo lo descrito anteriormente no permite aprovechar de la mejor manera los atractivos y servicios turísticos que ofrece el municipio y no contribuye al desarrollo.”

5.1.2.1. HIPOTESIS DE INVESTIGACION

De la problemática a investigar se pueden plantear las siguientes hipótesis:

- El turista no hace visitas con regularidad el municipio de Alegría.
- La estancia del turista que visita el municipio de Alegría solo dura 1 día.
- La mayoría de los turistas del municipio Alegría lo visitan en un grupo familiar de padres e hijos.
- El motivo principal del turista que visita el municipio de Alegría es el descanso.
- El turista que visita el municipio de Alegría se caracteriza por realizar sus visitas en vehículo propio.
- Los turistas gastan entre \$20 a \$40 en su visita al municipio de Alegría.
- El factor cercanía es el más importante en el turista al momento de decidirse a realizar una visita al municipio de Alegría.
- La mayoría de turistas ha únicamente visitado el casco urbano o el mirador de las 100 gradas del municipio.
- El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas.
- La mayoría de turistas se informó del municipio de Alegría por medio de la televisión.
- El turista considera que el principal atractivo turístico con el que cuenta el municipio de Alegría es La Laguna de Alegría,
- El turista percibe que la Laguna de Alegría es el atractivo turístico menos aprovechado.
- La mayoría de los turistas no conocen ni hacen uso de los servicios de la Oficina de Turismo del municipio.
- El turista considera que existe pésima señalización turística.
- El turista considera que la infraestructura vial se encuentra en mal estado.
- A los turistas les gustaría encontrar otro tipo de actividades turísticas en el municipio de Alegría.
- El turista no está tan satisfecho con su visita al municipio de Alegría.
- El turista potencial no tiene el comportamiento de un turista que pueda visitar el municipio de Alegría.
- El turista potencial no ha visitado el municipio de Alegría.

- El turista potencial que ha visitado en alguna ocasión el municipio de Alegría solo conoce el casco urbano y el mirador de las 100 gradas como atractivo turístico.
- El turista potencial que ha visitado en alguna ocasión el municipio de Alegría no ha hecho uso de los servicios de turísticos.
- El turista potencial que ha visitado el municipio de Alegría percibe que el principal atractivo turístico con el que cuenta el municipio de Alegría es La Laguna de Alegría, que, a su vez, es el atractivo turístico menos aprovechado.
- Los turistas potenciales que no han visitado el municipio de Alegría no le ha llamado la atención visitarlo.
- El turista potencial que no han visitado el municipio de Alegría no le gustaría visitar el municipio en un futuro.

5.1.2.2. PROPOSITO DE LA INVESTIGACION

Para la elaboración del plan de desarrollo turístico para el municipio de Alegría se necesita la elaboración de un estudio de mercado consumidor, el cual se debe de realizar con el propósito de investigar la percepción que tienen los consumidores que visitan el municipio de Alegría para detectar posibles problemáticas y oportunidades de mejora del municipio con respecto al desarrollo turístico desde el punto de vista del visitante; y además de ello, también se debe de realizar con el propósito de investigar la percepción de posibles consumidores, de los cuales si estos han visitado el municipio en el pasado, recoger su percepción, y si no lo han visitado, que estos respondan cuales han sido los motivos de porque no lo han hecho en el pasado.

5.1.2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION DEL MERCADO DE CONSUMO

Investigar la percepción acerca de los atractivos y servicios turísticos del consumidor actual y las preferencias turísticas de los consumidores potenciales del municipio de Alegría evaluando si estos últimos han visitado o no el municipio; para proponer estrategias que fomenten el desarrollo turístico.

OBJETIVOS ESPECIFICOS (MERCADO DE CONSUMO ACTUAL)

- Conocer el comportamiento turístico de los visitantes del municipio de Alegría para determinar la frecuencia, la permanencia, la compañía, los medios de transporte y cantidad de dinero a gastar en las visitas que realizan ha dicho municipio.
- Definir los motivos, factores y atractivos turísticos que incentivan al turista a visitar el municipio de Alegría para establecer las fortalezas de dicho municipio.
- Determinar los atractivos turísticos visitados y servicios turísticos consumidos por los turistas que visitan el municipio de Alegría para determinar cuáles de estos juegan un papel importante en el turismo de dicho municipio.
- Investigar el principal atractivo turístico con el que los turistas identifican al municipio de Alegría para realizar para posteriormente hacer elaborar propuestas de mercadeo.
- Determinar el uso de los servicios que los turistas hacen de la Oficina de Turismo del municipio de Alegría para medir su grado de satisfacción con dichos servicios.

- Investigar los atractivos turísticos poco aprovechados y actividades y servicios que le gustaría encontrar al turista que visita el municipio de Alegría para la elaboración de propuestas de mejora.
- Determinar la percepción de los turistas que visitan el municipio de Alegría con respecto a la señalización turística y la infraestructura vial para detectar deficiencias y elaborar propuestas de mejora.
- Medir el grado de satisfacción que tiene el turista que visita el municipio de Alegría.

OBJETIVO ESPECIFICOS (MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL)

- Conocer las características generales del comportamiento turístico de las personas potenciales de visitar el municipio de Alegría para determinar si estos podrían ser futuros visitantes de dicho municipio.
- Conocer si de las personas potenciales de visitar el municipio de Alegría han realizado alguna visita en el pasado en el municipio de Alegría para determinar su percepción acerca de los atractivos y servicios turísticos que presta el municipio.
- Conocer si de las personas potenciales de visitar el municipio de Alegría no ha realizado alguna visita en el pasado para indagar las razones de porque no han realizado alguna visita a dicho municipio.

5.1.3. FUENTES DE INFORMACION MERCADO CONSUMIDOR

Para la realización del estudio de mercado de consumo, se tuvieron 2 fuentes de información: fuentes de información primaria y fuentes de información secundaria.

Fuentes de información primaria: Es la información que se obtiene a partir de la investigación de campo, por medio de los instrumentos de recolección de información suministrada a los entes de interés. Los instrumentos de recolección de información que se utilizarán para la recolección de información serán las **encuestas por muestreo**; las cuales se diseñarán a partir de lo que se necesitaba investigar sobre el mercado consumidor; como por ejemplo su comportamiento, sus gustos, expectativas y todo lo relevante que los consumidores consideran al momento de realizar turismo en el municipio de Alegría.

Con estos instrumentos también se recolectará información sobre consumidores potenciales del municipio de Alegría; en donde se espera que estos digan los motivos por los cuales han visitado el municipio de Alegría si lo han visitado alguna vez, o caso contrario, que digan los motivos por los cuales no lo han visitado.

Fuentes de información secundaria: Son los recursos documentales que se consultan para obtener información concerniente al tema de estudio, estadísticos, reseñas históricas, bases de datos, etc. Estas fuentes se consultarán con el propósito de la determinación del tamaño de muestra para los segmentos del mercado consumidor a abordar; entre las cuales se tienen:

- VI Censo de población y V de vivienda 2007.
- Directorio de establecimientos de la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).
- Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples 2013.

5.1.4. IDENTIFICACION DE LOS SEGMENTOS DE MERCADO A ABORDAR

Para la realización del estudio de mercado de consumo se abordarán 2 segmentos de mercado importantes para el turismo en el municipio de Alegría:

5.1.4.1. SEGMENTO 1: CONSUMIDORES ACTUALES

Para la municipalidad de Alegría es importante que el turista que visita actualmente el municipio con alguna regularidad siga haciéndolo, que sus estadías sean placenteras, que se cumplan sus expectativas y que se encuentre satisfecho al realizar su visita por el municipio; y de esta manera, este motivado para realizar próximas visitas en un futuro cercano. Por esta razón se abordará el mercado consumidor actual, en donde se consultará los gustos y disgustos que han tenido en su visita, así como actividades y/o servicios les gustaría encontrar en el municipio en posteriores visitas.

5.1.4.2. SEGMENTO 2: CONSUMIDORES POTENCIALES

Según el “Plan de desarrollo turístico de Alegría febrero 2008”, el 84% de los turistas que visitan el municipio de Alegría proceden de la zona oriental del país (Departamentos de Usulután, San Miguel, Morazán y La Unión) contra un 9% de la capital (San Salvador) y un 5% de la zona occidental del país. Además, según el censo de población y vivienda de El Salvador del año 2007, solo el 21% de la población de El Salvador vive en la zona oriental del país,

versus el 79% que vive en la zona central u occidental del país. También es de mencionar que el 27% de la población del país pertenece al Área Metropolitana de San Salvador (que representa el 35% de la zona central y occidental). Estas estadísticas reflejan que hay un posible mercado de consumidores en la zona central y occidental del país y sobre todo en el Área Metropolitana de San Salvador que no visitan y/o no conocen el municipio de Alegría como un atractivo turístico. Por ello se investigarán a los consumidores potenciales; con el fin de conocer sus expectativas, gustos, razones por las cuales no han visitado y/o no conocen el municipio de Alegría y de esta manera posicionar el municipio como una alternativa viable de destino turístico.

5.1.5. PLAN DE MUESTREO

5.1.5.1. PLAN DE MUESTREO CONSUMIDORES ACTUALES

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN EN ESTUDIO

Para el segmento de mercado de los consumidores actuales, la población a estudiar estará conformada por todos los turistas que visitan el municipio de Alegría. Para el estudio, no se cuenta con información secundaria que diga con exactitud el número de visitantes que posee el municipio de Alegría, por lo tanto, se desconoce a ciencia cierta el número de turistas que visitan el municipio en un periodo de tiempo. Para el posterior cálculo del tamaño de la muestra, se asumirá que el universo en estudio es infinito.

MÉTODO DE MUESTREO

La muestra para el segmento es probabilística aleatoria simple. Será probabilística porque las unidades de muestreo se seleccionan en forma aleatoria, será aleatoria simple, porque se seleccionaron un número fijo de unidades muestrales, n , de tal modo que todas las muestras de tamaño n , tienen la misma probabilidad de ser escogidas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cada investigación de mercado tiene un tamaño muestral idóneo, que permite que el estudio sea lo más fidedigno posible, es por eso que importante que la muestra sea una representatividad del universo.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del carácter finito o infinito de la población.
- Del error permitido.
- Del nivel de confianza con el que se desea el error.

Para el cálculo del tamaño muestral en cada tipo de estudio existe una fórmula estadística apropiada. Dicho cálculo se basa en el error estándar, que mide el intervalo de confianza de cada parámetro que se analiza. La precisión estadística aumenta (el error estándar disminuye) cuando el tamaño muestral crece.

Debido a que no se conoce cuántos elementos tiene la población, se utilizará la siguiente fórmula de cálculo de muestras para universos infinitos:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

- n = Muestra o número de encuestas
- Z = Coeficiente de nivel de confianza
- P = Probabilidad de aceptación
- Q = Probabilidad de rechazo (Q = 1 - P)
- e = Margen de error

Nivel de confianza: es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población.

Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de todos los casos, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones sociales se busca un 95%.¹⁵

El error o porcentaje de error: equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa. Comúnmente se aceptan entre el 5% y el 10% como error, tomando en cuenta de que no son complementarios la confianza y el error.

CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
E	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Tabla 20 - Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>

Para la muestra se ha elegido un nivel de confianza del 93%, y un porcentaje de error del 7%. Para la significación se obtuvo un valor de Z = 1.81.

Variabilidad de la muestra: En la aplicación de la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra suele presentarse el problema de determinar el valor de P. Esta dificultad se puede solventar de una de las siguientes formas:

- ❖ Si existen estudios anteriores sobre la misma temática, podemos obtener, a través de ellos, una idea aproximada del valor de p.
- ❖ Se puede realizar un sondeo previo, con una muestra pequeña, para estimar el valor de p.

¹⁵ Fuente: Teoría de la probabilidad, Estadísticas.// Estudio NetSalud

Para determinar el valor de P en el presente estudio, se optó por la opción de realizar un sondeo. Se estableció la probabilidad de aceptación “P” y rechazo “Q” mediante una prueba experimental de aceptación. Se les planteó y preguntó aleatoriamente a 10 individuos que forman parte del segmento de mercado de consumidores actuales lo siguiente: “¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría?”, en donde la respuesta “Si” equivale a aceptación y la respuesta “No” a rechazo, obteniendo los siguientes resultados:

- 8 personas respondieron “Si”
- 2 persona respondió “No”

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad aceptación = casos ocurridos / total de casos posibles

$$P = 8 / 10 = 0.80$$

Entonces:

$$Q = (1 - P) = (1 - 0.80) = 0.20$$

Obteniendo todos los valores correspondientes que involucra la fórmula se procede a su cálculo:

FACTOR	VALOR
Z	1.75
P	0.8
Q	0.2
e	0.08

$$n = \frac{(1.75)^2 * 0.80 * 0.20}{(0.08)^2} = 76.5625 \approx 77$$

Por lo tanto “n” equivale a 77 unidades muestrales

5.1.5.2. PLAN DE MUESTREO CONSUMIDORES POTENCIALES

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN EN ESTUDIO

Para el segmento de mercado de los consumidores potenciales, la población a estudiar estará conformado por todas aquellas personas que cumplan las siguientes características:

Segmentación Geográfica

1. Habitan el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS): Es un factor fundamental, ya que es al mercado de consumidores que se le está apostando.
2. Vivan en un área urbana: Alegría, a pesar de tener el carácter de “ciudad” es un municipio con muchas características rurales, incluso en el casco urbano, como lo son las casas coloniales, vías de acceso, etc. Por ello, los atractivos y servicios turísticos del municipio de Alegría están dirigido a todos aquellos individuos que habitan en áreas urbanas, que deseen convivir en un contexto lejos de la ciudad en busca de un ambiente tranquilo y en armonía con la naturaleza.

Segmentación Demográfica

3. Tengan una edad de 16 a 69 años: La edad es un factor importante de exclusión, ya que se deja de tomar en cuenta a personas que son muy dependientes, tanto económicamente como físicamente, como lo son los menores de 15 años y los adultos mayores de 70 años, a los cuales en sus actividades posiblemente no puede figurar realizar actividades turísticas históricas, culturales, de aventura, etc.
4. Tengan empleo: Es lógico que la persona que pueda interesarse por realizar alguna actividad turística en el municipio de Alegría tenga poder adquisitivo, por ello se tomará en cuenta a personas con empleo.

Teniendo en cuenta las características anteriores, a continuación, se presenta una tabla en la cual se resume la población en estudio por municipio, tomando en cuenta las 3 primeras características antes mencionadas.

Municipio	Población Urbana de 15 a 69 años
DEPARTAMENTO: SAN SALVADOR	
Apopa	84,821
Ayutuxtepeque	23,630
Cuscatancingo	42,877
Delgado	72,951
Ilopango	67,907
Mejicanos	95,374
Nejapa	10,580
San Marcos	41,622
San Martín	41,846
San Salvador	216,473
Soyapango	162,394
Tonacatepeque	48,882
DEPARTAMENTO: LA LIBERTAD	
Antiguo Cuscatlán	24,424
Santa Tecla	76,752
TOTAL	1010,533

Tabla 21 - Población por municipio del AMSS

Fuente: VI Censo de Población y V de Vivienda 2007, Tomo IV Población: Volumen 1 – Municipios, Características Generales

Ya se conoce que la población del AMSS que viven en una zona urbana y que poseen edades entre 16 a 69 años es de 1, 010,533 personas. Para encontrar de estas el número de personas empleadas, se utilizará la tasa de desempleo de la población de 15 años y más que se encuentra en “Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples 2013”, la cual se presenta a continuación:

El Salvador: Tasa de desempleo de la población de 16 años y más, por departamento. EHPM – 2013

DEPARTAMENTO	%
Chalatenango	4.9
San Miguel	4.9
Santa Ana	5.6
La Libertad	5.6
San Salvador	5.6
Cuscatlan	5.9
La Paz	5.9
Sonsonate	6.2
Usulután	6.2
San Vicente	6.6
Morazan	6.9
Cabanas	7.2
Ahuachapán	8.0
La Unión	8.2



Ilustración 7 - Tasa desempleo de la población de 16 años y más en El Salvador

Fuente: Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples 2013

En base a la tabla anterior se puede formular la siguiente tabla:

Municipio	Población Urbana de 16 a 69 años	Tasa de desempleo (%)	Población Urbana de 16 a 69 años empleada
DEPARTAMENTO: SAN SALVADOR			
Apopa	84,821	5.6	80,071
Ayutuxtepeque	23,630	5.6	22,307
Cuscatancingo	42,877	5.6	40,476
Delgado	72,951	5.6	68,866
Ilopango	67,907	5.6	64,104
Mejicanos	95,374	5.6	90,033
Nejapa	10,580	5.6	9,988
San Marcos	41,622	5.6	39,291
San Martín	41,846	5.6	39,503
San Salvador	216,473	5.6	204,351
Soyapango	162,394	5.6	153,300
Tonacatepeque	48,882	5.6	46,145
DEPARTAMENTO: LA LIBERTAD			
Antiguo Cuscatlán	24,424	5.6	23,056
Santa Tecla	76,752	5.6	72,454
TOTAL	1010,533	---	953,943

Tabla 22 - Población de los municipios del AMSS de 16 a 69 años empleada

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, nuestra población en estudio es de 953,943 individuos

MÉTODO DE MUESTREO

La muestra para el segmento es probabilística aleatoria simple. Será probabilística porque las unidades de muestreo se seleccionan en forma aleatoria, será aleatoria simple, porque se seleccionaron un número fijo de unidades muestrales, n , de tal modo que todas las muestras de tamaño n , tienen la misma probabilidad de ser escogidas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Debido a que se conoce cuántos elementos tiene la población se utilizará la siguiente fórmula de cálculo de muestras para universos finitos:

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

Donde:

- n = Muestra o número de encuestas
- N = Tamaño de la población
- Z = Coeficiente de nivel de confianza
- P = Probabilidad de aceptación
- Q = Probabilidad de rechazo (Q = 1 - P)
- e = Margen de error

Para la muestra se ha elegido un nivel de confianza del 94%, y un porcentaje de error del 6%. Para la significación se obtuvo un valor de z de 1.88.

Para determinar el valor de P en el presente estudio, se optó por la opción de realizar un sondeo. Se estableció la probabilidad de aceptación “P” y rechazo “Q” mediante una prueba experimental de aceptación. Se les planteo y preguntó aleatoriamente a 10 individuos que forman parte del segmento de mercado de consumidores potenciales lo siguiente: “¿Le gustaría visitar el municipio de Alegría?”, en donde la respuesta “Si” equivale a aceptación y la respuesta “No” a rechazo, obteniendo los siguientes resultados:

- 9 personas respondieron “Si”
- 1 persona respondió “No”

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad aceptación = casos ocurridos / total de casos posibles

$$P = 9 / 10 = 0.90$$

Entonces:

$$Q = (1 - P) = (1 - 0.90) = 0.10$$

Obteniendo todos los valores correspondientes que involucra la fórmula se procede a su cálculo:

FACTOR	VALOR
N	953,943
Z	1.88
P	0.8
Q	0.2
e	0.06

$$n = \frac{(1.88)^2 * 0.90 * 0.10 * 953,943}{(953,943 - 1) * (0.06)^2 + (1.88)^2 * 0.90 * 0.10} = 88.35 \approx 89$$

Por lo tanto “n” equivale a 89 unidades muestrales

5.1.6. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION

5.1.6.1. METODOLOGIA DE DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Para el diseño de los instrumentos de recolección de información para el mercado consumidor actual y para el mercado de consumidor potencial se siguió la siguiente metodología:

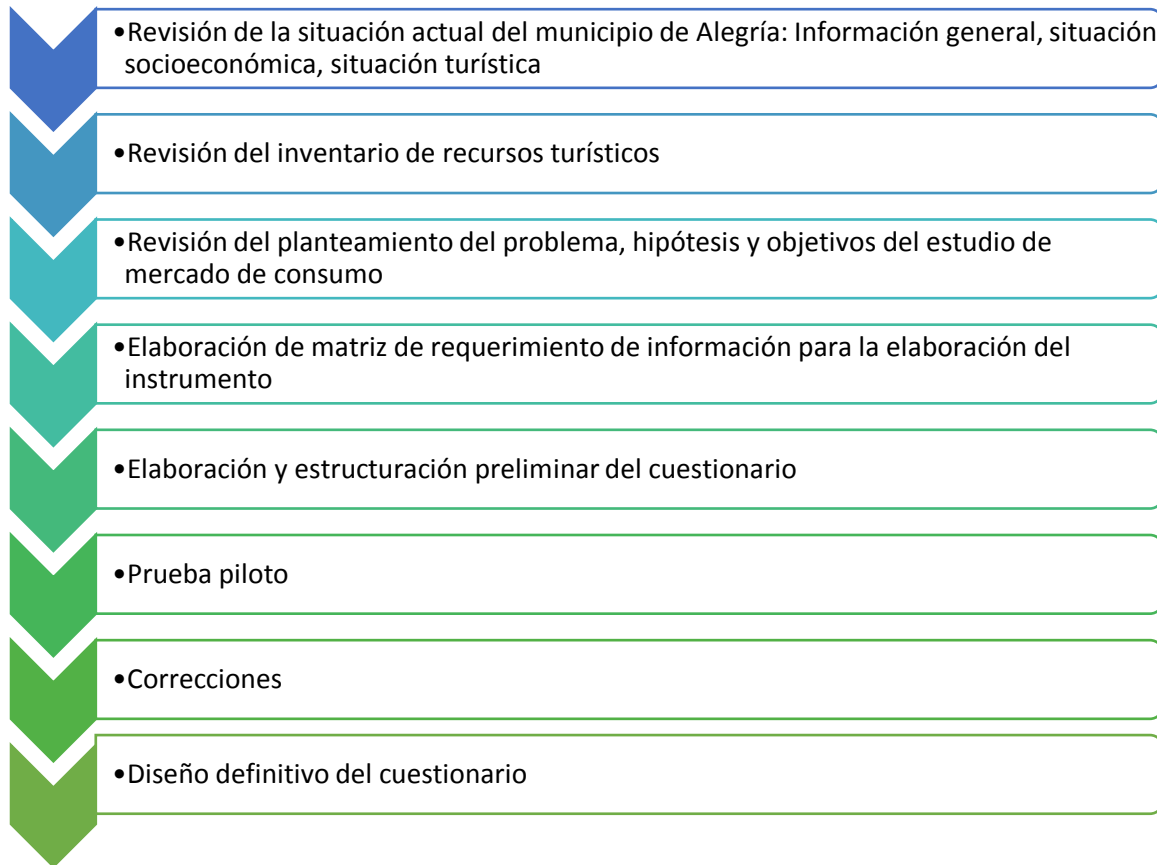


Diagrama 3 - Metodología del diseño de los instrumentos del mercado de consumo

Fuente: Elaboración propia

5.1.6.2. MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA ELABORACION Y ESTRUCTURACION DEL INSTRUMENTO

5.1.6.2.1. MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA EL MERCADO DE CONSUMO ACTUAL

OBJETIVO	HIPÓTESIS	PREGUNTA
<ul style="list-style-type: none"> Conocer el comportamiento turístico de los visitantes del municipio de Alegría para determinar la frecuencia, la permanencia, la compañía, los medios de transporte y cantidad de dinero a gastar en las visitas que realizan ha dicho municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista no hace visitas con regularidad el municipio de Alegría. La estancia del turista que visita el municipio de Alegría solo dura 1 día. La mayoría de los turistas del municipio Alegría lo visitan en un grupo familiar de padres e hijos. El turista que visita el municipio de Alegría se caracteriza por realizar sus visitas en vehículo propio. Los turistas gastan entre \$20 a \$40 en su visita al municipio de Alegría. La mayoría de turistas se informó del municipio de Alegría por medio de la televisión. 	<p>¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Alegría?</p> <p>¿Con que frecuencia realiza sus visitas al municipio de Alegría?</p> <p>¿En qué época del año prefiere realizar actividades turísticas en el municipio de Alegría?</p> <p>¿Es el municipio de Alegría su destino final del viaje o está de paso?</p> <p>¿Cuánto tiempo permanecerá en su visita en el municipio de Alegría?</p> <p>¿Con quién ha venido acompañado en su visita al municipio de Alegría?</p> <p>¿Qué medio de transporte utilizó para realizar la visita al municipio de Alegría?</p> <p>¿Cuál es la cantidad de dinero promedio que gastará en su visita en el municipio de Alegría?</p> <p>¿Por qué medio se informó del municipio de Alegría como un sitio turístico?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Definir los motivos, factores y atractivos turísticos que incentivan al turista a visitar el municipio de Alegría para establecer las fortalezas de dicho municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> El motivo principal del turista que visita el municipio de Alegría es el descanso. El factor cercanía es el más importante en el turista al momento de decidirse a realizar una visita al municipio de Alegría. 	<p>¿Cuáles han sido sus principales motivos para visitar el municipio de Alegría?</p> <p>¿Cuáles factores influyeron positivamente al decidirse en visitar Alegría?</p>

<ul style="list-style-type: none"> Determinar los atractivos turísticos visitados y servicios turísticos consumidos por los turistas que visitan el municipio de Alegría para determinar cuáles de estos juegan un papel importante en el turismo de dicho municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> La mayoría de turistas ha únicamente visitado el casco urbano o el mirador de las 100 gradas del municipio. El servicio de alimentación es el más solicitado por los turistas. 	<p>¿Cuáles sitios turísticos con los que cuenta Alegría ha visitado?</p> <p>¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Investigar el principal atractivo turístico con el que los turistas identifican al municipio de Alegría para realizar para posteriormente hacer elaborar propuestas de mercadeo. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista considera que el principal atractivo turístico con el que cuenta el municipio de Alegría es La Laguna de Alegría. 	<p>¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Determinar el uso de los servicios que los turistas hacen de la Oficina de Turismo del municipio de Alegría para medir su grado de satisfacción con dichos servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> La mayoría de los turistas no conocen ni hacen uso de los servicios de la Oficina de Turismo del municipio. 	<p>¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría?</p> <p>¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo?</p> <p>¿Por qué no conoce o no ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Investigar los atractivos turísticos poco aprovechados y actividades y servicios que le gustaría encontrar al turista que visita el municipio de Alegría para la elaboración de propuestas de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista percibe que la Laguna de Alegría es el atractivo turístico menos aprovechado. A los turistas les gustaría encontrar otro tipo de actividades turísticas en el municipio de Alegría. 	<p>¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado, de los que usted conoce actualmente, y se pudiese potencializar más de alguna forma en el municipio de Alegría?</p> <p>¿Qué propondría para potencializarlo?</p> <p>¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría?</p> <p>¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía?</p>

<ul style="list-style-type: none"> Determinar la percepción de los turistas que visitan el municipio de Alegría con respecto a la señalización turística y la infraestructura vial para detectar deficiencias y elaborar propuestas de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista considera que existe pésima señalización turística. El turista considera que la infraestructura vial se encuentra en mal estado. 	<p>¿Qué tan buena considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio?</p> <p>¿Qué tan buena es la señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Medir el grado de satisfacción que tiene el turista que visita el municipio de Alegría 	<ul style="list-style-type: none"> El turista no está tan satisfecho con su visita al municipio de Alegría. 	<p>¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría?</p> <p>¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría?</p> <p>¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría?</p>

Tabla 23 - Matriz de requerimiento de información para el mercado de consumo actual

Fuente: Elaboración propia

5.1.6.2.2. MATRIZ DE REQUERIMIENTO DE INFORMACION PARA EL MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL

OBJETIVO	HIPÓTESIS	PREGUNTA
<ul style="list-style-type: none"> Conocer las características generales del comportamiento turístico de las personas latentes de visitar el municipio de Alegría para determinar si estos podrían ser futuros visitantes de dicho municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista potencial no tiene el comportamiento de un turista que pueda visitar el municipio de Alegría. 	<p>¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?</p> <p>¿En qué época del año prefiere realizar actividades turísticas?</p> <p>¿Cuánto tiempo utiliza para realizar una actividad turística?</p> <p>¿Con quienes acostumbra a practicar actividades turísticas?</p> <p>¿Qué medio de transporte utiliza y prefiere al momento de visitar algún sitio turístico?</p> <p>¿Cuánto dinero en promedio gasta cada vez que realiza alguna actividad turística?</p> <p>¿Por qué medio se informa usted acerca de la actividad turística y los sitios que puede visitar en el país?</p> <p>¿Qué tipos de turismo ha realizado?</p> <p>¿Cuáles son los principales motivos que lo llevan a desarrollar turismo?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Conocer si de las personas latentes de visitar el municipio de Alegría han realizado alguna visita en el pasado en el municipio de Alegría para determinar su percepción acerca de los atractivos y servicios turísticos que presta el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> El turista potencial no ha visitado el municipio de Alegría. El turista potencial que ha visitado en alguna ocasión el municipio de Alegría solo conoce el casco urbano y el mirador de las 100 gradas como atractivo turístico. El turista potencial que ha visitado en alguna ocasión el municipio de Alegría no ha hecho uso de los servicios de turísticos. 	<p>¿Ha visitado alguna vez el municipio de Alegría?</p> <p>¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Alegría?</p> <p>¿Cuáles factores influyeron positivamente al decidirse en visitar Alegría?</p> <p>¿Cuáles sitios turísticos ha visitado?</p> <p>¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría?</p> <p>¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría?</p>

	<ul style="list-style-type: none"> El turista potencial que ha visitado el municipio de Alegría percibe que el principal atractivo turístico con el que cuenta el municipio de Alegría es La Laguna de Alegría, que a su vez, es el atractivo turístico menos aprovechado. 	<p>¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo? ¿Por qué no conoce o no ha hecho uso del servicio Oficina de Turismo? ¿Qué tan buena considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio? ¿Qué tan buena es la señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría? ¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría? ¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado y se pudiese potencializarse más en el municipio de Alegría? ¿Qué propondría para potencializarlo? ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría? ¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía? ¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría? ¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría? ¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría?</p>
<ul style="list-style-type: none"> Conocer si de las personas latentes de visitar el municipio de Alegría no ha realizado alguna visita en el pasado para indagar las razones de 	<ul style="list-style-type: none"> El turista potenciales que no han visitado el municipio de Alegría no le ha llamado la atención visitarlo. 	<p>¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Alegría? ¿Sabía usted que el municipio de Alegría cuenta con atractivos turísticos como la</p>

<p>porque no han realizado alguna visita a dicho municipio.</p>	<ul style="list-style-type: none">• El turista potencial que no han visitado el municipio de Alegría no le gustaría visitar el municipio en un futuro.	<p>Laguna de Alegría (laguna color verde esmeralda debido al azufre de origen volcánico), 3 miradores turísticos, clima fresco de altura, un pintoresco casco urbano, una iglesia colonial, rutas turísticas ecológicas, etc. y además con servicios turísticos como lo son hostales, hoteles y restaurantes? ¿Le gustaría visitar el municipio de Alegría?</p>
---	--	---

Tabla 24 - Matriz de requerimiento de información para el mercado de consumo potencial

Fuente: Elaboración propia

5.1.6.3. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE INFORMACION

5.1.6.3.1. INSTRUMENTO PARA EL MERCADO DE CONSUMO ACTUAL

El instrumento de recolección de información para el mercado de consumo actual se encuentra en el **ANEXO 4**.

5.1.6.3.2. INSTRUMENTO PARA EL MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL

El instrumento de recolección de información para el mercado de consumo potencial se encuentra en el **ANEXO 5**.

5.1.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

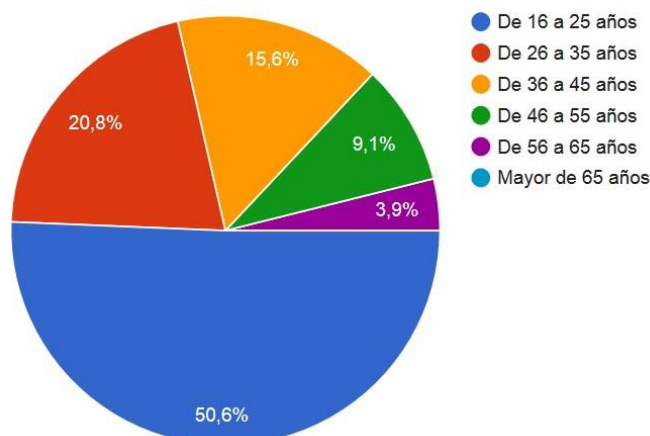
A continuación, se presenta los resultados finales obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de información (Encuestas) para los segmentos de mercado en estudio: mercado de consumo actual y mercado de consumo potencial turístico del municipio de Alegría

5.1.7.1. RESULTADOS DE MERCADO DE CONSUMO ACTUAL

PARTE A: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Edad

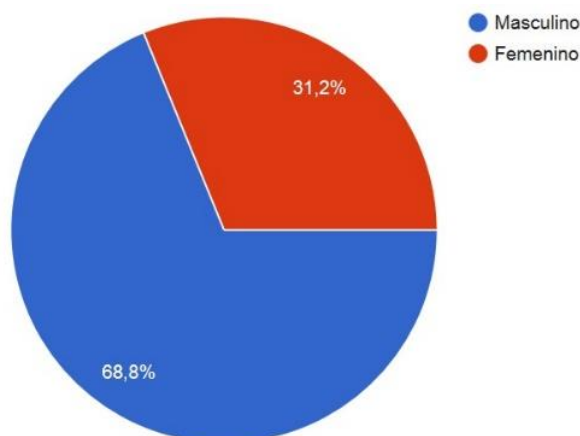
Opciones	Frec.	%
16-25 años	39	50.6%
26-35 años	16	20.8%
36-45 años	12	15.6%
46-55 años	7	9.1%
56-65 años	3	3.9%
Mayor 65	0	0.0%
Total	77	100%



Al observar el gráfico, más de 2/3 de las personas que visitan actualmente el municipio de Alegría (71.4%) tienen una edad que oscila entre los 16 y 35 años. A partir se puede decir que gran parte de los visitantes del municipio son personas de edad joven, por lo tanto se deberán diseñar estrategias enfocadas en satisfacer las necesidades, los gustos y preferencias de este segmento de la población.

Sexo

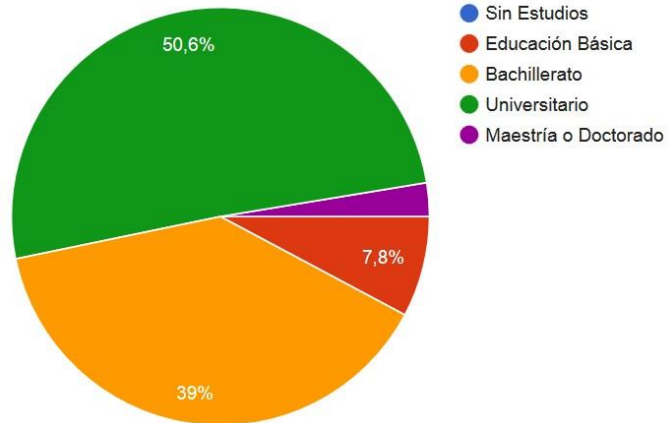
Opciones	Frec.	%
Masculino	53	68.8%
Femenino	24	31.2%
Total	77	100%



Según el estudio, el 68.8% de los visitantes actuales del municipio de Alegría son pertenecientes al sexo masculino. Es importante tomar este aspecto en cuenta al momento de diseñar y establecer los componentes del plan de desarrollo turístico del municipio.

Nivel de Estudios Alcanzado

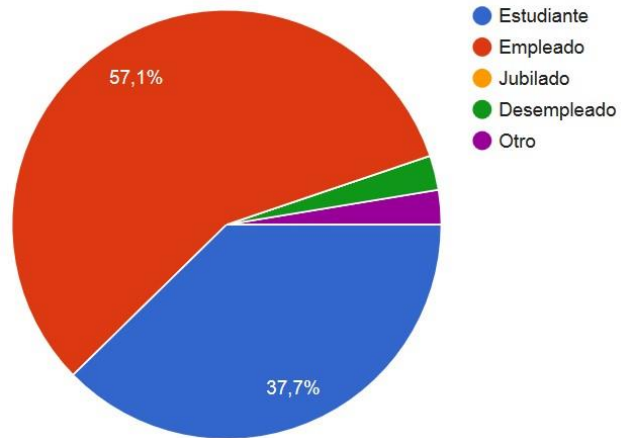
Opciones	Frec.	%
Sin estudios	0	0.0
Educ. Básica	6	7.8%
Bachillerato	30	39.0%
Universitario	39	50.6%
Maestría o doctorado	2	2.6%
Total	77	100%



La mayor parte de los turistas que visitan el municipio de Alegría (92.2%) al menos han obtenido título de bachiller. Esto demuestra que los turistas que visitan el municipio tienen un nivel educativo mayor que el básico. Es de destacar que el 50.6% de los encuestados afirman tener un título universitario; esto demuestra que la mitad de los visitantes tienen un nivel educativo alto. Esta información es útil al momento de diseñar el plan, ya que puede considerarse que a mayor nivel de estudios, mayor es la capacidad adquisitiva de las personas.

Ocupación

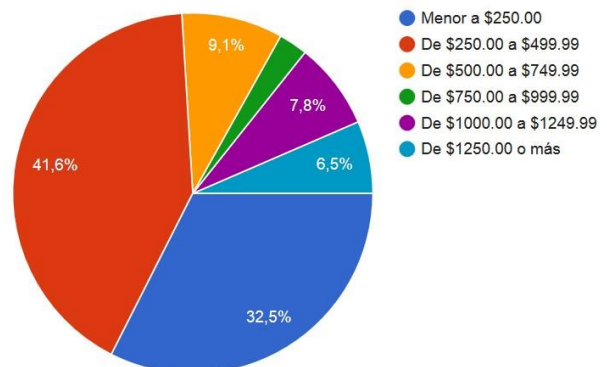
Opciones	Frec.	%
Estudiante	29	37.7%
Empleado	44	57.1%
Jubilado	0	0.0%
Desempleado	2	2.6%
Otro	2	2.6%
Total	77	100%



El 57.1% de los encuestados (la mayoría) afirman tener empleo. Esto quiere decir que la mayoría de los visitantes tienen un trabajo remunerado; información importante a considerar, ya que tienen poder adquisitivo. Es de destacar también que el 37.7% de los encuestados afirman ser estudiantes, quienes posiblemente no tengan poder adquisitivo, pero tengan un grupo familiar con buenas capacidades económicas.

Ingresos económicos

Opciones	Frec.	%
Menor a \$250.00	25	32.5%
\$250.00 a \$499.99	32	41.6%
\$500.00 a \$749.99	7	9.1%
\$750.00 a \$999.99	2	2.6%
\$1000.00 a \$1249.99	6	7.8%
\$1250.00 o mas	5	6.5%
Total	77	100%



La mayor parte de los encuestados, que son el 41.6%, afirman tener entre \$250.00 a \$499.99; mientras que el 32.5% dijo tener ingresos menores a \$250.00 y el resto (25.9%) afirmó tener ingresos económicos iguales o superiores a \$500.00. Este dato es importante, ya que puede diseñarse el plan, ajustado a los ingresos económicos de los turistas.

Procedencia:

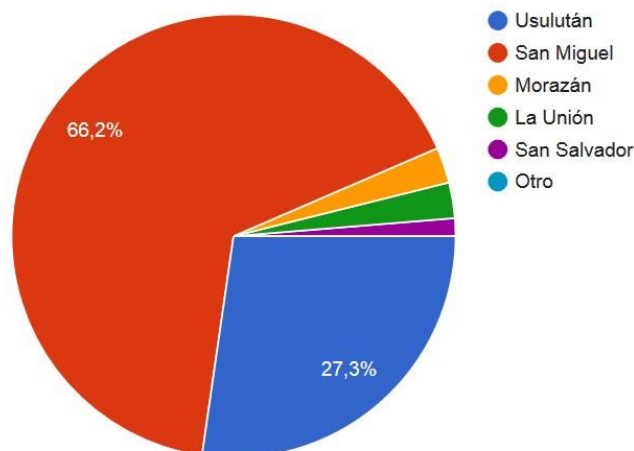
Opciones	Frec.	%
Internacional	0	0.0%
Nacional	77	100%
Total	77	100%

El 100% de los turistas afirmó ser de procedencia NACIONAL y ninguno afirmó ser extranjero. Esto puede deberse a que la visita de extranjeros al municipio es en realidad muy baja y el día que se realizó la encuesta no se encontraba ninguno de visita en el municipio. Estos datos se pueden contrastar con los arrojados por el “Plan de desarrollo turístico de Alegría 2008”, el cual afirma que el 98% de los turistas son de procedencia nacional, vs un 2% de procedencia extranjera. Por lo tanto, el diseño de la oferta turística tiene que ir orientada a las preferencias del turista nacional.

PROCEDENCIA NACIONAL:

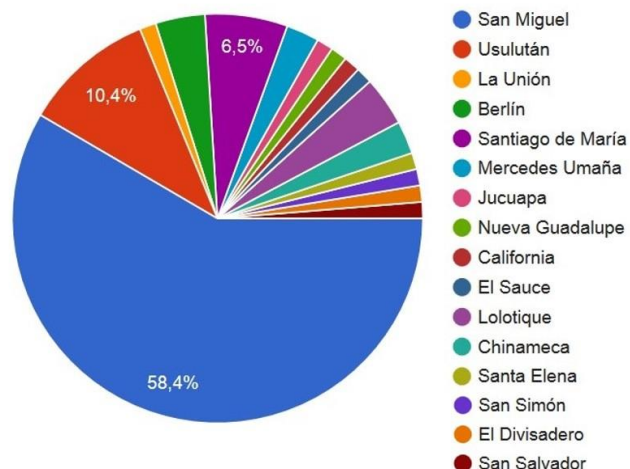
Departamento:

Opciones	Frec.	%
Usulután	21	27.3%
San Miguel	51	66.2%
Morazán	2	2.6%
La Unión	2	2.6%
San Salvador	1	1.3%
Total	77	100%



Municipio

Opciones	Frec.	%
San Miguel	45	58.4%
Usulután	8	10.4%
La Unión	1	1.3%
Berlín	3	3.9%
Santiago de María	5	6.5%
Mercedes Umaña	2	2.6%
Jucuapa	1	1.3%
Nueva Guadalupe	1	1.3%
California	1	1.3%
El Sauce	1	1.3%
Lolotique	3	3.9%
Chinameca	2	2.6%
Santa Elena	1	1.3%
San Simón	1	1.3%
El Divisadero	1	1.3%
San Salvador	1	1.3%
Total	77	100%

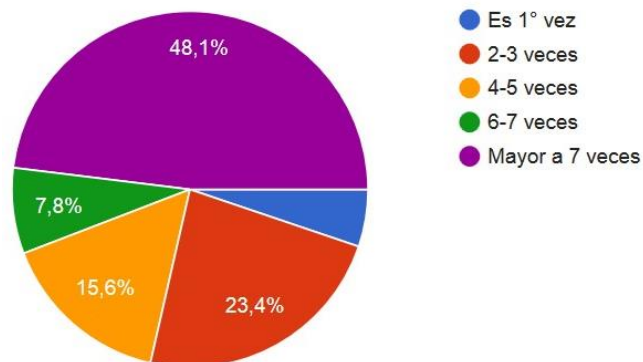


Al analizar el gráfico se observa que más de la mitad de los turistas que visitan el municipio de Alegría (el 66.2%) pertenecen al departamento de San Miguel y el 27.3% al departamento de Usulután. También es de destacar que el 58.4% de los turistas viven en el municipio de San Miguel y 10.4% en el municipio de Usulután. Esto se debe a que dichos municipios son cabeceras departamentales donde se encuentra concentrada la mayor parte de la población de los departamentos. En conclusión puede afirmarse que la mayoría de los turistas que visitan el municipio de Alegría pertenecen a la zona oriental del país (98.7%), esto contrasta con la información del “Plan de desarrollo turístico de Alegría 2008”, el cual dice que el 84% de los visitantes del municipio de Alegría son originarios de la zona oriental del país. Es de poner especial atención a esta información ya que “San Salvador” tiene bajísima participación y es donde se concentra buena parte de la población del país.

PARTE B: CUESTIONARIO

1- ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Alegría?

Opciones	Frec.	%
Es 1° vez	4	5.2%
2-3 veces	18	23.4%
4-5 veces	12	15.6%
6-7 veces	6	7.8%
Mayor 7 veces	37	48.1%
Total	77	100%

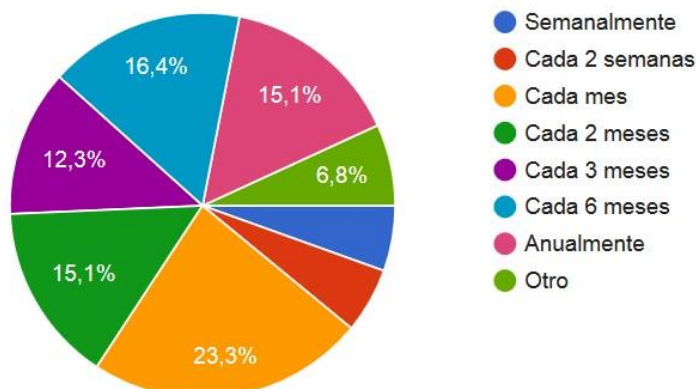


Casi la mitad de los turistas (48.1%) afirmaron que han visitado el municipio más de 7 veces, y solo el 5.2% afirmaron

que era la primera vez que visitaba el municipio. Esto refleja un dato positivo y uno negativo: La mitad de los turistas que visita el municipio de Alegría lo ha visitado más de 7 veces, que se traduce inversión en el municipio, pero el municipio tiene una baja proporción de turistas que visitan por primera vez el municipio. Esto muestra que hay que desarrollar estrategias publicitarias hacer para incrementar el número de turistas nuevos que visitan el municipio.

2- ¿Con que frecuencia realiza sus visitas al municipio de Alegría?

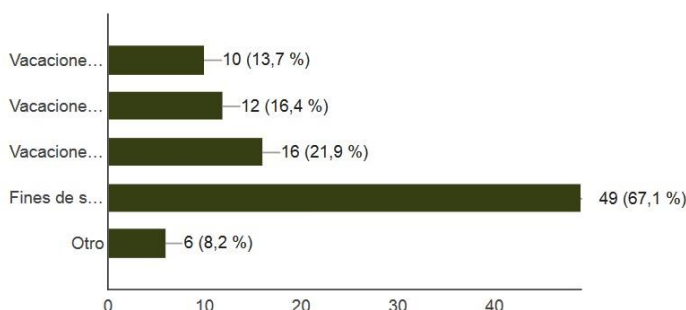
Opciones	Frec.	%
Semanalmente	4	5.5%
Cada 2 sem.	4	5.5%
Cada mes	17	23.3%
Cada 2 meses	11	15.1%
Cada 3 meses	9	12.3%
Cada 6 meses	12	16.4%
Anualmente	11	15.1%
Otro	5	6.8%
Total	73	100%



La frecuencia con la que los turistas visitan nuevamente el municipio de Alegría está muy repartida, en el sentido que no existe una tendencia notable. Se puede describir que el 23.3% de los encuestados (la opción con mejor valoración) visitan el municipio cada mes, mientras que el 5.5% de los encuestados visitan el municipio semanalmente o cada 2 semanas (opciones con menor valoración). Uno de los objetivos del plan de desarrollo es que el turista visite el municipio frecuentemente.

3- ¿En qué época del año prefiere realizar actividades turísticas en el municipio de Alegría?

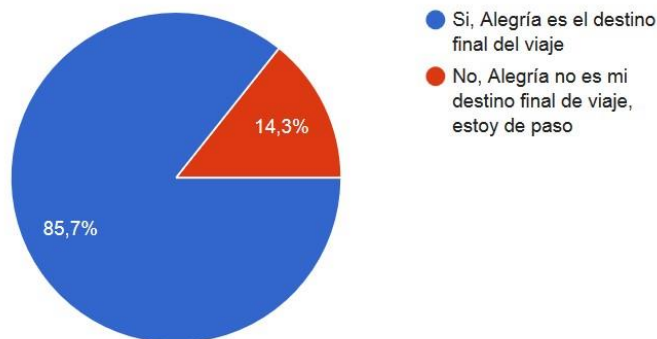
Opciones	Frec.	%
Vacaciones de Semana Santa	10	13.7%
Vacaciones Agostinas	12	16.4%
Vacaciones de Fin de Año	16	21.9%
Fines de Semana	49	67.1%
Otro	6	8.2%



La mayoría calificada de los turistas (67.1%) afirman que prefieren visitar el municipio los fines de semana. Esto quiere decir que las ofertas turísticas a proponer en el plan tienen que estar diseñadas para tener mayor realce los fines de semana. Las demás opciones (Semana Santa, Agosto y Fin de Año) son de poca relevancia para el turista actual; ya que el turista no prefiere realizar visitas en estas épocas.

4- ¿Es el municipio de Alegría su destino final del viaje o está de paso?

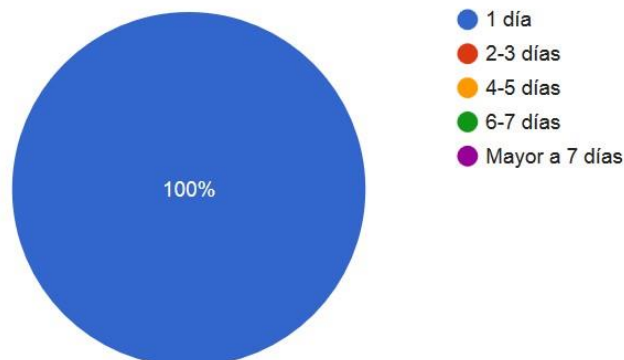
Opciones	Frec.	%
Si	66	85.7%
No	11	14.3
Total	77	100%



El 85.7% de los turistas afirmaron que el municipio de Alegría es su destino final de viaje y solo el 14.3% dijo que estaba “de paso” por el municipio y que su destino final era otro. Esto demuestra que la mayoría de los turistas contemplan al municipio como un destino turístico final de viaje, en el cual invierten su tiempo y su dinero y no simplemente quieren “conocer” o “hechar un vistazo” por estar de paso.

5- ¿Cuánto tiempo durará su visita en el municipio de Alegría?

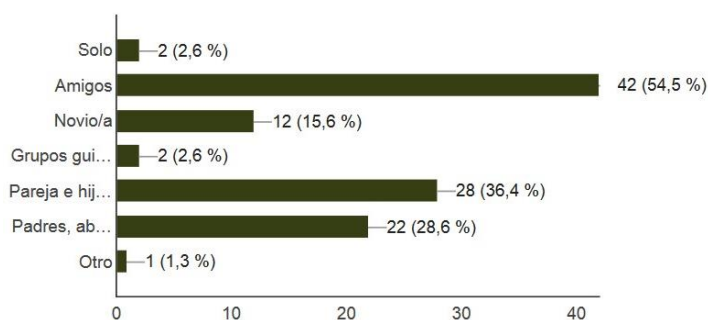
Opciones	Frec.	%
1 día	77	100%
2-3 días	0	0.0%
4-5 días	0	0.0%
6-7 días	0	0.0%
Mayor 7 días	0	0.0%
Total	77	100%



El 100% de los turistas dijeron que su visita en el municipio de Alegría duraría 1 día. Esto demuestra los turistas que visitan el municipio no tienen ningún incentivo ni intención por quedarse a dormir en el municipio y que esto es algo que puede potencializarse mediante la creación actividades que incentiven al turista a pernoctar.

6- ¿Con quién ha venido acompañado en su visita al municipio de Alegría?

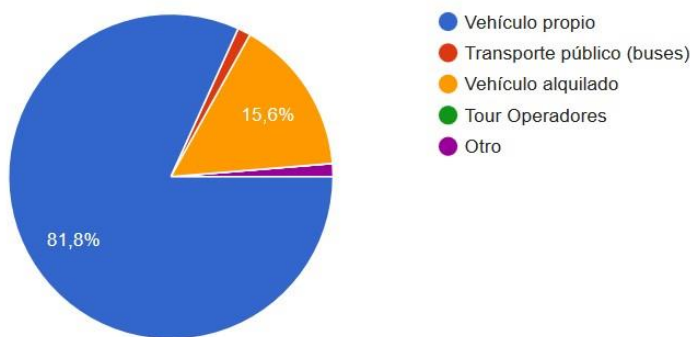
Opciones	Frec.	%
Solo	2	2.6%
Amigos	42	54.5%
Novio/a	12	15.6%
Grupos guiados	2	2.6%
Pareja e hijos	28	36.4%
Padres, abuelos, hermanos, etc.	22	28.6%
Otro	1	1.3%



El 54.4% de los turistas (más de la mayoría) se hacen acompañar en su visita por sus amistades, el 36.4% por su pareja e hijos y el 28.6% por sus padres, abuelos y hermanos. El diseño del plan tiene que ir orientado en la mejora de la oferta turística dirigido a este segmento del mercado.

7- ¿Qué medio de transporte utilizó para realizar la visita al municipio de Alegría?

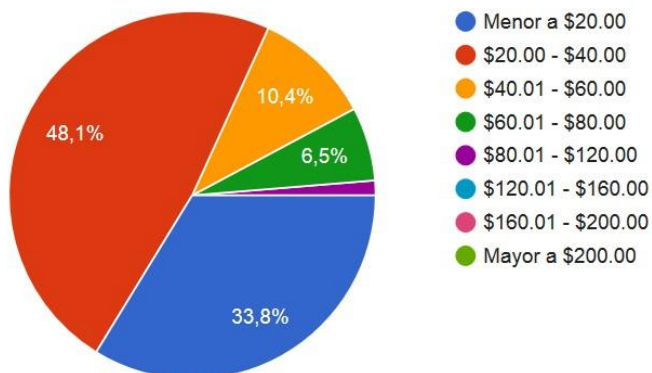
Opciones	Frec.	%
Vehículo propio	63	81.8%
Transporte público	1	1.3%
Vehículo alquilado	12	15.6%
Tour operadores	0	0.0%
Otro	1	1.3%
Total	77	100%



El 81.8% de los encuestados manifestaron que sus visitas al municipio las realizan el vehículo propio. Esto demuestra que el turista que visita Alegría, además de tener empleo y poder adquisitivo, cuenta con un vehículo propio para desplazarse. Es de tener en cuenta que si el turista visita el municipio en su vehículo, el municipio tiene que estar preparado con suficiente estacionamiento y buena señalización vial.

8- ¿Cuál es la cantidad de dinero promedio que gastará en su visita en el municipio de Alegría?

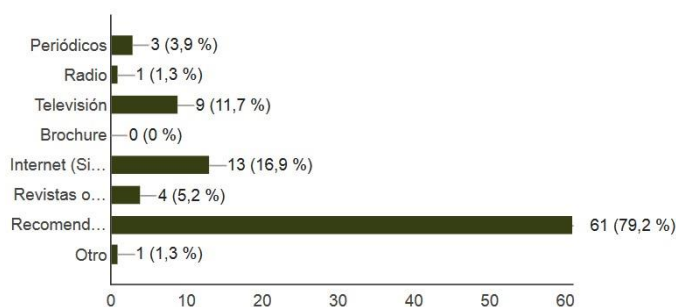
Opciones	Frec.	%
Menor a \$20.00	26	33.8%
\$20.00 a \$40.00	37	48.1%
\$40.01 a \$60.00	8	10.4%
\$60.01 a \$80.00	5	6.5%
\$80.01 a \$120.00	1	1.3%
\$120.01 a \$160.00	0	0.0%
\$160.01 a \$200.00	0	0.0%
Mayor a \$200.00	0	0.0%
Total	77	100%



Casi la mitad de los encuestados (48.1%) dijeron que la cantidad de dinero promedio que gastarán en su visita al municipio oscila entre \$20.00 a \$40.00; mientras que el 33.8% de los encuestados manifestaron que gastarán menos de \$20.00 y solo el 18.2% gastaría más de \$40.00. Es importante tomar en cuenta dicho dato al momento de la fijación de algún precio, ya que éste refleja, además del dinero que gastará el turista en su visita, la disposición económica de este.

9- ¿Por qué medio se informó del municipio de Alegría como un sitio turístico?

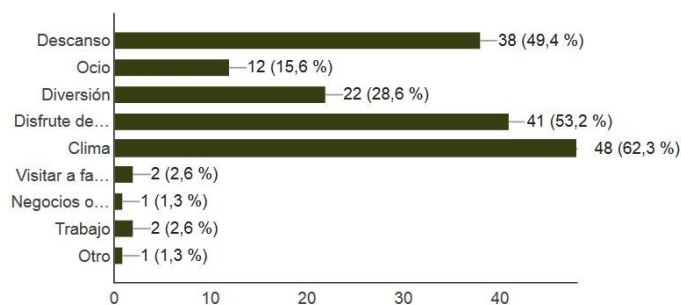
Opciones	Frec.	%
Periódico	3	3.9%
Radio	1	1.3%
Televisión	9	11.7%
Brochure	0	0.0%
Internet	13	16.9%
Revistas	4	5.2%
Recomendado por conocidos	61	79.2%
Otro	1	1.3%



Con el 79.2%, los turistas que visitan el municipio de Alegría se informaron del municipio como una “recomendación por conocidos”. Esto muestra el alto nivel de influencia que tienen las personas sobre sus conocidos y que un medio muy efectivo de difusión de los atractivos del municipio es de “boca en boca”. Además, esto también expresa que las personas que han visitado el municipio en algún momento cuentan sus experiencias de haber visitado Alegría y esto hace que a las personas a las que les cuentan sus experiencias se animen a visitar el municipio. Este medio de información es efectivo y de bajo costo, pero al mismo tiempo el turista que ha visitado el municipio tiene que llevarse una experiencia muy grata para recomendarlo, de lo contrario, no lo hará. Este medio se puede seguir utilizando estratégicamente para lograr que más turistas visiten el municipio.

10- ¿Cuáles han sido sus principales motivos para visitar el municipio de Alegría?

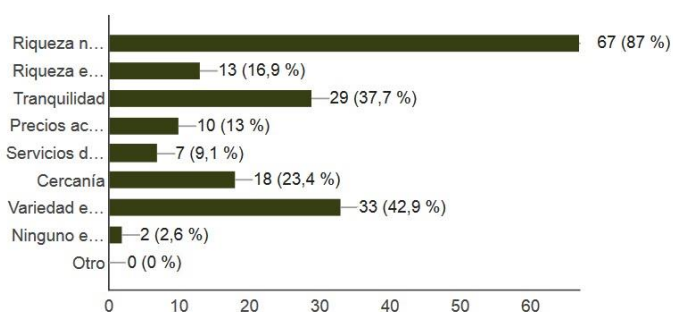
Opciones	Frec.	%
Descanso	38	49.4%
Ocio	12	15.6%
Diversión	22	28.6%
Disfrute del paisaje y naturaleza	41	53.2%
Clima	48	62.3%
Visita a familiares	2	2.6%
Negocios o estudio	1	1.3%
Trabajo	2	2.6%
Otro	1	1.3%



La mayoría de los turistas aseguraron (opciones marcadas por casi el 50% o más de los encuestados) que los 3 principales motivos por los cuales visitan Alegría son: El clima, disfrute del paisaje y descanso. Esto indica que Alegría es visitado por la naturaleza geográfica y que las propuestas del plan de desarrollo turístico deben considerar dichos motivos. También indica que el motivo diversión, que fue marcada por un 28.6% de los encuestados, podría potencializarse brindando servicios que estén orientados a este campo.

11- De los siguientes factores, ¿Cuáles de ellos influyeron positivamente al decidirse a visitar Alegría?

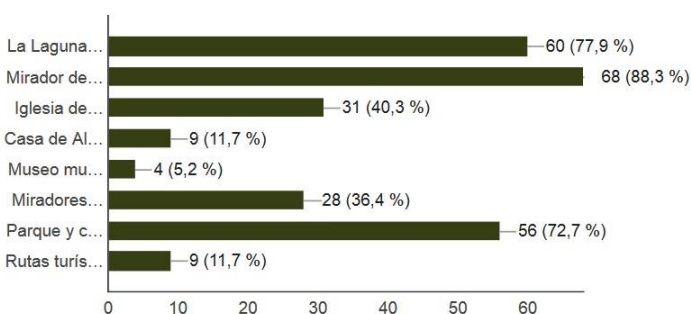
Opciones	Frec.	%
Riqueza natural	67	87.0%
Riqueza en historia y cultura	13	16.9%
Tranquilidad	29	37.7%
Precios accesibles	10	13.0%
Servicios de alojamiento y alimentación	7	9.1%
Cercanía	18	23.4%
Gastronomía	33	42.9%
Ninguno en particular	2	2.6%
Otro	0	0.0%



Casi 9 de cada 10 encuestados (87%) afirmaron que el factor más importante al momento de decidirse en visitar Alegría fue la riqueza natural. Este dato es importante, ya que indica que el turista espera encontrar opciones de servicios que involucren contacto directo con la naturaleza, como lo son el ecoturismo, caminatas, senderismo, etc. En 2° lugar está la variedad en gastronomía y en 3° está la tranquilidad que ofrece el municipio.

12- De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Alegría, ¿Cuáles ha visitado?

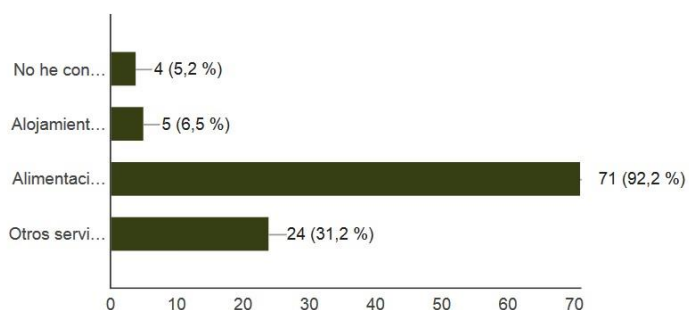
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	60	77.9%
Mirador de las 100 gradas	68	88.3%
Iglesia de Alegría	31	40.3%
Casa de Alberto Masferrer	9	11.7%
Museo Municipal	4	5.2%
Miradores turísticos	28	36.4%
Parque y casco urbano	56	72.7%
Rutas turísticas	9	11.7%



En la gráfica se puede observar que más del 72.7% de los turistas han visitado la Laguna de Alegría, el Mirador de las 100 gradas y el parque y casco urbano de Alegría; esto indica que son atractivos muy visitados. El resto de atractivos como los miradores en las carreteras, la iglesia de Alegría, el museo municipal, la casa de Alberto Masferrer y las rutas turísticas son poco populares y visitadas. En base a esto, con el plan, pueden desarrollarse estrategias de promoción y publicidad sobre los atractivos poco visitados para potencializarlos.

13- ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría?

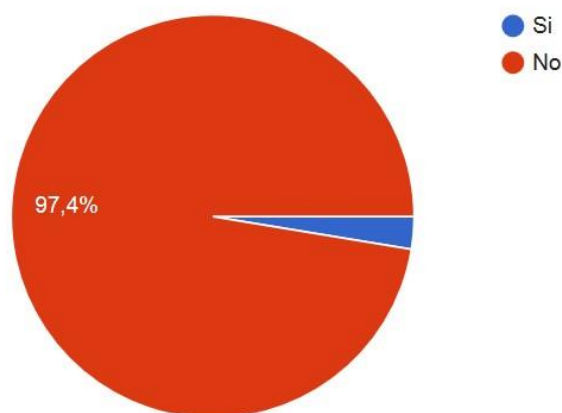
Opciones	Frec.	%
No he consumido ninguno	4	5.2%
Alojamiento	5	6.5%
Alimentación	71	92.2%
Otros: Viveros, artesanías	24	31.2%



9 de cada 10 encuestados afirma haber consumido el servicio de Alimentación, y 3 de cada 10 afirman haber consumido otros servicios como lo son la venta de artesanías y venta de plantas. Al mismo tiempo solo el 6.5% afirmaron haber consumido servicio de Alojamiento. Se puede decir que el turista que visita el municipio no busca quedarse más de 1 día en el municipio y contrasta con los resultados de la pregunta 5. Esto indica que hay que buscar formas de incentivar al turista a quedarse más de 1 día al momento de visitar el municipio y potencializar dicho servicio turístico y beneficiar a los pequeños empresarios.

14- ¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría?

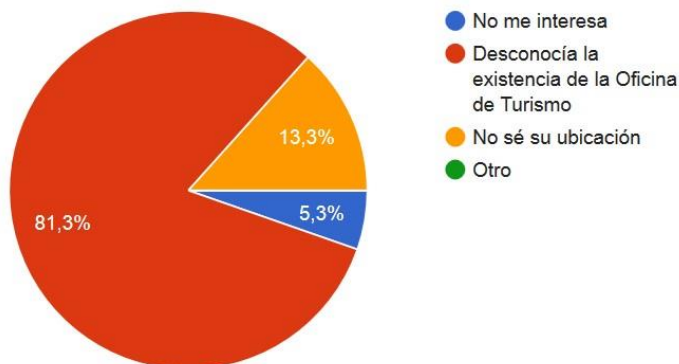
Opciones	Frec.	%
Si	2	2.6%
No	75	97.4%
Total	77	100%



Casi la totalidad de los encuestados (el 97.4%) no conocen ni ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de la municipalidad; esto indica que hay que crear medios en que el turista conozca y haga uso de la Oficina de Turismo y sus servicios, ya que actualmente estos resultados indican que es un recurso desaprovechado por parte de los turistas y al mismo tiempo es un recurso "ocioso" por parte de la municipalidad.

15- ¿Por qué no conoce o no ha hecho uso de los servicio Oficina de Turismo?

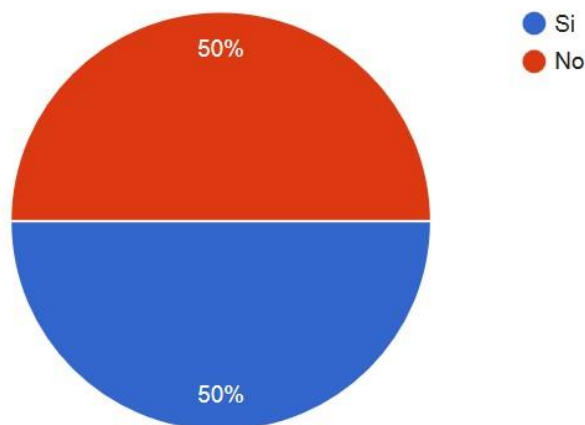
Opciones	Frec.	%
No me interesa	4	5.3%
Desconocía su existencia	61	81.3%
No sé su ubicación	10	13.3%
Otro	0	0.0%
Total	75	100%



La mayoría de los turistas que afirmaron desconocer y no haber hecho uso la Oficina de Turismo de Alegría (81.3%) expreso que no la conoce porque no sabía su existencia y el 13.3% porque no sabía su ubicación. Esto demuestra que hay que promocionar de alguna forma la Oficina de turismo para que el turista haga uso de ella. Solo el 5.3% de los encuestados (la minoría) afirmó que no les interesa saber acerca de la Oficina de Turismo.

16- ¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo?

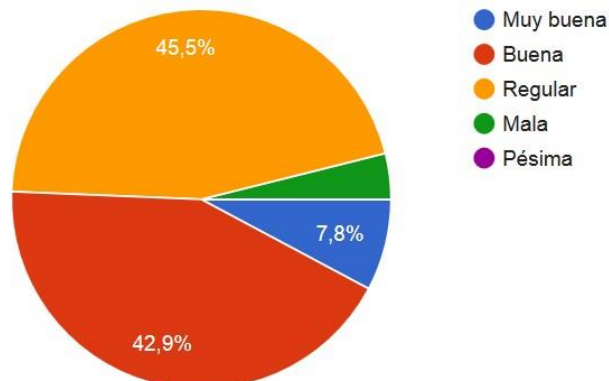
Opciones	Frec.	%
Si	1	50.0%
No	1	50.0%
Total	2	100%



La mitad de los turistas que afirmaron conocer y haber hecho uso de la Oficina de turismo de Alegría dijeron que están satisfechos con los servicios y la información que se brinda, mientras que la otra mitad dijo no estar satisfechos. En base a preguntas anteriores se concluyó que la Oficina de Turismo necesita promoción y publicidad, pero no está demás mejorar los servicios que actualmente tiene.

17- ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio?

Opciones	Frec.	%
Muy buena	6	7.8%
Buena	33	42.9%
Regular	35	45.5%
Mala	3	3.9%
Pésima	0	0.0%
Total	77	100%

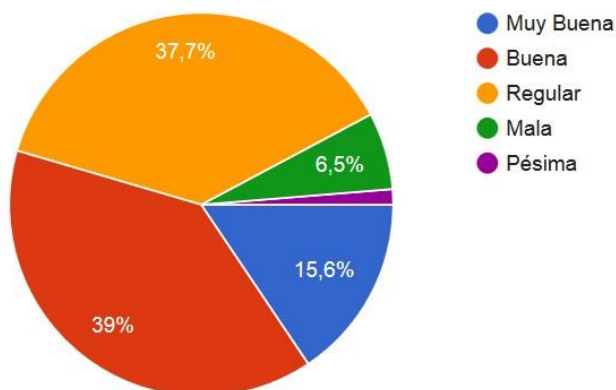


La mayor parte de los turistas (45.5%) afirmaron que la infraestructura vial se

encuentra buena y el 42.9% afirmó que se la infraestructura vial se encuentra regular, por lo tanto se puede decir que el 88.4% perciben la infraestructura vial entre Regular-Buena. Como conclusión puede decirse que la infraestructura vial del municipio está bastante aceptable, pero puede mejorarse de alguna manera, en especial las vías de acceso principales del municipio.

18- ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría?

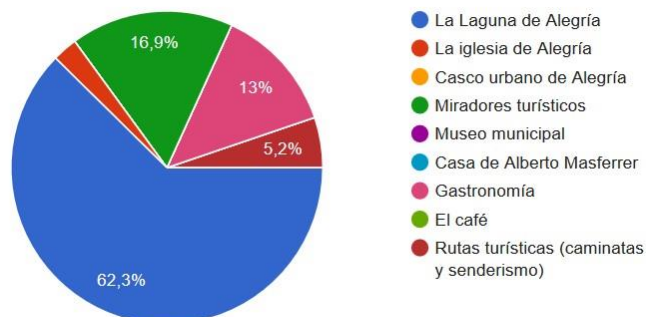
Opciones	Frec.	%
Muy buena	12	15.6%
Buena	30	39.0%
Regular	29	37.7%
Mala	5	6.5%
Pésima	1	1.3%
Total	77	100%



La mayor parte de los turistas (39%) afirmaron que la señalización turística se encuentra buena y el 37.7% afirmó que se encuentra regular, por lo tanto se puede decir que el 76.7% perciben que la señalización turística es entre Regular-Buena. Por lo tanto, puede decirse que la señalización turística del municipio está bastante aceptable, pero en alguna medida puede mejorarse.

19- ¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría?

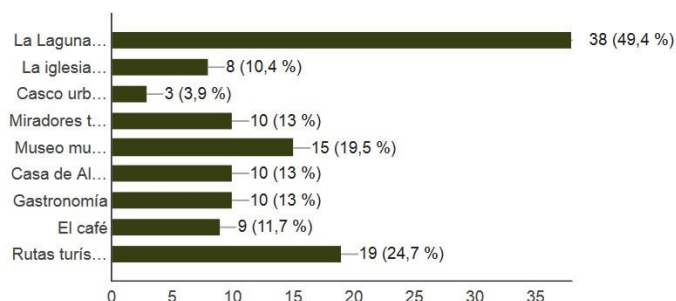
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	48	62.3%
Iglesia de Alegría	2	2.6%
Casco urbano	0	0.0%
Miradores turísticos	13	16.9%
Museo Municipal	0	0.0%
Casa de Alberto Masferrer	0	0.0%
Gastronomía	10	13.0%
El café	0	0.0%
Rutas turísticas	4	5.2%
Total	77	100%



La mayoría de los encuestados afirmaron con un 62.3% que el principal atractivo turístico con el que se puede identificar al municipio de Alegría es la Laguna de Alegría, versus a los miradores turísticos y a la gastronomía con un 16.9% y 13% respectivamente. El resto de atractivos fue marcado minoritariamente, a excepción de algunos que no fueron marcados. Esta información puede utilizarse al momento de la elaboración de alguna campaña publicitaria o algún tipo de promoción del municipio; ya que dicho atractivo es la "imagen del municipio"

20- ¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado, de los que usted conoce actualmente, y se pudiese potencializar más de alguna forma en el municipio de Alegría?

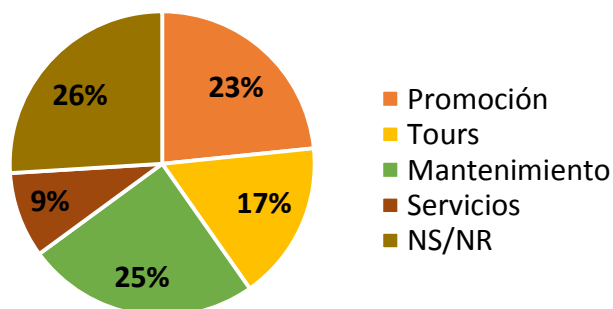
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	38	49.4%
Iglesia de Alegría	8	10.4%
Casco urbano	3	3.9%
Miradores turísticos	10	13.0%
Museo Municipal	15	19.5%
Casa de Alberto Masferrer	10	13.0%
Gastronomía	10	13.0%
El café	9	11.7%
Rutas turísticas	19	24.7%



A pesar que en la pregunta anterior la Laguna de Alegría resultara ser el atractivo con el cual se identificaba mejor al municipio de Alegría, casi la mitad de los encuestados afirmaron que es el atractivo más desaprovechado y que pudiese potencializarse. Los siguientes 2 atractivos más marcados fueron las rutas turísticas y el museo municipal. Es importante esta información brindada por los consumidores actuales, ya que es un indicador que se tienen que elaborar propuestas de mejora en materia turística alrededor de estos atractivos.

21- Para el/los atractivos seleccionados en la pregunta anterior, ¿Qué propondría para potencializarlo?

Opciones	Frec.	%
Promoción y publicidad	18	23%
Tours y guías	13	17%
Mantenimiento Laguna	19	25%
Mejora en Servicios turísticos	7	9%
NS/NR	20	26%
Otros	77	100%



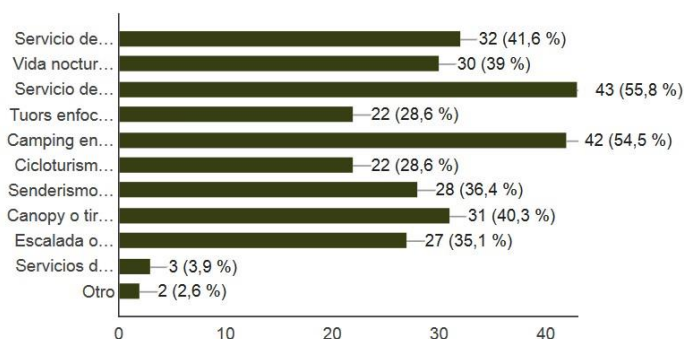
Los encuestados sugieren que:

- Con un 25% se le de mantenimiento a la Laguna de Alegría, se mejore su infraestructura, que se creen mejores áreas de descanso, se de transporte desde el casco urbano del municipio y se creen nuevos servicios turísticos, como lo son canopy y camping.

- Con un 23% se mejore la promoción y publicidad de los atractivos y se brinde la información necesaria de cada uno.
- Con un 17% que hayan guías turísticos que den orientación de los atractivos, que se brinden recorridos guiados por cada uno, que hayan deportes extremos y caminatas alrededor de la Laguna de Alegría
- Con un 9% que haya mejor variedad de comida típica en el municipio, se de seguridad policial y que haya un reordenamiento en el comercio del casco urbano
- Un 26% no saben o no responden a la pregunta.

22- ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría?

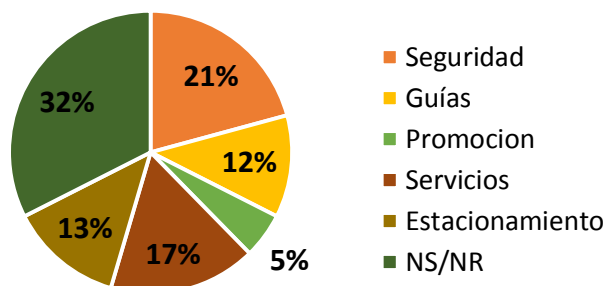
Opciones	Frec.	%
Guías turísticos	32	41.6%
Vida nocturna	30	39.0%
Cuadrimotos o bicicletas (Laguna)	43	55.8%
Tour de café	22	28.6%
Camping	42	54.5%
Cicloturismo	22	28.6%
Senderismo y caminatas	28	36.4%
Canopy	31	40.3%
Rapel	27	35.1%
Otros serv. De alimentación	3	3.9%
Otros	2	2.6%



Las actividades más sobresalientes de las cuales al turista le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría se encuentran: Servicio de cuadrimotos o bicicletas a la Laguna de Alegría, camping en la Laguna de Alegría, servicio de guías turísticos y canopy o tirolesa. Estos resultados deben de tomarse en cuenta en el diseño del plan de desarrollo ya que son los deseos y necesidades de los consumidores actuales.

23- ¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía?

Opciones	Frec.	%
Seguridad	16	21%
Guías turísticos	9	12%
Promoción de sus atractivos	4	5%
Mejora de servicios estacionamiento	13	17%
estacionamiento	9	13%
NS/NR	25	32%
Total	77	100%

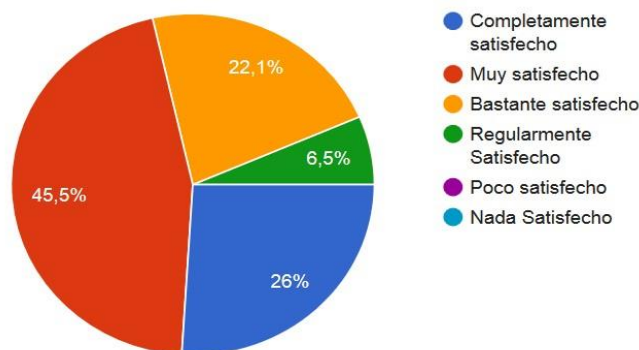


Los encuestados manifiestan que las cosas necesarias implementar por parte de la municipalidad son:

- Con un 21% mayor seguridad policial en el municipio.
- Con un 12% que hayan guías turísticos los cuales proporcionen información del pueblo, su historia y sus atractivos.
- Con un 5% que haya mayor promoción de sus atractivos
- Con un 17% que haya mejora en los servicios turísticos, limpieza en el casco urbano, mejor señalización turística, transporte a la laguna, show los fines de semana, áreas de esparcimiento y recreación de niños, etc.
- Con un 13% que haya orden en el centro del municipio y sobre todo espacio para estacionamiento de vehículos.
- Un 32% no saben o no responden a la pregunta.

24- ¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría?

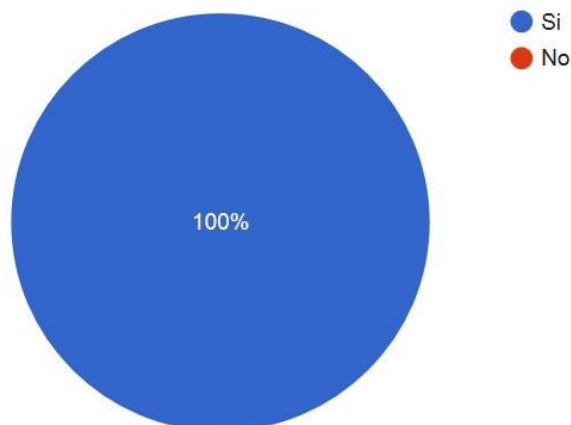
Opciones	Frec.	%
Completamente	20	26.0%
Muy	35	45.5%
Bastante	17	22.1%
Regularmente	5	6.5%
Poco	0	0.0%
Nada	0	0.0%
Total	77	100%



La mayor parte de los encuestados (45.5%) consideran que están muy satisfechos en su visita al municipio de Alegría. Además el 26.0% considera que está completamente satisfecho y el 22.1% considera que esta bastante satisfecho. Solo el 6.5% considera que esta regularmente satisfecho y ninguno afirmar esta poco o nada satisfecho en su visita. Esta pregunta es alentadora que indica un alto grado de satisfacción de los turistas en sus visitas, pero también indica que podría mejorarse este grado de satisfacción para que en próximas visitas el turista este “completamente satisfecho”. Para lograr esto, es necesario cumplir con las expectativas del turista que visita el municipio de Alegría.

25- ¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría?

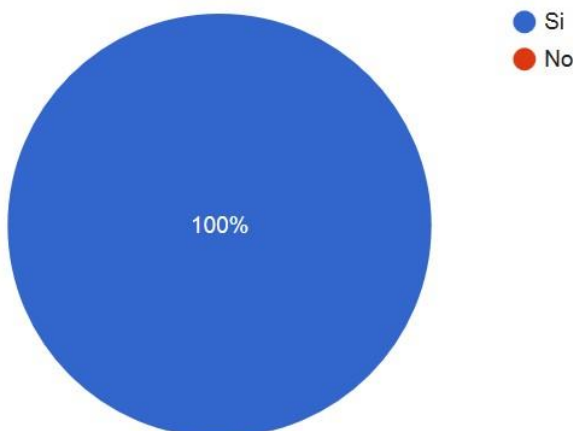
Opciones	Frec.	%
Si	77	100%
No	0	0.0%
Total	77	100%



El 100% de los encuestados aseguraron que recomendarían el municipio de Alegría a sus conocidos. Esto indica el agrado que género la visita del turista al municipio; y además, como se obtuvo el resultado de preguntas anteriores, la mayoría de ellos visitan el municipio porque se los recomendó algún conocido. Se puede concluir que hay que mejorar los atractivos y servicios que presta el municipio para cumplir y superar las expectativas que se forma la persona a la cual le recomiendan que visite el municipio y de esta manera mantener siempre el 100% de recomendación.

26- ¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría?

Opciones	Frec.	%
Si	77	100%
No	0	0.0%
Total	77	100%



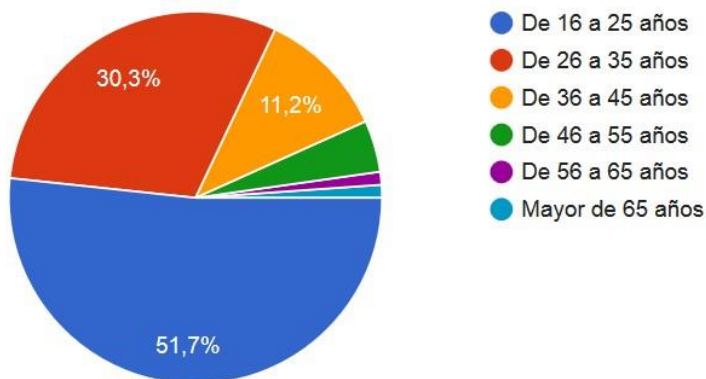
Todos los encuestados afirmaron que visitarían nuevamente el municipio de Alegría; por lo tanto hay que mejorar los atractivos y servicios turísticos para que siempre el 100% de los turistas tengan intenciones de visitar en futuras ocasiones el municipio, invierta y esto contribuya al desarrollo local.

5.1.7.2. RESULTADOS DE MERCADO DE CONSUMO POTENCIAL

PARTE A: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Edad

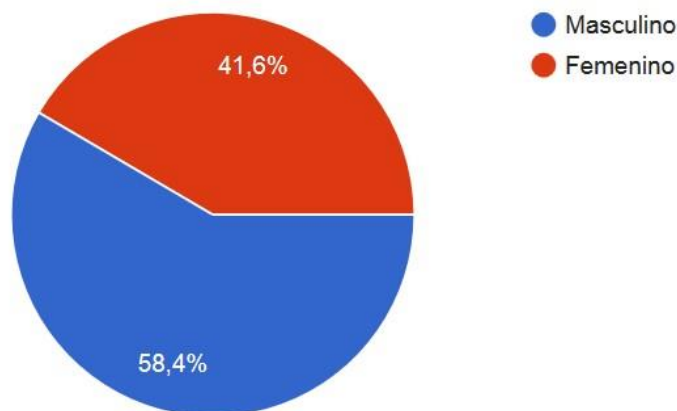
Opciones	Frec.	%
16-25 años	46	51.7%
26-35 años	27	30.3%
36-45 años	10	11.2%
46-55 años	4	4.5%
56-65 años	1	1.1%
Mayor 65	1	1.1%
Total	89	100%



Al observar el gráfico, alrededor de 4 de cada 5 personas encuestadas del AMSS (82.0%) tienen una edad que oscila entre los 16 y 35 años. A partir se puede decir que gran parte de los consumidores potenciales son personas de edad joven, por lo tanto se deberán diseñar estrategias enfocadas en satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de este segmento de la población.

Sexo

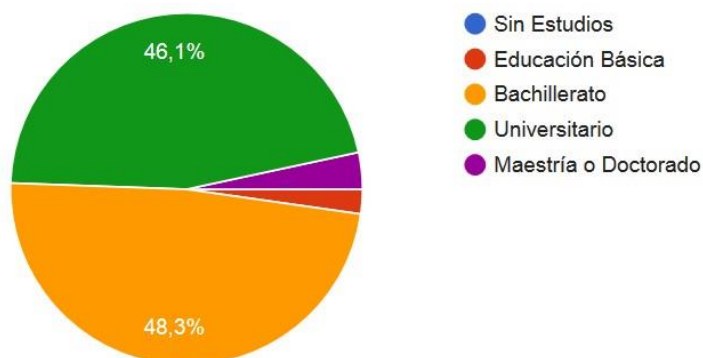
Opciones	Frec.	%
Masculino	52	58.4%
Femenino	37	41.6%
Total	89	100%



Según el estudio, el 58.4% de las personas encuestadas del AMSS son pertenecientes al sexo masculino. No es de extrañarse de estos resultados, ya que en la población salvadoreña, el sexo masculino suele tener mayor capacidad adquisitiva que el femenino; por lo tanto, puede que haya más personas pertenecientes al sexo masculino en el estudio. Es importante tomar este aspecto en cuenta al momento de diseñar y establecer los componentes del plan de desarrollo turístico del municipio; ya que pueden establecerse esfuerzos enfocados mayoritariamente al sexo masculino.

Nivel de Estudios Alcanzado

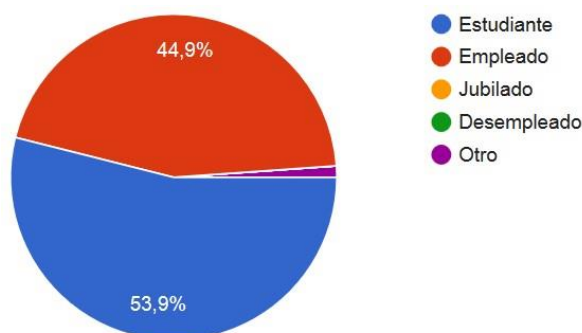
Opciones	Frec.	%
Sin estudios	0	0.0
Educ. Básica	2	2.2%
Bachillerato	43	48.3%
Universitario	41	46.1%
Maestría o doctorado	3	3.4%
Total	89	100%



La mayor parte de los encuestados del AMSS pertenecientes al segmento de mercado en estudio (94.4%) al menos han obtenido título de bachiller. Este dato contrasta mucho con los resultados obtenidos en la encuesta realizada al mercado consumidor actual realizada en el municipio de Alegría, ya que el 92.2% de los encuestados también habían obtenido al menos un título de bachiller; esto significa que se el segmento de mercado consumidor potencial es muy similar en este sentido al mercado consumidor actual. También, esto demuestra que las personas del AMSS tienen un nivel educativo mayor que el básico. Es de destacar que el 46.1% de los encuestados afirman tener un título universitario; esto demuestra que casi la mitad de los visitantes tienen un nivel educativo alto. Esta información es útil al momento de diseñar el plan, ya que puede considerarse que a mayor nivel de estudios, mayor es la capacidad adquisitiva de las personas.

Ocupación

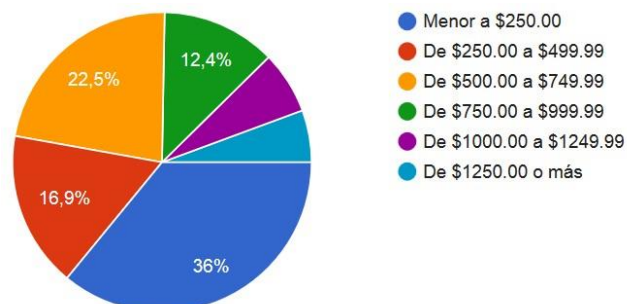
Opciones	Frec.	%
Estudiante	48	53.9%
Empleado	40	44.9%
Jubilado	0	0.0%
Desempleado	0	0.0%
Otro	1	1.1%
Total	89	100%



El 53.9% de los encuestados (la mayoría) afirman ser estudiante, mientras que el 44.9% afirma ser empleado. Esto quiere decir que la mayoría de los encuestados son estudiantes, quienes posiblemente no tengan poder adquisitivo, pero tengan un grupo familiar con buenas capacidades económicas; mientras que los que son empleados tienen un trabajo remunerado; información importante a considerar, ya que tienen poder adquisitivo.

Ingresos económicos

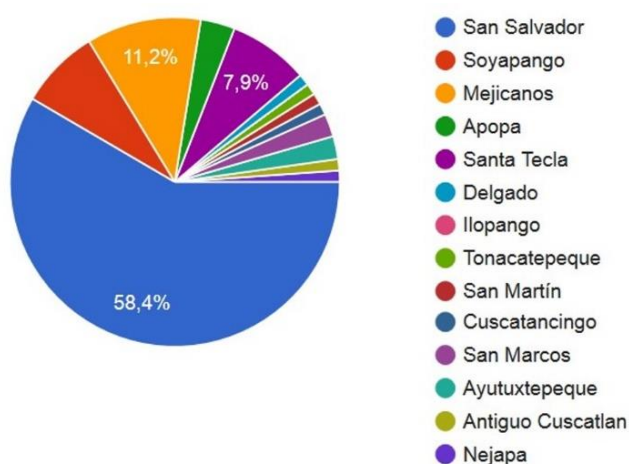
Opciones	Frec.	%
Menor a \$250.00	32	36.0%
\$250.00 a \$499.99	15	16.9%
\$500.00 a \$749.99	20	22.5%
\$750.00 a \$999.99	11	12.4%
\$1000.00 a \$1249.99	6	6.7%
\$1250.00 o mas	5	5.6%
Total	89	100%



La mayor parte de los encuestados, que son el 36.0%, afirman tener ingresos económicos menores \$250.00. En segunda instancia están las personas que tienen ingresos económicos de \$500.00 a 749.99 y en tercera instancia los que tiene ingresos económicos entre \$250 a \$499.99. Como se espera, en el AMSS es la zona más desarrollada económicamente del país, por lo tanto se espera que las personas tengan ingresos económicos más altos. Si se hace un pequeño análisis, resulta ser que el 47.1% de las personas (del segmento en estudio) tienen ingresos económicos superiores a los \$500.00, que demuestra una buena capacidad adquisitiva. Este dato es importante, ya que puede diseñarse el plan, ajustado a los ingresos económicos del mercado de consumo potencial.

Municipio del AMSS de residencia:

Opciones	Frec.	%
San Salvador	52	58.4%
Soyapango	7	7.9%
Mejicanos	10	11.2%
Apopa	3	3.4%
Santa Tecla	7	7.9%
Delgado	1	1.1%
Ilopango	0	0.0%
Tonacatepeque	1	1.1%
San Martín	1	1.1%
Cuscatancingo	1	1.1%
San Marcos	2	2.2%
Ayutuxtepeque	2	2.2%
Antiguo Cuscatlán	1	1.1%
Nejapa	1	1.1%
Total	89	100%

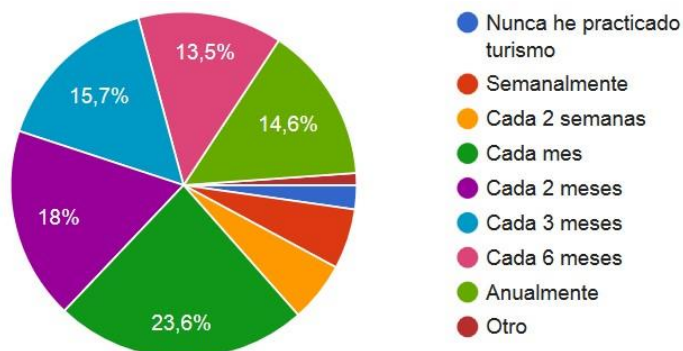


Al analizar el gráfico se observa que más de la mitad de los encuestados pertenecen al municipio de San Salvador (58.4%) mientras que el 11.2%, 7.9% y 7.9% pertenecen a los municipios de Mejicanos, Soyapango y Santa Tecla respectivamente. El restante 14.6% pertenece al resto de municipios del AMSS. Es importante destacar que el municipio de San Salvador es la capital del país, y que además, es un municipio en el que a diario transitan muchas personas pertenecientes al resto de municipios del AMSS y el resto del país. Cabe destacar lo anterior porque es un importante eje estratégico para llevar a cabo alguna campaña publicitaria y abarcar (informativamente) a la mayor parte de la población.

PARTE B: CUESTIONARIO

1- ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?

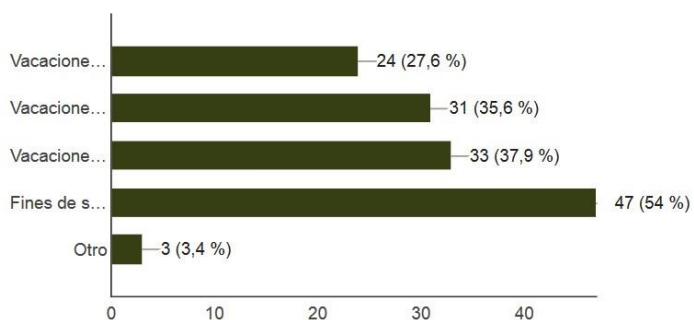
Opciones	Frec.	%
Nuca	2	2.2%
Semanalmente	5	5.6%
Cada 2 sem.	5	5.6%
Cada mes	21	23.6%
Cada 2 meses	16	18.0%
Cada 3 meses	14	15.7%
Cada 6 meses	12	13.5%
Anualmente	13	14.6%
Otro	1	1.1%
Total	89	100%



La frecuencia con la que los encuestados del AMSS realizan actividades turísticas está muy repartida, en este sentido, no existe una tendencia notable. Se puede describir que el 23.6% de los encuestados (la opción con mejor valoración) seguido con un 18.0% y 15.7% que visitan el municipio cada 2 meses y cada 3 meses respectivamente. Las frecuencias de actividades turísticas menos valoradas son cada 2 semanas y semanalmente con un 5.6% y las personas que nunca han practicado actividad turística con un 2.2%. Es importante tener en cuenta la frecuencia con la que las personas del AMSS realizan actividades turísticas, ya que uno de los objetivos del plan de desarrollo es que las personas visiten el municipio frecuentemente.

2- ¿En qué época del año prefiere realizar actividades turísticas?

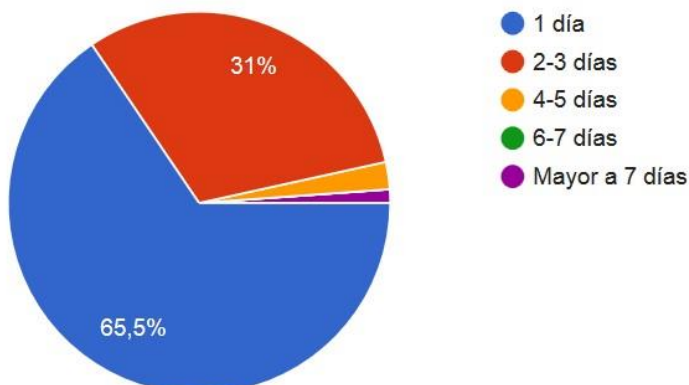
Opciones	Frec.	%
Vacaciones de Semana Santa	24	27.6%
Vacaciones Agostinas	31	35.6%
Vacaciones de Fin de Año	33	37.9%
Fines de Semana	47	54%
Otro	3	3.4%



La mayoría de los encuestados del AMSS (54.0%) afirman que prefieren realizar actividades turísticas los fines de semana. Esto quiere decir que las ofertas turísticas a proponer en el plan tienen que estar diseñadas para tener mayor realce los fines de semana. Las demás opciones (Semana Santa, Agosto y Fin de Año) son de mediana relevancia para las personas encuestadas, con respuestas entre el 27.6% y 37.9%, en donde puede también proponerse ofertas estratégicas para temporadas vacacionales.

3- ¿Cuánto tiempo utiliza para realizar una actividad turística?

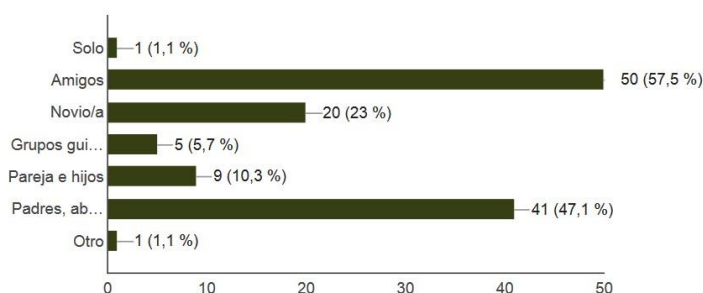
Opciones	Frec.	%
1 día	57	65.5%
2-3 días	27	31.0%
4-5 días	2	2.3%
6-7 días	0	0.0%
Mayor 7 días	1	1.1%
Total	87	100%



La mayoría calificada (65.5%) de los encuestados afirmaron que al momento de realizar actividades turísticas lo hacen durante 1 día, el 31% afirmó hacerlo de 2 a 3 días, el 2.3% de 4 a 5 días y el 1.1% mayor a 7 días. Esto demuestra que el 34.5% de los encuestados tienen alguna intención en quedarse a dormir en sus visitas turísticas, esto se puede aprovechar para desarrollar alguna oferta turística que involucre al servicio turístico alojamiento.

4- ¿Con quienes acostumbra a practicar actividades turísticas?

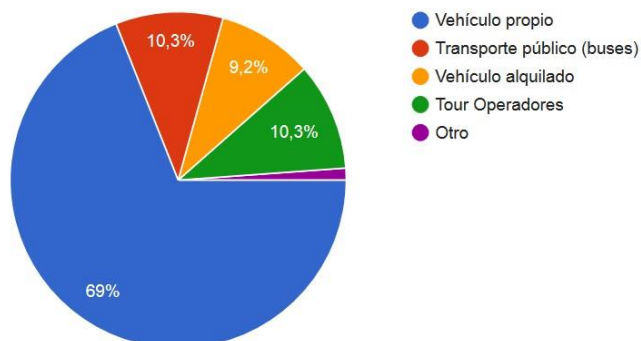
Opciones	Frec.	%
Solo	1	1.1%
Amigos	50	57.5%
Novio/a	20	23%
Grupos guiados	5	5.7%
Pareja e hijos	9	10.3%
Padres, abuelos, hermanos, etc.	41	47.1%
Otro	1	1.1%



El 57.5% de los turistas (más de la mayoría) se hacen acompañar en su visita por sus amistades, el 47.1% por sus padres, abuelos, hermanos y el 23.0% por su novio/a. El diseño del plan tiene que ir orientado en la mejora de la oferta turística dirigido a estos segmentos del mercado.

5- ¿Qué medio de transporte utiliza y prefiere al momento de visitar algún sitio turístico?

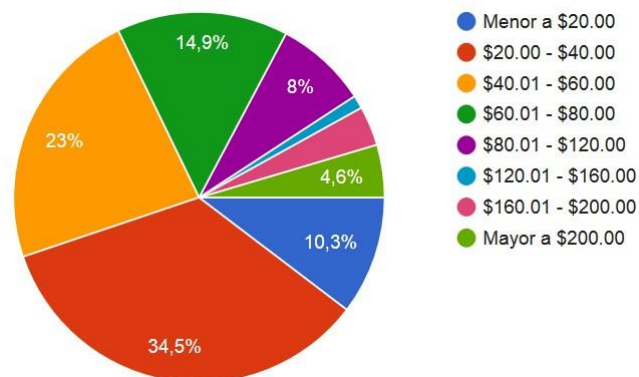
Opciones	Frec.	%
Vehículo propio	60	69.0%
Transporte público	9	10.3%
Vehículo alquilado	8	9.2%
Tour operadores	9	10.3%
Otro	1	1.1%
Total	87	100%



El 69.0% de los encuestados manifestaron que el medio de transporte que utilizan al momento de realizar sus visitas turísticas es el vehículo propio. Esto demuestra que las personas del AMSS, además de tener empleo y poder adquisitivo, cuentan con un vehículo propio para desplazarse. Es de tener en cuenta que, si el turista visita el municipio en su vehículo, el municipio tiene que estar preparado con suficiente estacionamiento y buena señalización vial. En segunda instancia se tienen al transporte público y a los tour operadores con un 10.3% c/u. Es importante no olvidar en el diseño del plan de desarrollo a esta parte de la población que prefiere dichos medios.

6- ¿Cuánto dinero en promedio gasta cada vez que realiza alguna actividad turística?

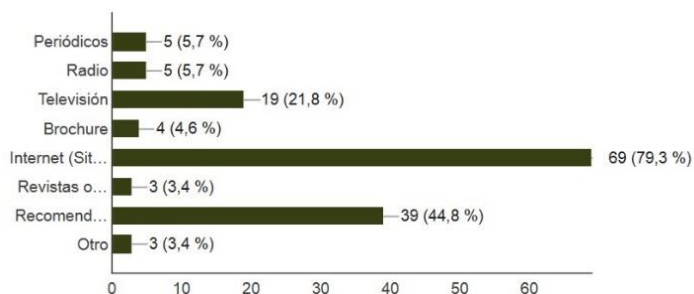
Opciones	Frec.	%
Menor a \$20.00	9	10.3%
\$20.00 a \$40.00	30	34.5%
\$40.01 a \$60.00	20	23.0%
\$60.01 a \$80.00	13	14.9%
\$80.01 a \$120.00	7	8.0%
\$120.01 a \$160.00	1	1.1%
\$160.01 a \$200.00	3	3.4%
Mayor a \$200.00	4	4.6%
Total	87	100%



Buena parte de los encuestados (34.5%) afirmaron que cada vez que realizan alguna actividad turística gastan entre \$20.00 a \$40.00; el 23.0% de los encuestados manifestaron gastan entre \$40.01 y \$60.00 y el 14.9% gastan entre \$60.01 y \$80.00. Como conclusión general se puede decir que el 72.4% de las personas del AMSS gastan entre \$20.00 y \$80.00 en sus actividades turísticas. Es importante tomar en cuenta dicho dato al momento de la fijación de algún precio ya que éste refleja el dinero que normalmente las personas del AMSS están dispuestas a gastar.

7- ¿Por qué medio se informa usted acerca de la actividad turística y los sitios que puede visitar en el país?

Opciones	Frec.	%
Periódico	5	5.7%
Radio	5	5.7%
Televisión	19	21.8%
Brochure	4	4.6%
Internet	69	79.3%
Revistas	3	3.4%
Recomendado por conocidos	39	44.8%
Otro	3	3.4%

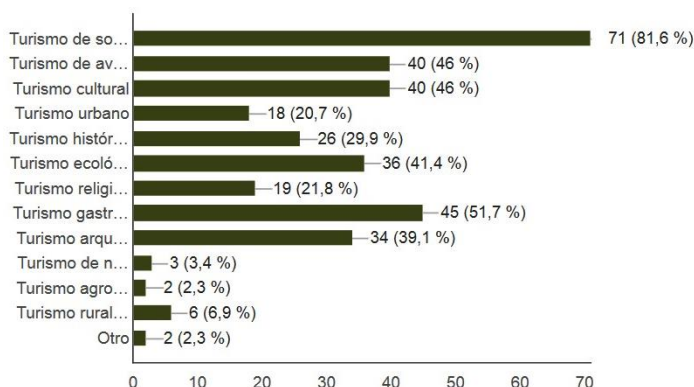


La mayor parte de las personas del AMSS (79.3%) prefieren informarse acerca de los sitios turísticos que puede visitar en el país por medio de internet; además en segunda instancia, el 44.8% de los encuestados dice informarse por medio de recomendación de conocidos. Esto

indica que para las personas del AMSS hay que apostarle a 2 cosas: propaganda por medio del internet y a que la visita de estas personas al municipio de Alegría sea lo suficientemente placentera para que ellas divulguen entre sus conocidos la buena experiencia de visitar Alegría.

8- ¿Qué tipos de turismo ha realizado?

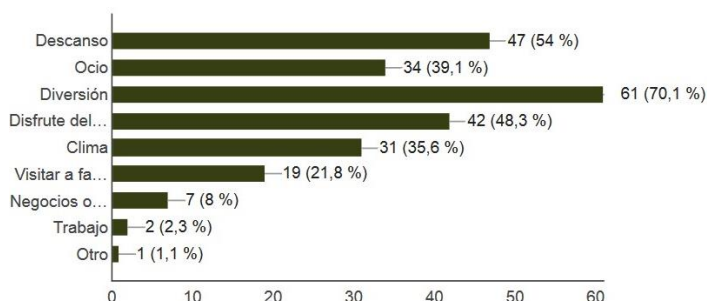
Opciones	Frec.	%
Sol y playa	71	81.6%
Aventura	40	46.0%
Cultural	40	46.0%
Urbano	18	20.7%
Histórico	26	29.9%
Ecológico	36	41.4%
Religioso	19	21.8%
Gastronómico	45	51.7%
Arqueológico	34	39.1%
De Negocios	3	3.4%
Agropecuario	2	2.3%
Rural	6	6.9%
Otro	2	2.3%



4 de cada 5 personas del AMSS ha realizado turismo de sol y playa, 1 de cada 2 ha realizado turismo gastronómico, el 46% ha realizado turismo de aventura y turismo cultura y el 41.4% ha realizado turismo ecológico (Todas las opciones anteriores fueron las más marcadas). Alegría busca apostarle al turismo de aventura y el turismo ecológico; esta pregunta demuestra que las personas del AMSS tienen preferencia por los tipos de turismo en que Alegría piensa apostar, por lo que se puede decir que es un mercado con potencial.

9- ¿Cuáles son los principales motivos que lo llevan a desarrollar turismo?

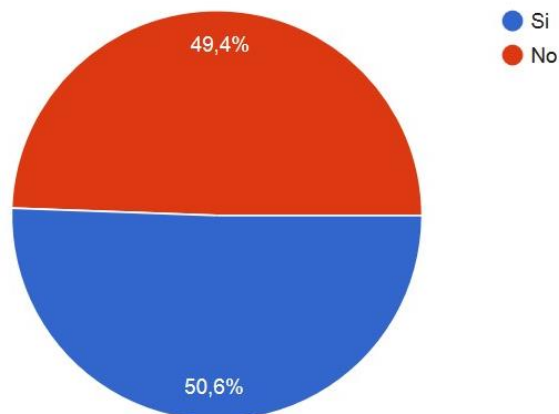
Opciones	Frec.	%
Descanso	47	54.0%
Ocio	34	39.1%
Diversión	61	70.1%
Disfrute del paisaje y naturaleza	42	48.3%
Clima	31	35.6%
Visita a familiares	19	21.8%
Negocios o estudio	7	8.0%
Trabajo	2	2.3%
Otro	1	1.1%



La mayoría de las personas del AMSS aseguraron (opciones marcadas por casi el 50% o más de los encuestados) que los 3 principales motivos que los llevan a desarrollar actividades turísticas son: Diversión, descanso y disfrute del paisaje. Esto indica que hay que desarrollar estrategias enfocadas en la implementación de acciones que cumplan estas 3 excusas que las personas del AMSS utilizan para desarrollar turismo. También indica que el motivo clima, que fue marcada por un 35.6% de los encuestados, no es tan importante para las personas del AMSS como lo es para las personas que visitan el municipio de Alegría actualmente.

10- ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Alegría?

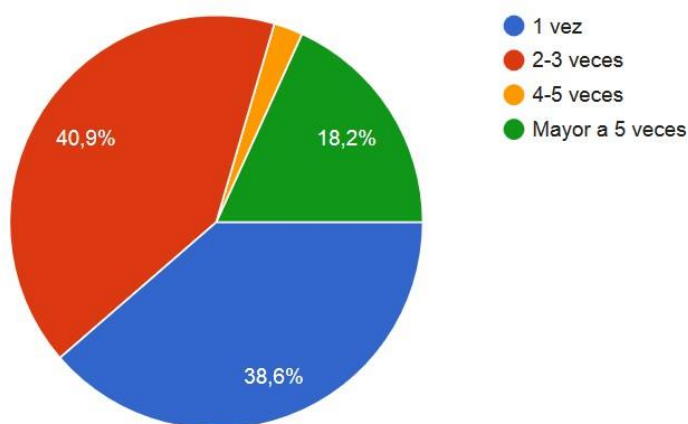
Opciones	Frec.	%
Si	44	50.6%
No	43	49.4%
Total	87	100%



En pocas palabras, prácticamente la mitad de las personas encuestadas del AMSS han visitado en algún momento el municipio de Alegría y la otra mitad nunca lo ha hecho. Esto indica que hay que hacer esfuerzos enfocados en animar a la parte que nunca ha visitado el municipio de Alegría a que lo haga, y en que los que ya lo visitaron, incentivarlo a que lo vuelva a hacer, teniendo en cuenta los cambios que el municipio sufrirá a partir de la ejecución del plan de desarrollo.

11- ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Alegría?

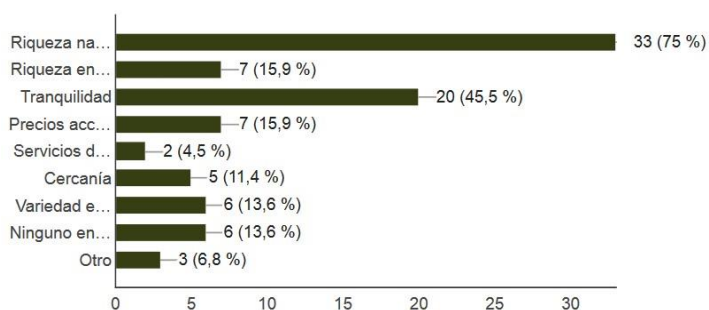
Opciones	Frec.	%
1° vez	17	38.6%
2-3 veces	18	40.9%
4-5 veces	1	2.3%
Mayor 5 veces	8	18.2%
Total	44	100%



Buena parte de la población (40.9%) que ya ha visitado el municipio de Alegría lo ha hecho de 2 a 3 veces, el 38.6% lo ha hecho 1 tan sola vez, mientras que el resto lo ha hecho mayor o igual a 4 veces. Hay que incentivar de alguna manera a población a que siga visitando el municipio y que en futuras visitas, puedan encontrar algo diferente.

12- De los siguientes factores, ¿Cuáles de ellos influyeron positivamente al decidirse en visitar Alegría?

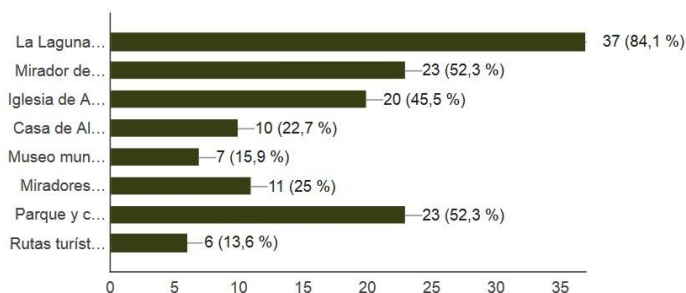
Opciones	Frec.	%
Riqueza natural	33	75%
Riqueza en historia y cultura	7	15.9%
Tranquilidad	20	45.5%
Precios accesibles	7	15.9%
Servicios de alojamiento y alimentación	2	4.5%
Cercanía	5	11.4%
Gastronomía	6	13.6%
Ninguno en particular	6	13.6%
Otro	3	6.8%



3 de cada 4 encuestados (75%) que ya han visitado el municipio de Alegría afirmaron que el factor más importante al momento de decidirse en visitar Alegría fue la riqueza natural. Este dato es importante, ya que indica que las personas esperan encontrar opciones de servicios que involucren contacto directo con la naturaleza, como lo son el ecoturismo, caminatas, senderismo, etc. En 2° opción resalta la tranquilidad que ofrece el municipio con un 45.5%. Para el resto de opciones, tienen una marca menor del 16% de los encuestados.

13- De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Alegría, ¿Cuáles visitó?

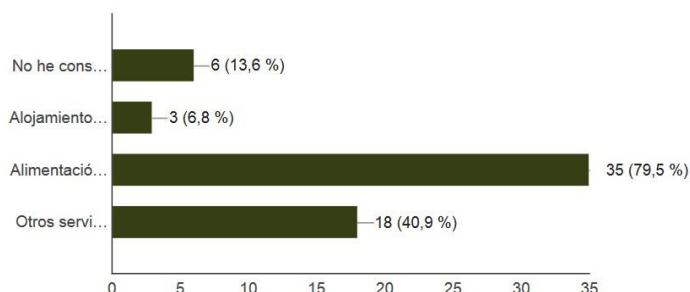
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	37	84.1%
Mirador de las 100 gradas	23	52.3%
Iglesia de Alegría	20	45.5%
Casa de Alberto Masferrer	10	22.7%
Museo Municipal	7	15.9%
Miradores turísticos	11	25%
Parque y casco urbano	23	52.3%
Rutas turísticas	6	13.6%



En la gráfica se puede observar que el 84.1% de los turistas han visitado la Laguna de Alegría, el 52.3% el Mirador de las 100 gradas y el parque y casco urbano de Alegría; y el 45.5% la Iglesia de Alegría. El resto de atractivos como los miradores en las carreteras, el museo municipal, la casa de Alberto Masferrer y las rutas turísticas son poco populares y visitadas. En base a esto, con el plan, pueden desarrollarse estrategias de promoción y publicidad sobre los atractivos poco visitados para potencializarlos.

14- ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría?

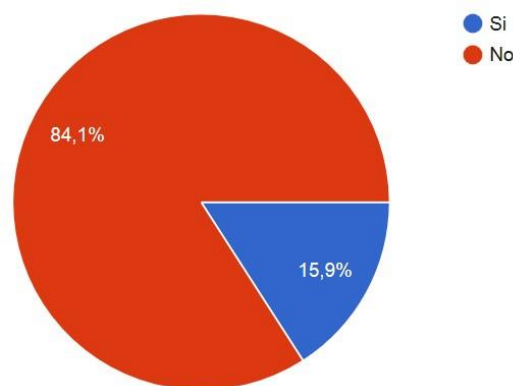
Opciones	Frec.	%
No he consumido ninguno	6	13.6%
Alojamiento	3	6.8%
Alimentación	35	79.5%
Otros: Viveros, artesanías	18	40.9%



4 de cada 5 encuestados del AMSS que han visitado el municipio de Alegría afirma haber consumido el servicio de Alimentación, y 2 de cada 5 afirman haber consumido otros servicios como lo son la venta de artesanías y venta de plantas. Al mismo tiempo solo el 6.8% afirmaron haber consumido servicio de Alojamiento. Se puede decir que las personas del AMSS que visitan el municipio no buscan quedarse más de 1 día en el municipio. Esto indica que hay que buscar formas de incentivar a las personas del AMSS a quedarse más de 1 día al momento de visitar el municipio y potencializar dicho servicio turístico y beneficiar a los pequeños empresarios.

15- ¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría?

Opciones	Frec.	%
Si	7	15.9%
No	37	84.1%
Total	44	100%



Casi la totalidad de los encuestados del AMSS que han visitado el municipio de Alegría (el 84.1%) no conocen ni ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de la municipalidad; esto indica que hay que crear medios en que el turista conozca y haga uso de la Oficina de Turismo y sus servicios, ya que actualmente estos resultados indican que es un recurso desaprovechado por parte de los turistas y al mismo tiempo es un recurso "ocioso" por parte de la municipalidad. Solo el 15.9% afirmo conocer y haber hecho uso de los servicios de la oficina. Es de destacar también que es mayor el porcentaje de las personas del AMSS que visitan el municipio de Alegría y conocen la Oficina de Turismo que el del mercado de consumo potencial.

16- ¿Por qué no conoce o no ha hecho uso del servicio Oficina de Turismo?

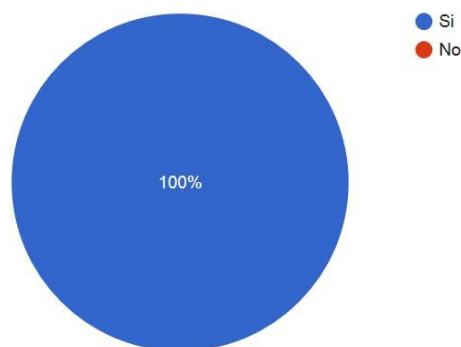
Opciones	Frec.	%
No me interesa	2	5.4%
Desconocía su existencia	29	78.4%
No sé su ubicación	5	13.5%
Otro	1	2.7%
Total	75	100%



La gran mayoría de los encuestados del AMSS que han visitado el municipio de Alegría y que no han hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo (78.4%) afirmaron desconocer la existencia de dicha oficina; el 13.5% expreso no saber su ubicación. Esto demuestra que hay que promocionar de alguna forma la Oficina de turismo para que el turista haga uso de ella. Solo el 5.4% de los encuestados (la minoría) afirmó que no les interesa saber acerca de la Oficina de Turismo.

17- ¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo?

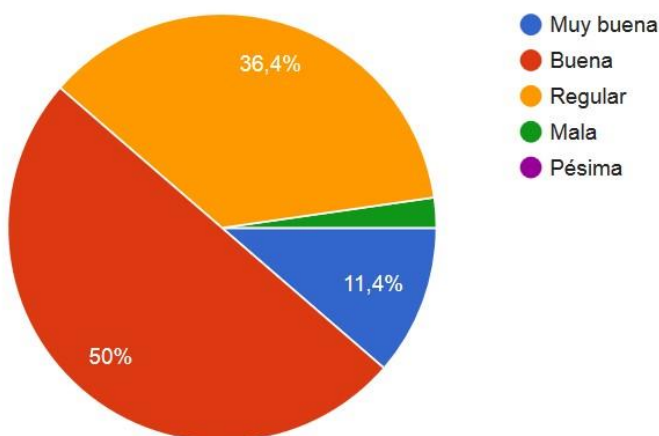
Opciones	Frec.	%
Si	7	100%
No	0	0.0%
Total	7	100%



La totalidad de las personas del AMSS, que han visitado Alegría y que han hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo dijeron que están satisfechos con los servicios y la información que se brinda. Esto es un pequeño indicador que muestra que los servicios que realiza la Oficina de turismo cumple las necesidades y expectativas del turista. Además, esto indica que hay que continuar y si se puede mejorar el trabajo que desde ya se realiza.

18- ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio?

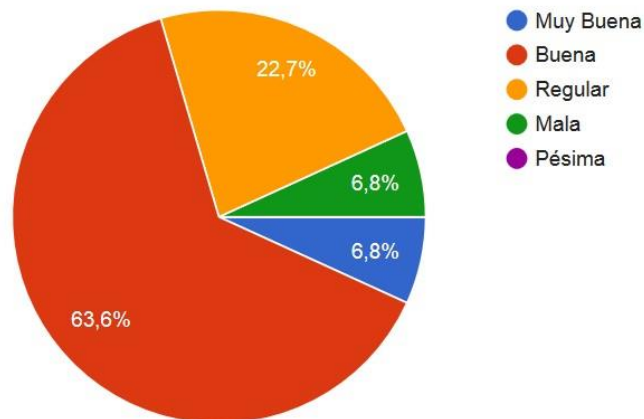
Opciones	Frec.	%
Muy buena	5	11.4%
Buena	22	50.0%
Regular	16	36.4%
Mala	1	2.3%
Pésima	0	0.0%
Total	44	100%



La mitad de las personas del AMSS que ya han visitado el municipio de Alegría afirmaron que la infraestructura vial del municipio se encuentra buena y el 36.4% afirmo que se la infraestructura vial se encuentra regular, por lo tanto se puede decir que el 86.4% perciben la infraestructura vial entre Regular-Buena. Como conclusión puede decirse que la infraestructura vial del municipio está bastante aceptable, pero puede mejorarse de alguna manera, en especial las vías de acceso principales del municipio.

19- ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría?

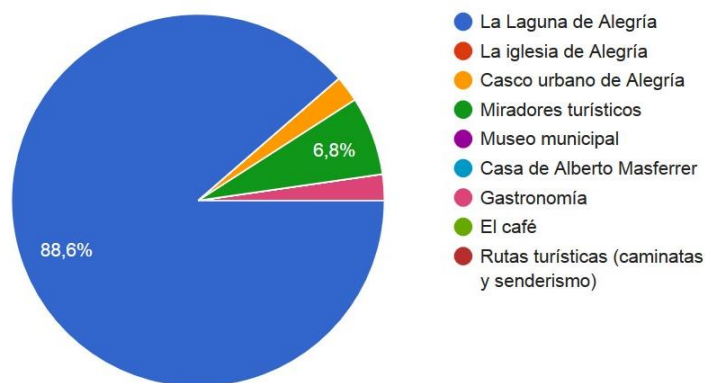
Opciones	Frec.	%
Muy buena	3	6.8%
Buena	28	63.6%
Regular	10	22.7%
Mala	3	6.8%
Pésima	0	0.0%
Total	44	100%



La mayoría de las personas del AMSS que han visitado el municipio de Alegría (63.6%) afirmaron que la señalización turística se encuentra buena y el 22.7% afirmo que se encuentra regular, por lo tanto se puede decir que el 86.3% perciben que la señalización turística es entre Regular-Buena. Por lo tanto, puede decirse que la señalización turística del municipio está bastante aceptable, pero en alguna medida puede mejorarse.

20- ¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría?

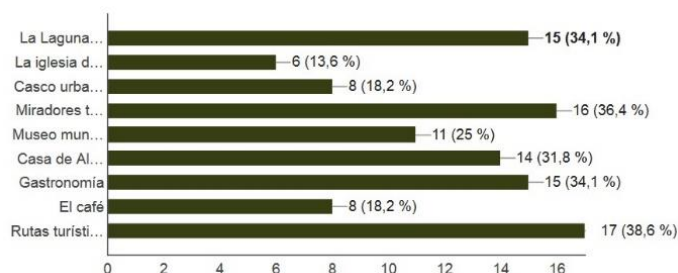
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	39	88.6%
Iglesia de Alegría	0	0.0%
Casco urbano	1	2.3%
Miradores turísticos	3	6.8%
Museo Municipal	0	0.0%
Casa de Alberto Masferrer	0	0.0%
Gastronomía	1	2.3%
El café	0	0.0%
Rutas turísticas	0	0.0%
Total	44	100%



La mayoría de los encuestados (con un 88.6%) afirmaron que el principal atractivo turístico con el que se puede identificar al municipio de Alegría es la Laguna de Alegría, versus a los miradores turísticos con un 6.8% y la gastronomía y el casco urbano con un 2.3% c/u. El resto de atractivos no fueron marcados. Esta información puede utilizarse al momento de la elaboración de alguna campaña publicitaria dirigida a las personas del AMSS, ya que la Laguna de Alegría figura como la “imagen del municipio” en dichas personas.

21- ¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado y se pudiese potencializarse más en el municipio de Alegría?

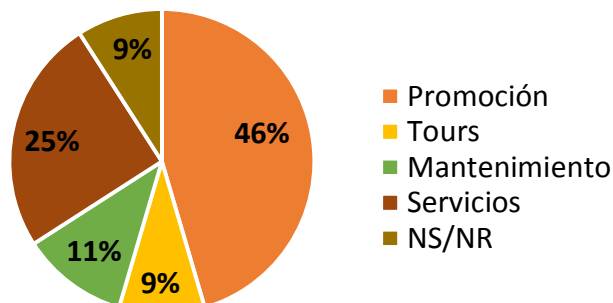
Opciones	Frec.	%
Laguna de Alegría	15	34.1%
Iglesia de Alegría	6	13.6%
Casco urbano	8	18.2%
Miradores turísticos	16	36.4%
Museo Municipal	11	25.0%
Casa de Alberto Masferrer	14	31.8%
Gastronomía	15	34.1%
El café	8	18.2%
Rutas turísticas	17	38.6%



Los resultados de la pregunta anterior no muestran una tendencia muy marcada con respecto a cuál es el atractivo que poco aprovechado y que pudiese potencializarse más para las personas del AMSS que han visitado en el pasado el municipio de Alegría; pero puede describirse lo siguiente: Con resultados entre el 34.1% y el 38.6%, los atractivos desaprovechados en orden del de mayor marcación de respuesta al menor son: Rutas turísticas, los miradores municipales, la Laguna de Alegría, y la gastronomía. Es importante esta información brindada por las personas del AMSS, ya que es un indicador que se tienen que elaborar propuestas de mejora en materia turística alrededor de estos atractivos.

22- Para el/los atractivos seleccionados en la pregunta anterior, ¿Qué propondría para potencializarlo?

Opciones	Frec.	%
Promoción y publicidad	20	46.0%
Tours, circuitos	4	9.0%
Mantenimiento Laguna	5	11.0%
Servicios turísticos	11	25.0%
NS/NR	4	9.0%
Otros	44	100%

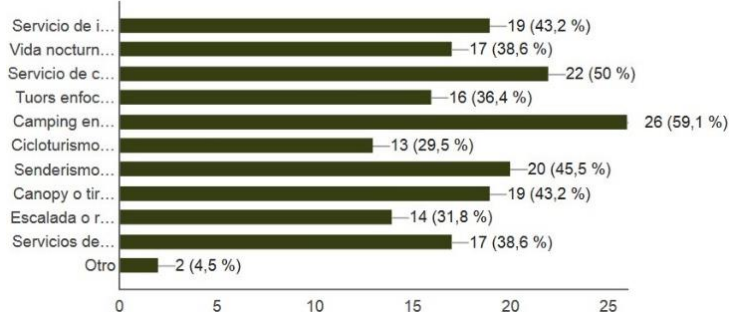


Para las personas del AMSS que han visitado en alguna oportunidad el municipio de Alegría, realizan las siguientes propuestas para potencializar los atractivos marcados en la pregunta anterior:

- Con un 46% los encuestados sugieren realizar mayor promoción y publicidad de los atractivos turísticos de Alegría por medio de las redes sociales, televisión, vallas publicitarias, estrategias de marketing, etc.
- Con un 25% los encuestados sugieren mejora en los servicios turísticos que se ofrecen en los atractivos, tales como realce de gastronomía enfocada al café, actividades artísticas culturales, ferias gastronómicas, etc.
- Con un 11% los encuestados sugieren mejora en las instalaciones y el mantenimiento en la Laguna de Alegría,
- Con un 9% los encuestados sugieren tours por el municipio, caminatas por la montaña. Paquetes turísticos, etc.
- Un 9% no saben o no responden a la pregunta.

23- ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría?

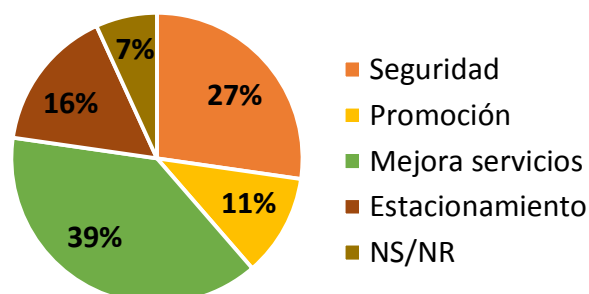
Opciones	Frec.	%
Guías turísticos	19	43.2%
Vida nocturna	17	38.6%
Cuadrimotos o bicicletas	22	50.0%
Tour de café	16	36.4%
Camping	26	59.1%
Cicloturismo	13	29.5%
Senderismo y caminatas	20	45.5%
Canopy	19	43.2%
Rapel	14	31.8%
Otros serv. De alimentación	17	38.6%
Otros	2	4.5%



Al analizar el gráfico, hay 5 actividades que al encuestado del AMSS que ha visitado Alegría le gustaría encontrar; estas son: Camping en la Laguna (59.1%), servicio de cuatrimotos o bicicletas hacia la Laguna de Alegría (50.0%), senderismo y caminatas hacia la Laguna (45.5%), servicio de guías turísticos (43.2%) y Canopy o tirolesa en la Laguna (43.2%). Estos resultados deben de tomarse en cuenta en el diseño del plan de desarrollo ya que son los deseos, necesidades y recomendaciones de los consumidores potenciales del AMSS.

24- ¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía?

Opciones	Frec.	%
Seguridad	12	27.0%
Promoción de atractivos	5	11.0%
Mejora de servicios	17	39.0%
Mejorar el estacionamiento	7	16.0%
NS/NR	3	7.0%
Total	44	100%

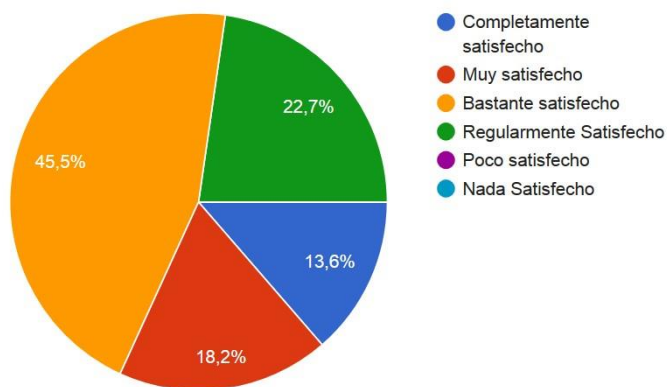


Los encuestados del AMSS que han visitado el municipio de Alegría manifiestan que las cosas necesarias a implementar por parte de la municipalidad para mejorar la estadía en el municipio son:

- Con un 39% mayores servicios turísticos, caminatas, camping, festivales, mayor diversificación de gastronomía.
- Con un 27% cuerpos de seguridad en el municipio.
- Con un 16% mejorar la logística del estacionamiento en el municipio y el orden en el casco urbano.
- Con un 11% dar mayor promoción y publicidad de los atractivos que ofrece el municipio.
- Un 7% no saben o no responden a la pregunta.

25- ¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría?

Opciones	Frec.	%
Completamente	6	13.6%
Muy	8	18.2%
Bastante	20	45.5%
Regularmente	10	22.7%
Poco	0	0.0%
Nada	0	0.0%
Total	44	100%

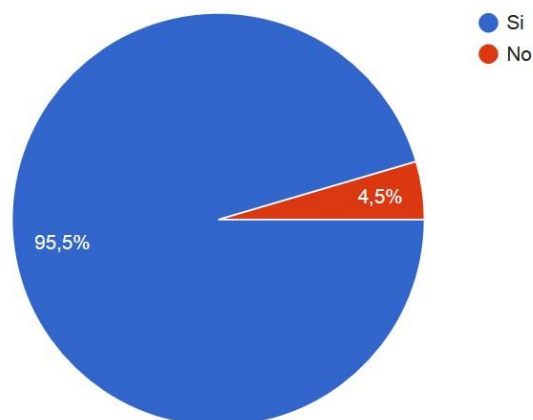


La mayor parte de los encuestados del AMSS que han visitado el municipio de Alegría (45.5%) consideran que están bastante satisfechos en su visita al municipio de Alegría. Además, el 22.7% considera que está regularmente satisfecho y el 18.2% considera que está muy satisfecho. Solo el 13.6% considera que está muy satisfecho y ninguno afirmar esta poco

o nada satisfecho en su visita. Esta pregunta es alentadora, ya que indica un medio-alto grado de satisfacción de los turistas en sus visitas, pero también indica que podría mejorarse este grado de satisfacción para que en próximas visitas el turista este “completamente satisfecho”. Para lograr esto, es necesario cumplir con las expectativas del turista que visita el municipio de Alegría.

26- ¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría?

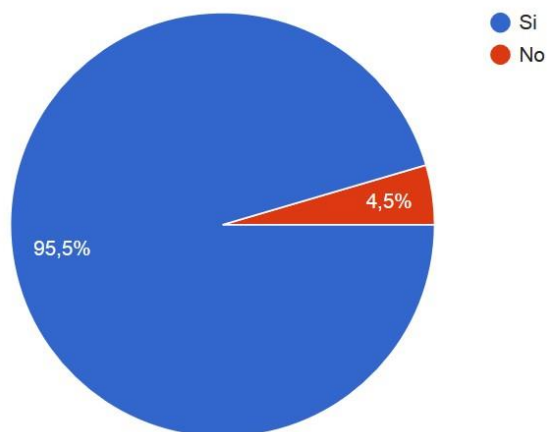
Opciones	Frec.	%
Si	42	95.5%
No	2	4.5%
Total	44	100%



La gran mayoría de los encuestados del AMSS que han visitado Alegría (95.5%) aseguraron que recomendarían el municipio de Alegría a sus conocidos. Esto indica el agrado que generó la visita del turista al municipio; y además, como se obtuvo del resultado de preguntas anteriores, las personas visitan los destinos turísticos porque se lo recomendó algún conocido. También se puede interpretar que recomendación a conocidos es un medio efectivo de promoción y publicidad del municipio, ya que la gente confía bastante en lo que le cuentan sus allegados que en algún otro medio de información. Solo el 4.5% aseguró que por alguna razón no recomendaría visitar el municipio de Alegría a sus conocidos. Se puede concluir que hay que mejorar los atractivos y servicios que presta el municipio para cumplir y superar las expectativas que se forma la persona a la cual le recomiendan que visite el municipio y de esta manera mantener llegar al 100% de recomendación.

27- ¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría?

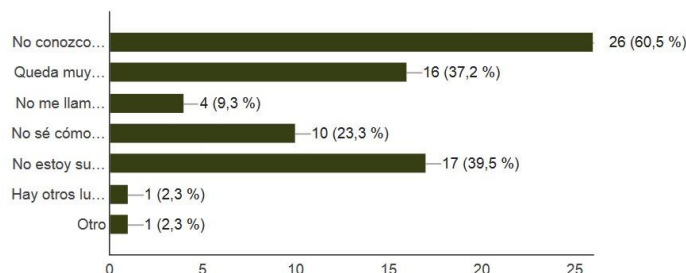
Opciones	Frec.	%
Si	42	95.5%
No	2	4.5%
Total	44	100%



Al igual que en la pregunta anterior, el 95.5% de los encuestados del AMSS que han visitado el municipio lo visitarían nuevamente y solo el 4.5% no lo volvería a visitar; por lo tanto hay que mejorar los atractivos y servicios turísticos para que siempre el 100% de los turistas tengan intenciones de visitar Alegría en futuras ocasiones, este invierta y contribuya al desarrollo local.

28- ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Alegría?

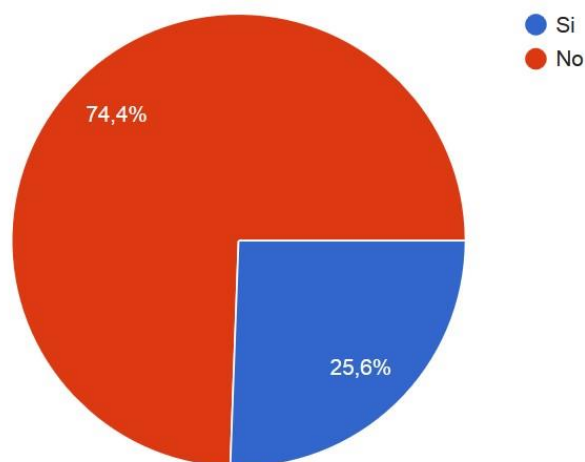
Opciones	Frec.	%
No conozco	26	60.5%
Queda muy lejos	16	37.2%
No me llama la atención	4	9.3%
No sé cómo llegar	10	23.3%
No estoy informado de los atractivos y servicios	17	39.5%
Hay otros lugares más atractivos	1	2.3%
Otros	1	2.3%



En la gráfica se observa una tendencia muy marcada. El 60.5% de los encuestados del AMSS que no han visitado el municipio de Alegría, no lo han hecho porque no conocen el municipio, ya sea por su ubicación o porque nunca había escuchado hablar de él. Mientras en 2° y 3° instancia con 39.5% y 37.2% justifican no haber visitado Alegría porque queda muy lejos o porque no están informados de los atractivos del municipio. Esta información sirve de materia prima para la elaboración del plan, ya que indica que se necesita promocionar y publicitar el municipio de Alegría junto con sus atractivos y servicios turísticos para que las personas del AMSS estén debidamente informados y mostrar que vale la pena visitar la pena el municipio a pesar de la lejanía.

29- ¿Sabía usted que el municipio de Alegría está ubicado en el departamento de Usulután; cuenta con atractivos turísticos como La Laguna de color verde esmeralda, 3 miradores turísticos, clima fresco de altura, un pintoresco casco urbano, una iglesia colonial, rutas turísticas ecológicas, etc. y además con servicios turísticos como lo son hostales y restaurantes?

Opciones	Frec.	%
Si	11	25.6%
No	32	74.4%
Total	43	100%



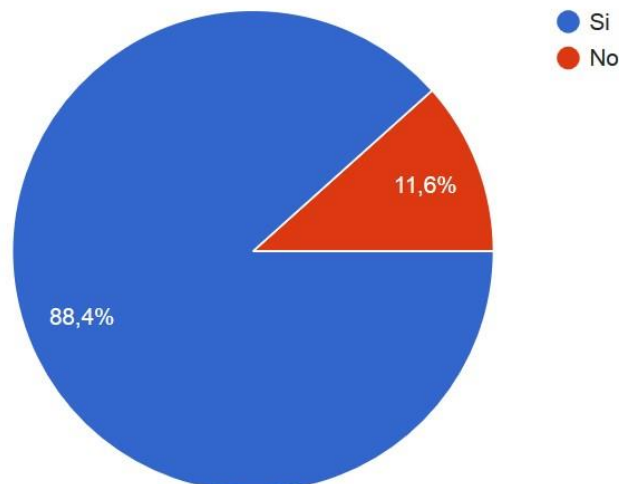
Tres cuartas partes de las personas del AMSS que no han visitado el municipio de Alegría, desconocen los atractivos y servicios turísticos del municipio, y solo una cuarta parte afirma conocer los atractivos y servicios turísticos. Esto contrasta mucho con la pregunta anterior, en la que las personas del AMSS que no han visitado el municipio de Alegría no están informados acerca del municipio. Por lo tanto es importante la

realización de la difusión, promoción y publicidad del municipio y sus atractivos y servicios turísticos.

30- ¿Le gustaría visitar el municipio de Alegría?

Opciones	Frec.	%
Si	38	88.4%
No	5	11.6%
Total	43	100%

Aproximadamente 9 de cada 10 personas del AMSS que no han visitado el municipio de Alegría afirma que les gustaría visitarlo en alguna oportunidad futura, versus un 11.6% que dijo que no visitaría el municipio. Esto representa una oportunidad para la municipalidad de atraer este mercado de consumo potencial.



5.1.8. PERFIL DEL CONSUMIDOR

5.1.8.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR ACTUAL

Características generales

- Edad: entre 16 y 45 años
- Género: masculino y femenino
- Nivel educativo: bachiller o superior
- Ocupación: empleado o estudiante.
- Nivel de ingresos económicos: entre \$250.00 a \$499.99
- Residencia: Zona oriental del país, específicamente los municipios de San Miguel y Usulután

Visitas anteriores a Alegría: Mayor a 7 veces con frecuencia de al menos 1 vez al año.

Época de visita a Alegría: Fines de Semana

Estadía: 1 día

Compañía: Amigos y familia

Transporte: Vehículo propio

Gasto que realiza: Entre \$0.00 a \$40.00

Medio de información acerca de Alegría: Recomendación por conocidos

Motivos de la visita: Clima, descanso y disfrute del paisaje.

Factores de la visita: Riqueza natural, gastronomía y tranquilidad

Servicio turístico solicitado: Alimentación

Necesidades: Seguridad, guías, información, buenos servicios turísticos y estacionamiento.

Actividades que le gustaría encontrar: Servicio de cuatrimotos y bicicletas, camping, canopy, guías turísticos.

5.1.8.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR POTENCIAL

Características generales

- Edad: entre 16 y 45 años
- Género: masculino y femenino
- Nivel educativo: bachiller o superior
- Ocupación: empleado o estudiante.
- Nivel de ingresos económicos: superior a \$250.00
- Residencia: AMSS (área de análisis)

Frecuencia de actividades turísticas: al menos 1 vez al año.

Época de visita a Alegría: Fines de Semana y vacaciones de fin de año

Estadía: 1 día (65.5%) y de 2 a 3 días (31.00%)

Compañía: Amigos y familia

Transporte: Vehículo propio

Gasto que realiza: Entre \$20.00 a \$80.00

Medio de información acerca de turismo: Internet y recomendación por conocidos

Tipos de turismo preferidos: Sol y playa, gastronómico, aventura y cultural.

Motivos de la visita: Diversión, descanso y disfrute del paisaje.

Otra información:

- 50.6% ha visitado el municipio de Alegría
- De los que han visitado Alegría, 38.6% ha visitado Alegría 1 vez y 40.9% 2 a 3 veces.
- Los motivos de la visita fueron riqueza natural y tranquilidad
- Necesitan seguridad, información de atractivos, estacionamiento y mejora de servicios.
- Los que han visitado Alegría sugieren el desarrollo de camping, servicio de cuatrimotos o bicicletas, senderismo, guías y canopy.
- Los que no han visitado Alegría no lo han hecho porque no conocen el municipio, no está suficientemente informado de él y de los atractivos y servicios y está muy distante.
- 88.4% de los que no han visitado Alegría muestran intención de visitarlo.

5.1.9. PROYECCION DE LA DEMANDA

Actualmente la alcaldía municipal no maneja un dato exacto de cuantos turistas visitan el municipio en un periodo de tiempo, por lo tanto, este dato tendrá que deducirse para elaborar proyecciones de crecimiento de la demanda en el municipio. La alcaldía municipal de Alegría lleva un control estricto de cuantos turistas visitan y cuantos vehículos ingresan a la Laguna de Alegría desde noviembre de 2014 hasta la actualidad (agosto de 2016). Esta información será tomada como base para el cálculo. Es importante tener presente que no todo turista que ingresa al casco urbano del municipio visita la Laguna de Alegría, por lo tanto, el número a calcular será mayor que el proporcionado por los datos de la Laguna de Alegría. Para efectos prácticos, en la presente tabla se presenta resumida la información de Enero a Diciembre de 2015.

Mes	Personas	Vehículos
Enero	2783	703
Febrero	1425	400
Marzo	2034	454
Abril	3656	669
Mayo	1395	420
Junio	1020	309
Julio	826	306
Agosto	1164	412
Septiembre	473	180
Octubre	494	166
Noviembre	671	235
Diciembre	1068	392
Total	17009	4646

Tabla 25 - Personas y vehículos que ingresaron a la Laguna de Alegría año 2015

Fuente: Elaboración propia con ayuda de la Alcaldía de Alegría

De la tabla anterior se puede deducir el número promedio de personas por vehículo que llegan al municipio de Alegría.

$$\# \text{ de personas por vehículo} = \frac{\# \text{ total de personas}}{\# \text{ total de vehículos}} = \frac{17009 \text{ personas}}{4646 \text{ vehículos}} = 3.66 \frac{\text{personas}}{\text{vehículo}}$$

Representantes de la Alcaldía afirmaron que para los FINES DE SEMANA, en especial los días domingos, ingresan alrededor de 110 vehículos al casco urbano de Alegría; entonces se tiene que:

$$\begin{aligned} \# \text{ de personas que visitan Alegría domingos} &= \# \text{ vehículos domingo} * \# \frac{\text{personas}}{\text{vehículo}} \\ &= 110 \text{ vehículos} * 3.66 \frac{\text{personas}}{\text{vehículo}} = 402.71 \text{ personas} \end{aligned}$$

Además, también se tiene información del número de personas que ingresan en las 52 semanas del año a la Laguna de Alegría. Dicha información se presenta en la siguiente tabla, ordenada según el número de personas de menor a mayor.

# de fin de semana del año	# de personas que ingresan a la Laguna de Alegría	# de fin de semana del año	# de personas que ingresan a la Laguna de Alegría
9	22	34	81
38	28	3	85
42	28	26	85
37	29	19	86
46	35	22	87
23	36	28	87
43	39	27	88
47	41	31	89
35	45	8	102
44	46	11	103
33	49	1	112
48	49	16	112
51	50	2	117
40	51	32	120
49	51	25	123
50	52	17	125
24	53	15	126
45	54	20	129
29	56	6	134
5	61	4	138
36	64	12	144
41	68	18	147
39	71	7	151
21	72	10	185
52	74	13	337
30	76	14	337

Tabla 26 - Personas que ingresaron a Laguna de Alegría los domingos año 2015

Fuente: Elaboración propia

Para dicha tabla, se debe de obtener un promedio del número de personas que visitan la Laguna de Alegría el día domingo. Para ello se aplicó una MEDIA ACOTADA AL 5% (La media acotada es el cálculo de una media de un conjunto de datos después de haber eliminado el porcentaje indicado de los extremos inferior y superior del conjunto de datos. Usualmente se eliminan el 5% de los datos. Esta medida se utiliza para excluir del análisis los valores extremos), en la cual, para el presente caso se han eliminado los 3 datos mayores y los 3

datos menores y con los 46 datos restantes se ha calcula la media aritmética; en donde el resultado es:

$$\# \text{ de personas que visitan Laguna de Alegría domingos} = 87.42 \text{ personas}$$

Obteniendo este número se puede armar un factor de visita, el cual es el siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Factor de visita al municipio} &= \frac{\# \text{ de personas que visitan Alegría domingos}}{\# \text{ de personas que visitan Laguna de Alegría domingos}} \\ &= \frac{402.71 \text{ personas}}{87.42 \text{ personas}} = 4.61 \end{aligned}$$

Este factor indica que por cada 4.61 personas que visitan el municipio de Alegría, 1 visita a la Laguna de Alegría y el casco urbano y 3.61 personas solo visitan el casco urbano. En base a este factor se puede obtener el número de personas que ha visitado el municipio de Alegría durante el año 2015 en base a el número de personas que han visitado la Laguna de alegría, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Año 2015 Mes	# de personas visitantes Laguna	Factor de visita	# de turistas totales
Enero	2,783	4.61	12,820.20
Febrero	1,425		6,564.42
Marzo	2,034		9,369.85
Abril	3,656		16,841.77
Mayo	1,395		6,426.22
Junio	1,020		4,698.74
Julio	826		3,805.06
Agosto	1,164		5,362.09
Septiembre	473		2,178.93
Octubre	494		2,275.67
Noviembre	671		3,091.04
Diciembre	1,068		4,919.86
Total			78,353.83

Tabla 27 - Proyección del número de visitantes al municipio de Alegría durante el 2015

Fuente: Elaboración propia

Esto significa que, durante el 2015, hubo una afluencia de 78,354 turistas al municipio de Alegría, de las cuales 17,009 visitaron la Laguna de Alegría. Una vez teniendo la demanda anual, puede pronosticarse la demanda para los años posteriores.

El crecimiento de la demanda turística para el municipio de Alegría se asume que estará afectada por el crecimiento del sector turismo en El Salvador. Para efectos de estudio se establece que el turismo en el municipio de Alegría tendrá el mismo comportamiento que el sector turismo en general. En la siguiente tabla se resume el Ingreso Turístico anual (US\$

Millones) que ha tenido el país del año 2009 al 2015 según datos proporcionados por el MITUR.

Año	Ingreso Turismo (US\$ MILLONES)
2009	516.60
2010	518.02
2011	615.10
2012	771.50
2013	893.84
2014	1,107.40
2015	1,160.00

Tabla 28 - Ingreso en turismo en millones de dólares en El Salvador del 2009 al 2015

Fuente: Informe estadístico de turismo – Enero a Diciembre 2015 CORSATUR

Para pronosticar en Ingreso Turístico de los próximos años se utilizó la REGRESIÓN lineal, en la cual los resultados fueron los siguientes:

Año	Ingreso Turismo (US\$ MILLONES)	Tasa de crecimiento	
2009	516.60		
2010	518.02	0.27%	
2011	615.10	18.74%	
2012	771.50	25.43%	
2013	893.84	15.86%	
2014	1,107.40	23.89%	
2015	1,160.00	4.75%	
2016	1,281.45	10.47%	AÑOS PRONOSTICADOS
2017	1,402.44	9.44%	
2018	1,523.43	8.63%	
2019	1,644.42	7.94%	
2020	1,765.41	7.36%	
2021	1,886.40	6.85%	

Tabla 29 - Pronóstico ingreso en turismo y tasa de crecimiento del sector en ES

Fuente: Elaboración propia

Para pronosticar la demanda se utilizará la tasa de crecimiento anual pronosticada para el sector turismo.

Nota aclaratoria: A la fecha de realización del estudio, no se contaba con la información del año 2016.

Año	Tasa de crecimiento sector turismo (con respecto al año anterior)	DEMANDA PROYECTADA
2015	---	78,354
2016	10.47%	86,557
2017	9.44%	94,730
2018	8.63%	102,902
2019	7.94%	111,075
2020	7.36%	119,247
2021	6.85%	127,419

Tabla 30 - Proyección de la demanda turística en Alegría

Fuente: Elaboración propia

Entonces, la demanda proyectada para los próximos 5 años es:

AÑO	1	2	3	4	5
Demanda de personas al municipio de Alegría	94,730	102,902	111,075	119,247	127,419

5.1.10. PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR

5.1.10.1. HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR ACTUAL

- El turista que visita actualmente el municipio de Alegría se caracteriza por tener edad joven entre 16 a 35 años, mayoritariamente del sexo masculino con un nivel de estudios bachiller o superior, con ingresos económicos entre \$250 a \$499.99, el cual reside en la zona oriental, específicamente en San Miguel o Usulután.
- La mayoría de los turistas actuales ya han visitado en reiteradas ocasiones el municipio. Los turistas realizan las visitas al municipio los fines de semana, con frecuencia de al menos 1 vez al año con duración es de 1 día, haciéndose acompañar de sus amigos o su familia (pareja e hijos), transportándose en vehículo propio, gastando entre \$20 a \$40, motivados por el clima y el paisaje del municipio, consumiendo servicios de alimentación.
- Los turistas no conocen ni hacen uso de la oficina de turismo, debido a que desconocen su existencia.
- Los turistas actuales consideran que la señalización turística y la infraestructura vial se encuentra entre regular-buena.
- Los turistas actuales consideran que el mayor atractivo de Alegría es la Laguna de Alegría; que, a su vez, es el atractivo poco aprovechado y para ello proponen su mantenimiento, mejora de servicios turísticos, tours y promoción.
- Las principales actividades que al turista actual le gustaría encontrar en sus visitas al municipio son servicio de cuatrimotos y bicicletas, camping, canopy y servicios de guías turísticos.
- Los turistas necesitan seguridad en el municipio, guías turísticos, servicio de información, y un buen estacionamiento.
- Los turistas se encuentran muy satisfechos con su visita y todos recomendarían y visitarían nuevamente el municipio.

5.1.10.2. HALLAZGOS DEL MERCADO CONSUMIDOR POTENCIAL

- El turista potencial del AMSS se caracteriza por tener edad entre 16 a 25 años, mayoritariamente del sexo masculino con un nivel de estudios bachiller o superior, con ingresos económicos mayoritariamente superiores a los \$250, el cual reside en el AMSS, específicamente en el municipio de San Salvador.
- Las personas del AMSS realizan turismo mayormente los fines de semana, con frecuencia de al menos 1 vez al año (mayoritariamente 1 vez al mes) con duración es de 1 día, haciéndose acompañar de sus amigos o su familia (padres, abuelos, tios), transportándose en vehículo propio, gastando entre \$20 a \$40, motivados por la diversión, descanso y disfrute de paisaje, informándose de atractivos turísticos por medio de internet y recomendado por conocidos.
- Las personas del AMSS han practicado turismo de sol y playa, gastronómico, de aventura y cultura, del cual se deduce que han preferido dichos tipos de turismo.
- La mitad de las personas del AMSS ya han visitado Alegría con una frecuencia de entre 1 a 3 veces, motivados por la riqueza natural y tranquilidad del municipio, habiendo consumidor mayoritariamente servicios de alimentación; además, estos no conocen ni hacen uso de la oficina de turismo de Alegría; debido a que desconocen su existencia.
- El mercado consumidor potencial del AMSS que ya ha visitado el municipio considera que la señalización turística y la infraestructura vial del municipio de Alegría se

encuentra entre regular-buena y que el mayor atractivo de alegría es la Laguna de Alegría; que, a su vez, es el atractivo poco aprovechado junto con los miradores turísticos y las rutas turísticas y para ello proponen su mantenimiento, mejora de servicios turísticos, tours y promoción.

- Las personas del AMSS que ya ha visitado el municipio propone que las principales actividades que le gustaría encontrar en sus visitas al municipio son servicio de cuatrimotos y bicicletas, camping, canopy y senderismo y que, para mejorar la estadía del turista, la municipalidad tiene que implementar seguridad, guías turísticos, servicio de información, y un buen estacionamiento.
- Las personas del AMSS que ya ha visitado el municipio se encuentran bastante satisfechos con su visita y la mayoría recomendarían y visitarían nuevamente el municipio.
- La mitad de las personas del AMSS no ha visitado el municipio de Alegría debido a que no conocen acerca del municipio, este queda muy lejos o no están informados acerca de los atractivos que este ofrece.

5.2. MERCADO COMPETIDOR

5.2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO COMPETIDOR

Para realizar la investigación del mercado competidor, se procede a utilizar la siguiente metodología la cual pretende abarcar los diferentes sectores que lo conforman:

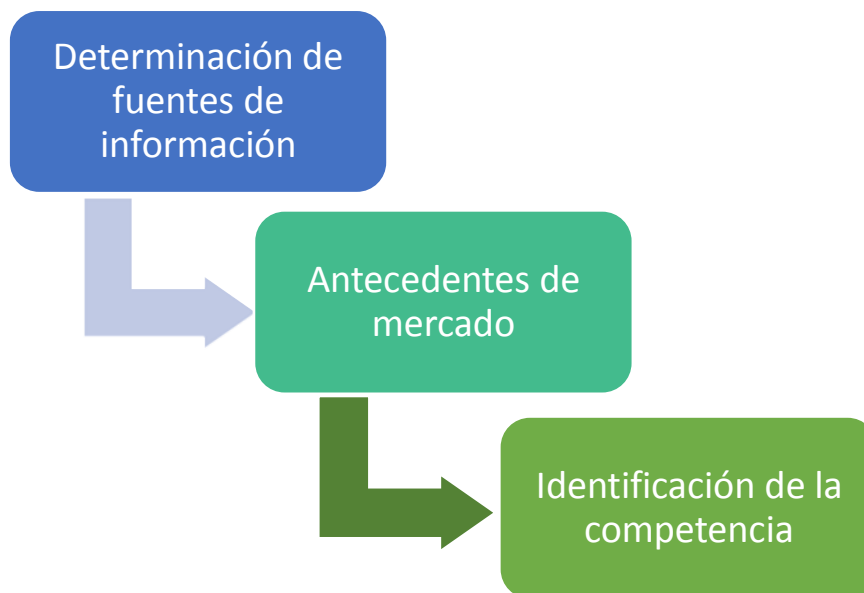


Diagrama 4 - Metodología de la investigación del mercado competidor

Fuente: Elaboración propia

5.2.2. DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

A continuación, se presenta las técnicas y herramientas a utilizar en cada fase del estudio del mercado competidor, de manera que permita recabar y analizar la mayor cantidad de información que permita establecer estrategias efectivas.

Fuentes Primarias:

Referida aquí, como información considerada de primera mano y relativo al tema que se investiga.

Una fuente primaria puede ser una persona que se encontrare en forma presencial en un evento, para fines del caso en estudio, se considera fuente primaria, la información obtenida en encuestas, brochurs, entrevistas, investigaciones de campo en los lugares que brindan servicios turísticos y entrevistas con empresarios que radiquen en dichos lugares.

Fuentes Secundarias:

Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias. Ejemplos claros son revistas, periódicos, páginas web, información de divisiones de gobierno como CORSATUR, MINEC, etc.

5.2.3. ANTECEDENTES DEL MERCADO COMPETIDOR

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

Sin lugar a dudas, en pocos años El Salvador ha comenzado a tomar nuevamente un lugar privilegiado como destino turístico regional. En sus 20,742 kilómetros cuadrados está la posibilidad de encontrar una amplia variedad de lugares y sitios turísticos atractivos.

CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) es el ente privado encargado de promocionar el turismo en El Salvador tanto a nivel nacional e internacional y tiene como objetivo principal colocar al turismo como una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país, con el propósito de mejorar las condiciones de vida en una forma sostenible. Actualmente CORSATUR ha agrupado los sitios turísticos de El Salvador a través de las llamadas Rutas Turísticas, las cuales atraviesan todo el país, cada una de estas rutas contempla un tipo de turismo diferente y para todos los gustos, desde la arqueología, hasta la visita a las tradicionales playas de agua tropical, sin dejar de lado cascos urbanos atractivos y montaña.

El turismo en general constituye una de las más importantes actividades económicas debido a que crea experiencias de vida en los que lo practican. Por lo tanto, para las diversas poblaciones que cuentan con atractivos suficientes para motivar a las personas a viajar, esto representa una oportunidad de desarrollo.

El turismo cultural en el país es uno de los referentes más importantes en lo que a productos turísticos respecta, existiendo una gran cantidad de municipios que tienen como máximo estandarte en producto turístico, su historia, sus actividades culturales, tradiciones, su infraestructura y calles coloniales o algunas de época republicana.

Muchas ciudades cuentan con la venturosa situación de además de ofrecer un atractivo producto dentro de su pueblo, ofrecen además atractivos turísticos naturales los cuales precisan ser explotados bajo concepto de aventura y ecoturismo al público.

Entre los muchos sitios en mención figuran Concepción de Ataco, Suchitoto, Berlín, Jayaque, Juayúa, Apaneca y Antigua Cuscatlán. Municipios que en definitiva son una opción turística para el mercado local y extranjero, el cual ostenta una amplia gama de productos y estrategias que vale la pena abordar, analizar y tomar como punto de partida para innovación en atractivos para el municipio de Alegría.

5.2.4. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Para una efectiva identificación de la competencia dentro de lo que respecta a “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría”, se debe tener bien definido los tipos de turismo existentes en el país cuyas características se apeguen en la mayor medida posible al concepto de Turismo Cultural y Turismo de montaña.

Para fines explicativos se establece de manera breve la conceptualización de los tipos de competencia existentes y como identificarlos.

La competencia.

Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa.

La competencia no se limita al caso de las empresas que compiten directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los que ofrece tal empresa. Evalúa el posicionamiento de los productos para saber el lugar que ocupa el producto en el mercado.

También deben ser consideradas como competencia todas aquellas medidas y acciones que impiden que el producto llegue al mercado.

La competencia directa.

Son las empresas o entidades, que actúan dentro del mismo sector y tratan de satisfacer las necesidades de los mismos grupos de clientes.

Los competidores potenciales.

Es el riesgo que supone la entrada de nuevos competidores, lo cual ejerce una fuerte influencia sobre la intensidad de la competencia (deseo de vender sus productos).

Los productos sustitutos.

El peligro de la sustitución para el sector proviene de aquellos otros productos que, a través de distintas tecnologías, atienden la misma función básica para el mismo grupo de compradores. La amenaza de los productos sustitutos se centra fundamentalmente en la relación calidad-precio.

La competencia indirecta:

Empresas que se encuentran en el mercado elaborando los mismos productos, pero con diferencia posible en su calidad, es decir no tiene un grado de competencia a un producto de distinta calidad o precio.

IDENTIFICACIÓN DE COMPETENCIA DIRECTA

La identificación de competencia directa se realizará tomando como base la similitud entre los productos y servicios que ofertan, en este sentido la competencia directa será clasificada como tal en función del cumplimiento de los siguientes parámetros:

Recursos del Municipio:

Entendiendo los recursos turísticos como los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y que son los que satisfacen todas aquellas necesidades que demandan los turistas. Estos recursos se pueden clasificar de diversas formas, en el caso de Alegría se clasificarán de acuerdo a sus potencialidades turísticas así:

a) **Atractivos naturales.**

Será identificada como competencia directa, aquellas municipalidades que su fuerte en cuanto a atractivos naturales, radique en zonas verdes, montañosas, alturas considerables superiores, atractivos como lagunas o lagos; relieves pronunciados, paisajes panorámicos naturales, biodiversidad en sus zonas naturales de flora y fauna. Así mismo atractivos naturales considerados para identificar competencia, es el clima, el cual en una palabra será considerado “agradable” en tanto son temperaturas relativamente bajas las que predominan, siendo en partes más altas del municipio los 21°C con máximas de 27°C en Abril y mínimas de 15°C en Enero; clima el cual se perciben temperaturas más bajas que las reales producto del relieve del municipio que permite fuertes brisas y vientos aunado a una fuerte nubosidad que ayuda a reducir la radiación solar. En definitiva, el clima es un factor importante que influye en el atractivo natural del Municipio.

Otros atractivos naturales sujetos de análisis para evaluar competencia directa, será la existencia de cultivos de Café en el municipio, rubro que por años ha sido el fuerte en actividad económica y agrícola; que si bien ha venido a la baja sigue siendo un factor que incide en la belleza como atractivo y proveedor de un clima fresco en los municipios.

Como referencia para atractivos que respecten a vistas panorámicas, se tomarán en cuenta lugares que cuenten con ventajas geográficas de altura sobre el nivel del mar, lo cual permite vistas atractivas a visitantes.

b) **Patrimonio Histórico**

Competencia directa será considerada aquella que ofrezca una historia de cambios y sucesos que han permitido que su municipio sea lo que es hoy por hoy, teniendo en cuenta títulos, fechas, acontecimientos y coyunturas que permitieren situaciones o realidades que se palpan actualmente en la ciudad como una anécdota que ofrecer al público.

c) **Patrimonio Cultural Personajes.**

Aquellos municipios que cuenten con una herencia cultural que compartir y ofrecer como atractivo al público será considerado competencia directa, tomando en cuenta la herencia cultural, tómesese de ejemplo lo que representa a Alegría:

Uno de sus más ilustres hijos, como lo fue Alberto Masferrer, quien nació el 24 de Junio de 1868 en Tecapa (hoy llamado Alegría), quien murió el 4 de septiembre de 1932 en San Salvador. Su nombre completo era: Vicente Alberto Masferrer Mónico. “Maestro de Maestros para unos, polemista, orador y periodista; pensador y defensor de la clase trabajadora para otros. Fue su vida una acción constante, discutido y querido, atacado y defendido, su labor jamás pasó desapercibida y siempre fue seguida con interés, Fundó el periódico "Patria" (1928-1930) en el que planteó lo mejor de su pensamiento y desarrolló su accionar para que El Salvador tuviese una verdadera democracia, social, económica y política. A los veinticuatro años publicó su primer libro llamado “PÁGINAS”. Desempeño varios cargos públicos desde Archivero de la Contaduría mayor de la nación, pasando por redactor y Director del Diario Oficial hasta Cónsul en Costa Rica y Bélgica.

Notablemente lo anterior represente un fuerte cultural que permite ofrecer al público historia, y hacerse ver como progenitora de grandes personajes, ciudades que presten éstos atractivos y aun los exploten, serán considerados competencia.

Diferenciadores del municipio.

Entiéndase actividades, tradiciones o costumbres que se realicen en determinado municipio, los cuales sean característicos del mismo de tal manera que éstos solo se lleven a cabo en él o bien, sean escasos los lugares en los cuales se desarrollen tales actividades de la cuales es participe su gente, para el caso en Alegría se tiene el factor diferenciador “Viveros”, Una de la peculiaridades de Alegría es el cultivo casero de plantas ornamentales y la fabricación de insumos y accesorios para jardinería, actividad que tiene un fuerte mercado en la zona oriental y entre los visitantes al municipio, aproximadamente el 60% de la población local se dedica a esta actividad, generando ingresos económicos que les ayudan al sostenimiento de sus familias. En Alegría se pueden encontrar tan diversos viveros como viviendas posee; una de las características particulares del Municipio es que se pueden encontrar viveros ubicados en los techos de las viviendas.

Arquitectura Civil.

Aquellos municipios cuyos atractivos radiquen en ofrecer vistosas calles con estructuras cuyos rasgos correspondan a herencia cultural que ha quedado de años predecesores de otras épocas, para el caso de Alegría, será normal observar atractivos tramos en los cuales se observen construcciones de época colonial y republicana.

Otra manera de identificar competencia directa, será aquella que además de contar con recursos similares, cuenten con una igual o similar oferta turística; por oferta turística se va a considerar la explotación económica de los recursos naturales y culturales que se utilizan en apoyo al sector turístico y se proporcionan a través de los servicios que brinda este sector, lo que permite desarrollar la demanda, satisfacer las necesidades del turista y obtener con ellos un beneficio.

Para fines comparativos y de identificación de competencia, la oferta turística se evaluará en función de los siguientes productos:

- a) Servicios de Alojamiento
- b) Servicios de Alimentación
- c) Servicios complementarios
- d) Servicios de entretenimiento

Basados en que éstos últimos 4 productos ofertados, son fundamentales en las actividades del municipio de Alegría para satisfacer a turistas, serán sujetos de comparación para identificar competencia directa.

5.2.5. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Para un análisis completo de la competencia, se puntualizarán aspectos que son relevantes para identificar de manera óptima a los competidores, según “Guía para formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales, Costa Rica 2014”, la metodología idónea a seguir es la que sigue y se utilizará para abordar competencia directa, indirecta y sustituta.



Diagrama 5 - Metodología análisis de competidores

Fuente: Elaboración propia

5.2.5.1. DESARROLLO METODOLÓGICO

Para un mejor análisis del mercado competidor se elegirán algunos sitios turísticos a entrevistar de los que fueron listados como competencia directa, esto se llevará a cabo vía correo electrónico, entrevistas personales o telefónicas con la finalidad de conocer las experiencias turísticas de una forma más directa y detallada y así determinar estrategias que ayuden al desarrollo del estudio.

PARTE I. Elección de los posibles destinos a estudiar.

Para poder realizar esta recopilación de información se tendrá en cuenta los siguientes pasos: Se debe tener en cuenta que los sitios turísticos elegidos serán aquellos que más se relacionen al concepto de turismo cultural y de aventura, tomando en consideración la descripción de los sitios turísticos que fueron identificados en la competencia directa.

PARTE II. Listado de sitios turísticos

Mediante los criterios conocidos, se escogieron las siguientes experiencias turísticas que se encuentran identificadas dentro de la información de la competencia directa, a los

cuales se aplicará la metodología de evaluación multicriterio con lo que serán seleccionados aquellos sitios los cuales de acuerdo a sus características y servicios que brindan, se apeguen más al concepto de turismo en estudio.

- Apastepeque, San Vicente
- Laguna Olomega
- Los chorros de la Calera, Juayúa
- Talnique
- Dulce Nombre de María
- Nahuizalco
- Comasagua
- Eco Albergue Rio Sapo
- San Jose Las Flores
- EL PITAL
- Juayua, Sonsonate
- Santo Domingo de Guzmán
- La Palma en Chalatenango
- Suchitoto, Cuscatlán
- Atiquizaya
- Juayua, Sonsonate
- Suchitoto, Cuscatlán
- Laguna cuscachapa, Chalchuapa
- Laguna del Llano El Espino
- Laguna de las ninfas
- Laguna verde
- Antiguo Cuscatlan
- Laguna de chanmico
- Laguna de Nahualapa
- Laguna de aramuaca,
- Laguna el jocotal
- Atiquizaya
- Armenia
- Izalco
- Salcoatitán

PARTE III. Selección de sitios a visitar mediante priorización.

Tomando como referencia los criterios definidos se asignará una calificación a una escala de 1 al 10, siendo 10 el valor máximo posible, para cada criterio. Cada criterio posee una ponderación y diferente forma de evaluación para colocar la nota, esta priorización de actividades se realiza a través de la recopilación de información secundaria.

CRITERIO	FORMA DE EVALUACIÓN	% PONDERACIÓN
Fuerte turístico en casco urbano del municipio	Mucha actividad (10) Segmentado (5) No hay actividad (1)	30%
Atractivos naturales bien explotados.	Son su atractivo, muy potenciado (10) Tiene atractivos, no potenciados (5) Carece de éstos atractivos(2)	25%
Población favorecida con actividad turística	En su totalidad (10) Parcialmente (7.5) No se favorece (2)	30%
De conocimiento popular como destino turístico	Muy conocido (10) Medianamente conocido (7) Muy poco conocido (5) No hay referencia turística(1)	15%

Tabla 31 - Criterios a evaluar para elección de competidores a estudiar

FUENTE: Elaboración propia

5.2.5.2. ELECCIÓN DE POSIBLES SITIOS A ESTUDIAR:

	CRITERIO 1		CRITERIO 2		CRITERIO 3		CRITERIO 4		NOTA FINAL
	NOTA	%	NOTA	%	NOTA	%	NOTA	%	
Apastepeque	5	1.5	2	0.5	7.5	2.25	7	1.05	5.3
Los chorros de la Calera, Juayua	1	0.3	2	0.5	7.5	2.25	5	0.75	3.8
Talnique	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	5	0.75	5.75
Dulce Nombre de María	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
Nahuizalco	5	1.5	5	1.25	10	3	7	1.05	6.8
Comasagua	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	5	0.75	5.75
San Jose Las Flores	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
EL PITAL	1	0.3	5	1.25	7.5	2.25	7	1.05	4.85
Santo Domingo de Guzmán	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	7	1.05	6.05
La Palma	1	0.3	2	0.5	7.5	2.25	7	1.05	4.1
Suchitoto	10	3	2	0.5	10	3	10	1.5	8
Atiquizaya	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	5	0.75	5.5

Juayua	10	3	5	1.25	10	3	10	1.5	8.75
Laguna cuscachapa, chalchuapa	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
-Laguna Olomega	5	1.5	10	2.5	2	0.6	5	0.75	5.35
Laguna del Llano El Espino	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
Laguna de las ninfas	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
Laguna verde	1	0.3	2	0.5	2	0.6	1	0.15	1.55
Antiguo Cuscatlan	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	5	0.75	5.75
Laguna de chanmico	1	0.3	5	1.25	2	0.6	1	0.15	2.3
Laguna de Nahualapa	1	0.3	5	1.25	2	0.6	5	0.75	2.9
Laguna de aramuaca,	1	0.3	5	1.25	2	0.6	5	0.75	2.9
Laguna el jocotal	1	0.3	5	1.25	2	0.6	5	0.75	2.9
Rio Sapo Morazán	5	1.5	5	1.25	5	1.5	1	0.15	4.4
Armenia	10	3	2	0.5	7.5	2.25	7	1.05	6.8
Izalco	5	1.5	10	2.5	5	1.5	10	1.5	7
Salcoatitán	5	1.5	5	1.25	7.5	2.25	7	1.05	6.05

Tabla 32 - Evaluación de los competidores

Fuente: Elaboración propia

5.2.5.3. RESULTADOS DE LA PRIORIZACIÓN DE INICIATIVAS

De acuerdo a los resultados obtenidos de la matriz multicriterio, se seleccionaran aquellas experiencias dentro de la clasificación de turismo cultural/aventura cuya nota final sea mayor a 6.0. Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se escogieron las siguientes experiencias turísticas que se encuentran identificadas dentro de la información de la competencia directa:

- Nahuizalco
- Santo Domingo de Guzmán
- Suchitoto
- Juayua
- Armenia
- Izalco
- Salcoatitán

5.2.6. DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

5.2.6.1. NAHUIZALCO

Descripción

Nahuizalco es un municipio que comprende la región de Juayúa, y está localizada sobre la Ruta de Las Flores es un municipio con un gran aporte cultural con sus famosas artesanías, que en la actualidad es muy visitado por turista nacionales y extranjeros. Este municipio está localizado dentro de formaciones naturales de alto valor turístico, cultural y económico tales como el Parque Nacional Los Volcanes, que incluye el volcán de Izalco, el Cerro Verde y el volcán de Santa Ana o Ilimatepec. Los municipios de Izalco, Juayúa, Salcoatitán, Nahuizalco, Santa Catarina Masahuat y San Pedro Puxtla, se ubican en el área que comprende la Reserva de la Biosfera Apaneca-Ilimatepec, la cual se considera patrimonio de la humanidad.

División Política

El municipio de Nahuizalco está dividido en 15 Cantones los cuales son: Anal Abajo, Anal Arriba, Cusamaluco. El Arenal, El Canelo, El Carrizal, El Cerrito, El Chaparrón, La Guacamaya, Pushtán, Sabana Grande, Sabana San Juan Abajo, Sabana San Juan Arriba, Sisimetepet, Tajcuilujlan

Descripción Topográfica

La conformación territorial de Nahuizalco es de bajo porcentaje de planicies con un promedio de 489 ha. Teniendo un rango de 5 a 10% de planicie en relación a la región de Sonsonate, a raíz de esta información podríamos determinar a Nahuizalco como un municipio montañoso. Las planicies del municipio se pueden localizar al entorno de la cabecera, al norte y oriente algunas porciones, y hacia el sur en las proximidades de la carretera CA-8. Entre los cerros más destacados del municipio tenemos: el Volcán de Santa Ana en la cima occidental ya que el cráter del volcán se divide entre los municipios de Nahuizalco, Santa Ana y Chalchuapa ambos del departamento de Santa Ana, que se localiza al noreste del núcleo urbano de Nahuizalco con una altura de 2,362 msnm.

Siendo este la mayor altura de la región de Sonsonate. Otras elevaciones importantes que podríamos mencionar, son las montañas El Pajuil y El Oasis, todas ubicadas en dirección noreste; y lomas tales como: El Zapatón, Las Visiones, Larga, Bambú, El Chumpe y Guachipilín. En el Municipio se encuentra los ríos que conforman la red hídrica entre ellos tenemos: Argentina al oeste, Río San Antonio o Los Milagros al sur; y los ríos Molunca y Papaloate ubicados al noreste que se convierten en afluentes del río Sensunapán ubicado al este del municipio.

Costumbres.

El municipio de nahuizalco celebra sus fiestas patronales del 20 al 25 de junio en honor a San Juan Bautista.

Nahuizalco es popular por sus artesanías elaboradas con mimbre y fibras naturales como el tule, también utilizan madera de cedro y laurel de la india para elaborar todo tipo de muebles para el hogar.

Además, sus artesanías son una tradición como la elaboración de cómales a mano, canastos, ollas, tinajas, la imaginería, así como la fabricación de tejas, ladrillos de barro, adobe, destilería, carrizos para cohetes, cerería, jícaras, guacales, confitería, cigarros, puros, adornos

marinos y pirotecnia. Nahuizalco posee un mercado que ofrece sus productos artesanales a los turistas por las noches iluminados por candelas.

El municipio es reconocido por sus tradiciones entre las que destacan:

LAS COFRADÍAS: Grupos de personas que celebran a determinado Santo, según la fecha en el calendario estipulado por la Iglesia Católica, aportando los recursos necesarios, como el tiempo, ayuda monetaria, entre otros y están íntimamente relacionados con las celebraciones religiosas. Las cofradías más importantes celebradas en Nahuizalco son: la cofradía de San Juan Bautista, que es celebrada por los “naturales” o Indígenas, quienes se dicen compadres y comadres durante la celebración; la cofradía de la Virgen del Rosario, celebrada por los Indígenas y ladinos.

LAS FIESTAS PATRONALES: dedicadas a San Juan Bautista. Se realizan del 19 al 25 de Junio. Los actos populares más sobresalientes en dicha festividad son el paseo del “correo”, que consiste en una mascarada, música de bandas, cohetería y reparto de los programas anunciando el inicio de los festejos, elección de la reina de las fiestas, bailes populares, carrozas, alboradas, palenques, también en estas festividades se instala una exposición de artesanías de Nahuizalco, lo que constituye un atractivo especial para el turismo.

TRADICIÓN DÍA DE LOS CANCHULES: esta costumbre es propia de Nahuizalco y se celebra el 1 de noviembre. En ella grupos de niños/as de diferentes edades salen a las calles del pueblo con sus matatas o cebaderas, bolsas o sacos, una campana y en todo su recorrido van gritando “Ángeles somos del cielo venimos canchales pedimos para las animas”. O “Ángeles somos del cielo venimos canchales pedimos para nuestro camino” Los habitantes de las casas preparan altares con frutas, dulces típicos y comida autóctona como una forma de conservar tradiciones indígenas, de acuerdo al obsequio alimenticio que entregan lo acompañan de una frase.

ROMERÍAS Y PEREGRINOS: Entre los “naturales” de Nahuizalco está muy arraigada la costumbre de viajar en grupos generalmente a pie, con el objeto de participar en las festividades religiosas de los santos patronos de otros pueblos, por alguna promesa a dicho santo o para realizar actividades de carácter comercial. Durante estos viajes permanecen semanas fuera de su lugar de origen, a veces aprovechan para vender.

LA SEMANA SANTA: Es otra fiesta religiosa tradicional, se habla con orgullo de la solemnidad que caracteriza a las procesiones del Vía Crucis y el Santo Entierro, organizadas por la hermandad del Santo Entierro, que está compuesta por hombres en su mayoría del sector ladino. Se celebra además la Vela de Jesús, que consiste en permanecer toda la noche orándole a la imagen hasta que se inicia la procesión del Silencio. Para el Viernes Santo es costumbre que antes del acto se simboliza la crucifixión, los Naturales de los cantones llegan a la Iglesia portando crucifijos o algunas cruces de diferentes tamaños.

LA PIEDRA TECHICAL: Es un lugar sagrado donde nuestros ancestros realizaban las ceremonias Náhuatl-Pipil para rendir atributos a la madre naturaleza y agradecer porque les provee del agua y maíz.

Infraestructura y Servicios

A continuación se presentan los cuadros de infraestructura y servicios encontrados en el municipio de Nahuizalco.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	85%	50%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	60%		Solamente área urbana
Energía eléctrica	90%	60%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	75%	50%	Telecom
Telefonía móvil	75%	50%	Todas las compañías

Tabla 33 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Nahuizalco

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	0	No posee
Servicio de transporte público	1	Ruta 53d
Servicio de gasolinera	0	No posee
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	1	Oficina de Turismo
Señalización turística	x	No posee
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 34 - Servicios públicos del municipio de Nahuizalco

Fuente: Elaboración propia

Entre los recursos turísticos más relevantes que posee el territorio destacan:

RECURSOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Río la Vuelta	Cantón Pushtan
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	72 km
	CLASE	DISTANCIA MUNICIPIO A ATRACTIVO
	Turismo Aventura	2 km
	OFRECE	ACCESO
	Cascada que forma una poza	CA-8 - Calle al beneficio, cantón Sisimitepe
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Paisaje al volcán de IZALCO	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Alcaldía	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	<p>Este es un atractivo natural ubicado a un par de kilómetros del casco urbano en donde se pueden apreciar cascadas, al sitio se puede llegar por medio de caminatas organizadas que cuentan con la presencia de POLITUR si se solicita y por medios de Moto taxis las cuales se pueden encontrar en las afueras de la iglesia central.</p>

Tabla 35 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Río la Vuelta

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Cascada el Salto	Caserío el Salto Cantón Guacamaya
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	72 km
	CLASE	DISTANCIA DE MUNICIPIO A ATRACTIVO
	Turismo Aventura	4 Km
	OFRECE	ACCESO
	Aventura	CA-8 – Cantón Guacamaya
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Vegetación, aves, cascada	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Alcaldía	Todo tipo de vehiculó
DESCRIPCIÓN		
<p>La cascada El Salto ofrece aventura con una caminata hasta llegar a esta caída. Esta cascada es de agua fresca en el cantón de su mismo nombre, El Salto, está localizada a 4 km del centro histórico de Nahuizalco y a 76 Km. de San Salvador. Cuenta con un camino boscoso propio del lugar observando árboles como ceibas, pinos, entre otros.</p>		

Tabla 36 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Cascada el Salto

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Iglesia San Juan Bautista	Av. San Juan Barrio Las Mercedes 1ra. Calle Ote
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Religioso	72 km
	CLASE	LOCALIZACIÓN / ALCALDIA
	Patrimonio Cultural	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Vistosidad, solemnidad	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Parque y Mercado Municipal	Excelentes Condiciones
	CELEBRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Del 20 al 25 de Junio	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	<p>La iglesia San Juan Bautista celebra sus fiestas del 20 al 25 de junio en Honor a su patrono San Juan Bautista, la iglesia es colonial y fue construida en 1800, y fue dañada en el terremoto del 2001. Cuenta la historia que en 1857 el párroco Cristian Salazar asistió a las comunidades que eran víctimas de una epidemia de cólera, la cual lo mato, los habitantes que se salvaron de la epidemia dieron a este hecho “El milagro de Nahuizalco” pues consideraron que fue la intersección de la Virgen del Rosario la que curo a la gente de la epidemia, desde ese momento existe la cofradía de la Virgen del Rosario, que se celebran en este municipio.</p>

Tabla 37 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Iglesia San Juan Bautista

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Parque Benjamín Bloom	Centro urbano de Nahuizalco
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Religioso	72 km
	CLASE	LOCALIZACIÓN / ALCALDIA
	Patrimonio Cultural	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Recreación y esparcimiento	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Centro histórico de Nahuizalco	Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	ALCALDIA	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	El parque Benjamín Bloom tiene un diseño radial con jardineras delimitando las sendas peatonales en el interior del mismo. Cuenta con una fuente al centro del parque, iluminación, bancas, jardineras y otros mobiliarios.	

Tabla 38 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Parque Benjamín Bloom

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	EcoParque San Bernardo	Km. 93 ½ cantón El Canelo calle hacia los Naranjos
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante y alojamiento	72 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel de Montaña	21.5 Km de Alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Restaurante, piscina, café	CA-8 calle a Los Naranjos
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Entorno natural y fresca	Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
		<p>El eco parque San Bernardo cuenta con un área de restaurante donde su especialidad son la parrillada y los postres, tiene una capacidad para 320 personas máximo. También cuenta con un área de piscina, rodeada de la naturaleza. Además tiene unas acogedoras cabañas con 12 habitaciones con capacidad de 20 camas entre habitaciones dobles y sencillas.</p>

Tabla 39 - Atractivo turístico de Nahuizalco: Ecoparque San Bernardo

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Artesanías Wendy	Calle principal Nahuizalco
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Cultural, folclórico	72 km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Artesanías	Área urbana de Nahuizalco
	OFRECE	ACCESO
	Todo tipo de Artesanías	CA-8 calle a Los Naranjos
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Ruta de las Flores	Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	En artesanías Wendy 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.	

Tabla 40 - Servicio turístico de Nahuizalco: Artesanías Wendy

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO Artesanías el Progreso	DIRECCIÓN Calle Principal Av. El calvario Nahuizalco
	TIPO DE ATRACTIVO Cultural, folclórico	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR 72 km
	CLASE Artesanías	UBICACIÓN EN MUNICIPIO Área urbana de Nahuizalco
	OFRECE Todo tipo de Artesanías	ACCESO CA-8 calle a Los Naranjos
	ENTORNO Ruta de las Flores	CONDICIONES DEL ACCESO Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN Privada	VEHICULO RECOMENDADO Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN Este lugar ofrece a los turistas todo tipo de artesanías trabajadas en madera, mimbre, barro y calzado típico.	

Tabla 41 - Servicio turístico de Nahuizalco: Artesanías el Progreso

Fuente: Elaboración propia

Nahuizalco cuenta también con otros atractivos naturales de tipo cascadas, ríos y cerros tales como:

CASCADAS LAS GOLONDRINERAS: Ubicada en el cantón Pushtan a 4 kilómetros de Nahuizalco, este viaje es de aventura, se llega al casco de la hacienda y luego se camina 20 minutos aproximadamente pasando por los sembradillos de hortalizas y plantaciones de flores silvestres, se atraviesa a pie el Río Sensunapán para llegar a la impresionante caída de agua de aproximadamente 25 metros de altura.

CASCADAS DE LAS MONJAS: Es un lugar empedrado en donde se disfruta de un clima agradable. Existen alrededor de dos manzanas donde puede apreciarse un paisaje con flores silvestres, un puente típico, una posa, una bonita cascada y un laberinto de pilitas. Este lugar se encuentra muy próximo al municipio de Sonsonate (menos de diez minutos).

RÍO LA VUELTA O RÍO SENSUNAPÁN: Es un río ubicado a unos 5 minutos de la ciudad y donde se puede tener un acercamiento con la naturaleza, es caudaloso y su agua es muy fresca. Fluye a 2 Kms al oriente de la ciudad de Nahuizalco, pasando por el beneficio en el cual se procesa café.

EL CERRO EL TUNCOL: En este cerro se descubrieron innumerables piezas arqueológicas, las cuales fueron saqueadas por los pobladores, aún se encuentran las excavaciones realizadas y algunas piezas prehispánicas.

5.2.6.2. SALCOATITÁN

Descripción Geográfica y Topográfica:

Salcoatitán es un municipio con una extensión territorial de 18.61 Km cuadrados, con una elevación de 1,04 msnm con accesos a través de carretera Panamericana y vía Santa Ana; colinda al Norte con el municipio de Juayua, al Sur con Santa Catarina Masahuat y Nahuilingo, al Éste con Juayua y al Oeste con Santa Catalina Masahuat.

Se ubica aproximadamente a 84Km de San Salvador y a 19Km de Sonsonate.

El municipio de Salcoatitán cuenta con una región “muy montañosa” el porcentaje de planicies en muy bajo alcanza las 66 ha, este se extiende en la parte central del municipio. Este posee uno de los cuarenta cerros más destacados de la Región de Sonsonate (mayores de 500 msnm) Cerro de Oro (1,528 msnm) es cual se ubica en el extremo noroeste del territorio municipal. Otros elementos físicos que posee son la quebrada El Manzano, al sur, quebrada San José o El Conacaste ubicada al este, y la quebrada La Gloria que pasa al norte del centro urbano.

Población:

Tiene una población de 5,644 habitantes, una densidad demográfica de 303.27 hab/km².

División Política:

Su división política se reduce a:

- 2 cantones
- 4 Caseríos.

Clima:

Precipitación Fluvial 1400 a 1200 cc; y una temperatura de 14 a 8 °C.

Orígenes y Etimología:

El 12 de junio de 1824 fue incluido en la nómina de pueblos del distrito y departamento de Sonsonate. El 15 de octubre de 1859, aparece Salcoatitán con 598 habitantes. "La población se compone de 144 casas pajizas y seis de teja". Fue segregado del distrito de Sonsonate e incorporado en el distrito de Juayúa, por Decreto Legislativo de 22 de abril de 1896 Salcoatitán.

Costumbres y Folklore:

Sus fiestas patronales se celebran en el segundo domingo de noviembre en honor a San Miguel Arcángel; otro festejo es el 29 de agosto en honor a San Jorge.

Descripción del municipio:

Salcoatitán, situado a pocos kilómetros de Juayúa y a unos 84 Km. de la Capital es un pueblo que se destaca por su ambiente pintoresco y su tranquilidad, este es un pueblo cafetalero en donde se realizaron las primeras plantaciones de café en el año 1,860. Cuenta con dos vías de acceso una por la Carretera Panamericana ingresando por Sonsonate y la otra es vía Santa Ana - Juayúa. Su economía se basa en el cultivo de café por su clima fresco. Las oportunidades laborales son bajas ya que solo se cuenta con la agricultura y maquilas, emigrando así las personas profesionales a la capital o a ciudades más grandes. La delincuencia en Salcoatitán es baja. Este municipio se caracteriza por la fabricación de muebles en madera, talleres artesanales de artículo de mimbre, y plantaciones de café que forman parte del atractivo con el que cuenta el municipio. Alrededor del parque central se encuentran tiendas artesanales, galerías de arte autóctono y restaurantes en los que se ofrece comida típica por encontrarse sobre la ruta de las flores. Además, se pueden apreciar viveros y jardines que predominan en la zona.

Costumbres:

Salcoatitán celebra sus fiestas patronales la primera semana del mes de noviembre en honor a San Miguel Arcángel, su Iglesia, aunque un lugar pequeño es la más pura expresión de la arquitectura religiosa colonial junto con sus costumbres religiosas.

Sistema Vial y Transporte:

A través de la carretera CA-8 en su tramo Nahuizalco-Salcoatitán-Apaneca, que de Sonsonate conduce a Ahuachapán, la ruta de buses que lo lleva es la 249 que viaja de Sonsonate a Ahuachapán.

Se puede considerar que el municipio cuenta con conectividad alto, ya que su núcleo urbano está conectado a ramales que se pueden considerar breves del eje principal de la Región en su tramo de doble calzada.

Entre la ruta de transporte público principal podríamos mencionar: Ruta 249 interdepartamental que hace su recorrido Sonsonate-Salcoatitán-Juayúa-Ataco-Ahuachapán.

Infraestructura y Servicios.

A continuación, se presentan los cuadros de infraestructura y servicios encontrados en el municipio de Salcoatitán.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	80.00%	40.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	50.00%	---	Solamente área urbana
Energía eléctrica	95.00%	70.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	N/D	N/D	NS
Telefonía móvil	75.00%	50.00%	Todas las compañías

Tabla 42 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Salcoatitán

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	0	No posee
Servicio de transporte público	1	Ruta 249
Servicio de gasolinera	1	Estación de servicio
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	0	No posee
Señalización turística	0	No posee
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 43 - Servicios públicos del municipio de Salcoatitán

Fuente: Elaboración propia

RECURSOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE SALCOATITÁN

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Iglesia Colonia San Miguel Arcangel	Calle Principal, Francisco Salaverria
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Religioso	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Iglesia	Centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Apreciación arquitectura, tranquilidad	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Colonia San Miguel Arcangel	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Arquidiócesis/Alcaldia	Todo tipo de vehiculo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>La Iglesia Colonial San Miguel Arcángel fue construida en 1824 se encuentra ubicada a 12 Km. Al norte de Sonsonate. Dedicada a San Miguel arcángel patrono de Salcoatitán. En la actualidad se encuentra fuera de uso por haber sido dañada en los últimos terremotos ocurridos de 2001 en nuestro país. Se está construyendo una réplica a la par de la iglesia antigua, para evitar que los feligreses corran peligro en la antigua iglesia de adobe. Esta iglesia constituye uno de los atractivos de la denominada ruta de Las Flores.</p>	

Tabla 44 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Iglesia San Miguel Arcangel

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Río Monterrey	Camino a la Piona
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Recreación y esparcimiento	84 km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Natural	Área rural de Salcoatitán
	OFRECE	ACCESO
	Recreación, descanso y caminata	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Bosque, río, piscinas de montaña	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Alcaldía	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Río Monterrey cuenta con una bella cascada donde se puede disfrutar de un baño con agua fresca, áreas naturales o boscosas, en esta zona también se encuentran unas pilas públicas que son utilizadas por los visitantes y por los pobladores del lugar</p>		

Tabla 45 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Río Monterrey

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOTURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante el Portal de la Montaña	Calle principal de Salcoatitán hacia Ahuachapan 500mt. Arriba de gasolinera ROMALAR
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Restaurante de campo	Salida de Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Comida a la carta	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehiculo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Restaurante Portal de la Montaña, un bello lugar hecho de madera, muy acogedor con su acceso de piedra y vegetación a ambos constado, en su exterior podemos encontrar juegos para niños hecho de madera, pasar un rato agradable con ellos mientras se disfruta de su clima, en su interior con sus paredes de piedra, columnas de madera, pérgolas sobre las mesas y detalles en puertas y muebles de madera, un excelente lugar con diseño de casa de campo, ubicado sobre la carretera principal del municipio. Capacidad para 150 personas.</p>		

Tabla 46 - Servicio turístico de Salcoatitán: Res. Portal de la Montaña

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Parque y Restaurante la Colina	Km. 82 1/2 Carretera Salcoatitán, Juayúa.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Restaurante de campo	Zona rural
	OFRECE	ACCESO
	Tenquique sudados en crema de loroco	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Areas verdes y tranquilas	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehiculo
	DESCRIPCIÓN	<p>Parque y Restaurante la Colina, un lugar con un clima agradable, rodeado de vegetación y con un excelente menú que incluye tenquiques sudados en crema de loroco, comida que solo se puede consumir en la zona ya que se da en climas fríos, estos naces en las bases del árbol huachipilin en el invierno, en este lugar también le ofrece cabañas, donde se puede pasar un fin de semana en el campo. Capacidad para 120 personas.</p>

Tabla 47 - Servicio turístico de Salcoatitán: Restaurante la Colina

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante y vivero Los Patios	Ave. Gral. Francisco Salaverria, Salcotitán
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Restaurante y vivero	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alimentación, venta de plantas	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Area urbana	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehiculo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Restaurante y Vivero los Patios, como su nombre lo indica un lugar donde se puede disfrutar de una rica comida, disfrutar de su entorno, con mucha vegetación que se puede adquirir en su vivero, cuenta con exposición y venta de pinturas, con patios en donde en un momento se trabajó el café y con una capilla.</p>	

Tabla 48 - Servicio turístico de Salcoatitán: Restaurante Los Patios

Fuente: Elaboración propia


SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
 	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Arte Inédito	Calle principal sobre entrada a Salcoatitán
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Cultural folklórico	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Artesanías	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Artesanías, adornos	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Area urbana	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>Artes Inédito, Salcoatitán se puede encontrar una diversidad de artesanías, desde cuadro, adornos, sala, espejos decorados, alcancías, adornos con formas de frutas o pintados en puertas de madera, repujado en madera, entre otras creativas artesanías</p>		

Tabla 49 - Servicio turístico de Salcoatitán: Arte Inédito

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
 	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Borboletas, muebles y complementos	Calle principal #20 Salcoatitán
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Cultural folklórico	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Artesanías	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Artesanías, adornos	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Area urbana	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	En Borboletas Muebles y Complementos, se puede encontrar todo tipo de mueble de madera o mimbre para el hogar, así como accesorio complementarios.	

Tabla 50 - Servicio turístico de Salcoatitán: Borboletas, muebles y complementos

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Parque Central de Salcoatitán	Calle principal Sonsonate, Salcoatitán
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Recreación y esparcimiento	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Parque	Casco Urbano
	OFRECE	ACCESO
	Recreación y esparcimiento	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Cetro urbano	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Pública/Alcaldía	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>Parque central de Salcoatitán, se encuentra ubicado al paso de la ruta de Las Flores. Los fines de semana colocan ventas a sus alrededores de comida y artesanías. La alcaldía promueve este tipo de actividades colocando sonido y un ambiente festivo, en donde se puede descansar y pasar un momento agradable. El parque cuenta con vegetación en su mayoría palmeras y ficus, este parque es famoso por la venta de su plato típico yuca con chicharrón.</p>		

Tabla 51 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Parque central

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURISTICO		
MUNICIPIO DE SALCOATITÁN		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Mirador 7 Volcanes	Calle principal Sonsonate, Salcoatitán
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Recreación y esparcimiento	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Mirador	6 Km de municipio
	OFRECE	ACCESO
	Paisajismo	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zonas verdes naturales	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Pública/Alcaldía	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	El mirador está ubicado sobre la carretera CA-8 en el tramo de la ruta de las Flores entre Salcoatitán y Nahuizalco, su nombre es mirador siete volcanes y como este lo indica tiene vista a dichos volcanes. Capacidad para 20 personas.	

Tabla 52 - Atractivo turístico de Salcoatitán: Mirador 7 volcanes

Fuente: Elaboración propia

5.2.6.3. JUAYUA

El municipio de Juayúa se articula turísticamente como integrante de la Ruta de Las Flores que impulsó el Ministerio de Turismo a través de CORSATUR. Juayúa es, de hecho, el principal hito de la Ruta, es tal vez el más conocido de esta ruta turística.

División Política.

Este municipio cuenta con una división política administrativa presidida por su alcalde y su consejo municipal y que cuenta con 10 cantones: Buenos Aires, La Puente, La Unión, Los Apantes, Los Cañales, Los Naranjos, Ojo de Agua, San José La Majada, San Juan de Dios, Valle Nuevo.

Costumbres.

El municipio de Juayúa realiza sus fiestas patronales en honor al Cristo Negro de Esquipulas del 6 al 15 de Enero este municipio presenta mediante el impulso del turismo diferentes actividades una de ellas es el festival gastronómico que ha tenido una aceptación muy grande en los turistas.

Descripción Topográfica.

La zona urbana de Juayúa está asentada en un territorio relativamente plano, pero rodeada por pendientes fuertes, la zona de la ciudad más afectada por relieve es el norte y noreste del casco urbano. El elemento físico natural más notable cercano al casco urbano es el río Santa Lucía que corre en sentido norte – sur por el lado este del núcleo.

El municipio de Juayúa posee un porcentaje de planicies muy bajo; comparativamente con la Región que se encuentra en una zona “muy montañosa”. Las zonas de planicies en Juayúa alcanzan una superficie aproximada de 482 ha, y están dispersas en tres pequeñas porciones dentro del municipio. La configuración del relieve del municipio presenta el mayor porcentaje de planicies se extiende en los alrededores del cerro Los Naranjos, específicamente en el extremo noreste del municipio, cerca del límite con el municipio de Santa Ana (departamento de Santa Ana); otras dos porciones de planicies se identifican al centro del territorio, en el Cantón San José La Majada y otra parte en la zona suroeste del territorio, al sur del núcleo urbano de Juayúa. En cuanto a los cerros, Juayúa cuenta con 9 del total de los 40 cerros más destacados de la Región de Sonsonate (mayores de 500 msnm). Entre ellos existe 1 que sobrepasa los 2,000 msnm. y 8 que sobrepasan los 1,000 msnm. En este municipio se concentran las mayores altitudes de la región, las cuales forman parte de la Sierra Apaneca llamatepec que se extiende en el extremo norte del territorio municipal. La mayor elevación registrada en esta zona corresponde al Cerro El Águila (2,036 msnm). Los demás cerros, se encuentran entre los 1,800 msnm y los 2,000 msnm de altura: de la Laguna (1,990 msnm), de La Rana (1,970 msnm), Los Naranjos (1,961 msnm), La Cumbre (1,860 msnm), Cahío (1,841 msnm), El Taburete (1,841 msnm), Laguna Verde (1,829 msnm) y Cuyanausul (1,820 msnm).

Sistema vial y transporte.

La ciudad de Juayúa presenta un sistema vial aceptable que quedó establecido mediante una derivación breve por la carretera RN-12 a partir de un núcleo urbano con nivel de conectividad alto (Salcoatitán) que está en un eje de la red centroamericana (CA-8); y el acceso al otro núcleo urbano del municipio, San José La Majada, supone un recorrido más largo por la RN-12, a partir de Salcoatitán en la CA-8 o a partir de la CA-12 en el tramo Sonsonate-Santa Ana. El municipio está estructurado fundamentalmente por la carretera RN-12, que cruza el territorio municipal de poniente a oriente, desde Salcoatitán hasta la carretera CA-12; y por los dos núcleos urbanos, Juayúa y San José La Majada, que se localizan sobre la misma. Se trata de un municipio muy montañoso donde son determinantes las particularidades del relieve montañoso. El transporte colectivo lo realiza la ruta 249 que hace su recorrido entre los municipios de Sonsonate-Salcoatitán-Juayúa-Ataco-Ahuachapán iniciando 4:30 a 6:30 p.m.

Infraestructura y Servicios.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	90.00%	60.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	80.00%	-	Solamente área urbana
Energía eléctrica	100.00%	75.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	70.00%	50.00%	TELECOM
Telefonía móvil	75.00%	50.00%	Todas las compañías

Tabla 53 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Juayúa

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	1	Scotiabank
Servicio de transporte público	1	Ruta 249
Servicio de gasolinera	1	Estación de servicio
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	1	En parque central
Señalización turística	5	En principales Áreas
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 54 - Servicios públicos del municipio de Juayúa

Fuente: Elaboración propia

RECURSOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE JUAYUA

ATRACTIVO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Chorros de la Calera	C. Merceditas Cáceres Ote. y Calle a los chorros de la calera
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Ecoturismo/Aventura	2Km de municipio
	OFRECE	ACCESO
	Paisajismo/Atractivos naturales	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Cafetales y paisaje	Estado regular y acceso peatonal
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Pública	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Un atractivo lugar con ricos recursos naturales que ofrecen gran vistosidad y es punto de visita para muchos turistas que visitan Juayúa.</p>	

Tabla 55 - Atractivo turístico de Juayúa: Chorros de la Caldera

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO/ RECURSO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Iglesia de Juayúa	3a ave. Sur y 2a calle pte.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Religioso	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Cultural Histórico	200m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Vistosa iglesia	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Parque y Alcaldía	Excelentes condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Arquidiócesis	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>La iglesia de Juayúa, consagrada en enero de 1957, posee una verdadera joya escultórica: El cristo Negro o Nuestro Señor de Juayúa, tallado por el hábil cincel de Quirio Cataño, a fines del siglo XVI y el cual es similar al de Esquipulas (Guatemala). Según la tradición, en donde hoy se alza el altar mayor había una centenaria y voluminosa Ceiba: “La Ceiba preñada”, que fue partida por un rayo, y en sus entrañas apareció el crucificado rodeado de orquídeas de San Sebastián. Celebración al Cristo Negro de Esquipulas 6 al 15 Enero</p>		

Tabla 56 - Atractivo turístico de Juayúa: Iglesia de Juayúa

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Hotel Posada el Encanto	Colonia Esmeralda, Carretera a los Naranjos
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Hotel	Area urbana
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>El hotel se localiza en el área urbana de Juayúa, es un lugar muy familiar sus instalaciones cuentan con 8 habitaciones ente: 2 habitaciones sencillas, 3 habitaciones dobles, 2 habitaciones triples y 1 suite. A la entrada se encuentra una sala y recepción, cuenta con un área de comedor, posee una pequeña área verde y área de habitaciones.</p>		

Tabla 57 - Servicio turístico de Juayúa: Posada el Encanto

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Hotel Juayúa Inn.	Final 6a Ave. Norte Col. Esmeralda
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Hotel de Montaña	Área urbana
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	<p>El hotel Juayúa Inn. cuenta con habitaciones tipo cabañas rodeado de zona verde, cuenta también con una piscina, y área de comida. Su zona verde tiene una glorieta donde se puede descansar y respirar aire fresco, además de una vista panorámica hacia el pueblo.</p>

Tabla 58 - Servicio turístico de Juayúa: Hotel Juayúa Inn

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Casa de huéspedes Doña Mercedes	2a Ave Sur 3-4 Juayua
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Hospedaje	Área urbana
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>La casa de huéspedes Doña Mercedes es una casa ubicada en el área urbana de Juayúa es una casa sencilla que cuenta con 5 habitaciones entre ellas 3 sencillas y 2 habitaciones dobles, cuenta con recepción, área de estar, comedor y área de habitaciones se encuentra en la ruta de Las flores ideal para tener un lugar de llegada y disfrutar de sus alrededores y hacer compras.</p>		

Tabla 59 - Servicio turístico de Juayúa: Casa Huéspedes Doña Mercedes

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Hotel Anahuac	5ª Av. Nte. Y 1ª calle Pte., 2-3 Juayúa
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Hospedaje	Área urbana
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>El Hotel Anahuac es un hotel que además de ofrecer alojamiento, ofrece cultura, sus habitaciones están bellamente decorada con pinturas hechas en las paredes dándole un toque artístico a cada habitación, está rodeada de jardín y un ambiente muy tranquilo, con flores y piezas de barro en los jardines pues también el jardín está decorado con toque de arte y cultura como piedras de moler, ollas de barro, piezas de barro, entre otras.</p>	

Tabla 60 - Servicio turístico de Juayúa: Hotel Anahuac

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
 	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante Guadalupano	5ª Av. Nte. Y 1ª calle Pte., 2-3 Juayúa
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Restaurante	Área urbana
	OFRECE	ACCESO
	Comida Mexicana	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>El restaurante Guadalupano evoca a la cultura Mexicana, el tipo de comida es a la Carta y su especialidad es el pollo en mole.</p> <p>La capacidad es para 50 personas, tiene música en vivo, TV con cable y reservaciones para celebrar todo tipo de eventos.</p>	

Tabla 61 - Servicio turístico de Juayúa: Restaurante Guadalupano

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE JUAYÚA		
 	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Paso de Alaska	Km. 831/2 Calle Principal P-3 Cantón Los Naranjos
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento y gastronomía	84Km
	CLASE	UBICACIÓN EN MUNICIPIO
	Restaurante de Montaña	2 KM 1/2 del Centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alimentación y alojamiento en cabaña	CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zonas verdes	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	Paso de Alaska es un restaurante que ofrece como especialidad, carnes y mariscos, es un ambiente de montaña rodeado de vegetación y un clima fresco. Ofrece menú a la carta y se puede realizar en sus instalaciones todo tipo de eventos. Además cuenta con siete cabañas dobles con todos los servicios.	

Tabla 62 - Servicio turístico de Juayúa: Restaurante Paso de Alaska

Fuente: Elaboración propia

5.2.6.4. ARMENIA

El municipio de Armenia es conocido como la cuna de una de la más grande exponente de la literatura Salvadoreña Carmen Brannon Vega conocida en el ámbito literario con su seudónimo de Claudia Lars.

La actividad económica de Armenia es la Agricultura, predominando el cultivo de café, caña de azúcar, cereales, hortalizas y verduras, además de la ganadería y el comercio, pero el mayor ingreso lo genera la comercialización de ladrillos y tejas.

Pero Armenia se ubica en uno de los municipios de mayores problemas de seguridad, a causa de esto la municipalidad está implementando programas de prevención para los jóvenes por medio de actos culturales, talleres y encuentros deportivos. También existe un programa para las mujeres de Armenia con el objetivo de capacitarlas para emprender su propia empresa, con la colaboración de AGAPE e INSAFOR. Además de programas medioambientales entre otros, todo esto en colaboración de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

Armenia no posee sitios turísticos pero la comuna y su población le apuesta a el turismo, por encontrarse aledaños a la ruta de las Flores, e iniciar con el rubro Gastronomía en la ciudad.

División Política.

Armenia está dividido en 9 Cantones y 65 Caseríos. Sus Cantones son los siguientes: Azacualpa, El Cerro, El Guayabo, El Rosario, La Puerta, Las Crucitas, Los Mangos, Tres Ceibas, Valle Nuevo.

Costumbres

Armenia celebra del 16 al 25 de Diciembre las fiestas en honor a su patrono San Silvestre Papa y del 20 al 25 de Noviembre la fiesta patronal en honor a la Co-patrona Santa Teresa de Ávila. Las celebraciones inician con una alborada y con su tradicional desfile de correo, luego con la coronación de la reina de las fiestas patronales, realizando el desfile de las carrozas de las reinas por las calles principales del municipio, dentro de las festividades se celebran actos religiosos, juegos recreativos, encuentros deportivos, jaripeos, cabalgatas y finalizan con un carnaval. Hace ya 3 años que la ciudad de Armenia realiza el festival gastronómico en semana santa, como la iniciativa de invitar a los turistas a conocer un poco más de este municipio, este festival se realiza en el parque central. Además, en agosto se realiza el Festival gastronómico-artesanal, en ella se realizan actividades como cabalgatas, y la venta de artesanías, todo esto realizado con apoyo de la empresa privada del municipio.

Descripción Topográfica.

La configuración natural de Armenia es bastante plana en su extensión territorial, pero también posee zonas de alto relieves. La parte sur del municipio se destacan las lomas: Tres Ceibas, el Tacuacín, el Suncita, El Manzano, y los Cerros: El Caballito, Nanahuatzin y Masatepeque. Entre los ríos que posee el municipio tenemos sus principales: -Río Negro: al noroeste del cerro Caballito a 3.2 Km. al sureste de Armenia que corre en dirección Sureste, al N.O. recibe la influencia de las quebradas seca y manzano, continuando al municipio de San Julián sirviendo este como límite con San Julián e Izalco. Con una longitud promedio dentro de Armenia de 3.2 Km.

Río Azacualpa o El Pito: Se forma de la confluencia de las quebradas: Barranca, El Pital Y Barranca del Puente o Llano Grande, 4.3 Km. Al N.O. de la ciudad de Armenia, corre en dirección S.E. a E., hasta unirse con la quebrada La Periquera y dar origen al río Agua Caliente, con una longitud de 5 Km. Tata Matías: Nace al Norte del caserío Las Crucitas segunda zona con 5.1 Km. al Norte de la ciudad de Armenia; corre en dirección Este, y al entrar al departamento de La Libertad es utilizado para obras de riego agrícola, en el Valle de Zapotitán. Tiene una longitud de 3.5 Km. dentro del municipio. Otros ríos que podríamos mencionar se encuentran Agua Caliente, Santa Teresa, Atiguaya, Shalshutiati, Putunchuzcu y Paso Hondo

Sistema Vial y Transporte.

El acceso a Armenia es sobre la carretera CA-8 al nivel del Km. 41 ½, la carretera CA-8 que se encuentra en buen estado, su acceso principal es la calle 9 de septiembre. El servicio de transporte de buses de Armenia da inicio desde las 4:30 a.m. y finalizan hasta las 9:00 p.m. Las rutas localizadas son las siguientes:

- Ruta 208 con recorrido de San Salvador a Armenia
- Ruta 203 con recorrido de Armenia a San Julián - S.S.
- Ruta 170 de Armenia a San Isidro
- Ruta 3LL de Armenia a El Poliedro

Infraestructuras y Servicios

A continuación, se presentan los cuadros de infraestructura y servicios encontrados en el municipio de Armenia.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	85.00%	60.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	60.00%	-	Solamente área urbana
Energía eléctrica	95.00%	80.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	80.00%	10.00%	En su mayoría área urbana
Telefonía móvil	90.00%	50.00%	Todas las compañías

Tabla 63 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Armenia

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	1	Banco, no cajero
Servicio de transporte público	4 rutas	208, 203, 170, 3LL
Servicio de gasolinera	1	Estación de servicio
Servicio de salud	1	Unidad de Salud y FOSALUD
Servicio de información turística.	1	En casco urbano
Señalización turística	5	En áreas estratégicas
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 64 - Servicios públicos del municipio de Armenia

Fuente: Elaboración propia

RECURSOS TURISTICOS

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE ARMENIA		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante los Jalapeños	Calle Araujo y 2a Ave. Norte
	TIPO DE SERVICIO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	41.5KM
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante Urbano	50 m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Comida Mexicana	Costado del parque central
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zona urbana	Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Es un lugar agradable localizado al costado norte del parque central del municipio de Armenia, en él se respira un ambiente tranquilo con una bonita vista del parque. Es amablemente atendido por su propietario con una variedad de comidas al estilo mexicano. Su horario de atención son todos los días de 8 a.m. a 10 p.m. cuenta con música ambiental y televisión con cable.</p>	

Tabla 65 - Servicio turístico de Armenia: Restaurante los Jalapeños

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE ARMENIA		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Café y típicos El Sabor de mi Pueblo.	C5° Calle PTE y Calle 3 de abril.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	41.5KM
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Café	100 m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Comida típica	Área urbana
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zona urbana	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>El Café y Típicos de mi pueblo, es un rincón muy agradable recién establecido para el momento de la visita, este lugar ofrece platos típicos como: yuca, chilate, nuégados, Camote en miel, pasteles y enchiladas entre otros platillos.</p> <p>Además ofrecen actos culturales y música en vivo en las afueras de sus instalaciones los fines de semana. Está localizado dentro del área urbana a pocos metros de la alcaldía. Capacidad de carga de 30 personas.</p>		

Tabla 66 - Servicio turístico de Armenia: Café y Típicos El Sabor de mi Pueblo

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE ARMENIA		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Restaurante las Veraneras	Pje. Agua Caliente # 1 barrio La Cruz.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Gastronomía	41.5KM
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante Urbano	100 m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Comida a la Carta	Sobre la Avenida 3 de Abril, este es el acceso principal al el área urbana de Armenia de la CA-8
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zona urbana	Excelentes Condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>El restaurante Las Veraneras tiene un ambiente familiar, con una vista panorámica de 180°, sus instalaciones pueden albergar hasta 300 personas. Las instalaciones cuentan con una pista de baile, por lo cual se pueden celebrare diferentes tipos de eventos: fiestas, seminarios, entre otros. La especialidad de sus comidas son la carne y pollo a la parrilla, y su horario de atención los días de semana de 1:00 a 10:00 p.m. y los fines de semana desde las 11:00 a.m. Cuenta con televisión con cable, música ambiental y servicios de bar. Capacidad de Carga 300 personas.</p>		

Tabla 67 - Servicio turístico de Armenia: Restaurante las Veraneras

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE ARMENIA		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Estación de Ferrocarril	Final calle Arturo Araujo
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Histórico	a 90m de alcaldía
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Patrimonio Histórico	100 m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Recorrido por el pasado	Sobre calle Arturo Araujo
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Proyección de polideportivo	Regular
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	FENADESAL	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>La estación del tren pertenece a FENADESAL se encuentra fuera de servicio, pero cuenta con las instalaciones que no están en abandono. Quedando como vestigio histórico de la época de oro del café el cual era el cultivo predominante de la época. La alcaldía de Armenia tiene como proyección la construcción de un polideportivo al costado sur del terreno que contiene la estación y habilitarla para realizar paseos turísticos en tren dentro y fuera del municipio, todo esto se encuentra en la actualidad como proyecto sin ejecución.</p>		

Tabla 68 - Atractivo turístico de Armenia: Estación de Ferrocarril

Fuente: Elaboración propia

5.2.6.5. SANTO DOMINGO DE GUZMÁN

El poblado fue fundado por pipiles al norte de su actual asentamiento. En 1572 era un pueblo de doctrina a cargo de los Dominicos de Sonsonate, quienes le asignaron el nombre de "Santo Domingo". Hacia 1770 fue anexado a la parroquia de Nahuizalco, tiempo en el cual se contaba con 146 habitantes.

El poblado se caracteriza por la producción de comales y ollas, se dedican a la ganadería y agricultura, sus principales cultivos son tomates y granos básicos, tienen crianza de porcina,

ganado vacuno y aves de corral. Sus industrias principales son la elaboración de los derivados de arcilla y la elaboración de petates.

División Política

El municipio de Santo Domingo de Guzmán se divide en 4 cantones y 8 caseríos. Sus cantones son los siguientes: El Carrizal, El Caulote, El Zarzalito, El Zope.

Costumbres

Sus fiestas patronales son celebradas del 1 al 4 de agosto en honor a Santo Domingo de Guzmán, es característico del Municipio la elaboración de cómales y ollas las cuales son vendidas en su mercado y en las fiestas del mismo, en la misas los fines de semana se pueden observar personas con ropa típica o también conocidos como refajadas que son por lo general ancianas y los ancianos es típicos verlos con sus sombreros y corvos, en el municipio se pueden encontrar personas que hablan el nahuatl, aunque es en pequeña cantidad y por lo general son adultos mayores.

Descripción Topográfica

El Municipio posee un porcentaje de planicies muy bajo, si lo relacionamos con la Región en la cual está ubicado se puede decir de que este territorio es totalmente montañoso, sin embargo no hay una elevación significativa dentro del Municipio, la superficie de planicie alcanza un 5 ha, las cuales se encuentran al sur del Municipio. El Municipio cuenta con los siguientes ríos: río Santo Domingo que se une con el río Tlazapuyo, ambos se convierten en afluentes del río San Pedro y río La Barranca, que es el límite al este con el municipio de San Antonio del Monte, río Sihupán al este, río Tlazapuyo en la zona central.

Sistema vial y transporte

El acceso al Municipio es por carretera pavimentada proveniente de San Antonio del Monte, a lo largo de la carretera no encontramos con caídas de aguas naturales que son El Escudo y El Salto. La conectividad dentro del municipio se puede decir que está en un nivel medio ya que las calles de acceso de mejor calidad son las que se encuentran en tramos largos, son de pavimento y reciben mantenimiento, sin embargo las calles de corto tramo o de acceso a los cantones no tienen ningún tipo de mantenimiento. El municipio se encuentra estructurado por la cabecera municipal y por las cinco carreteras que salen de ella.

Infraestructura y Servicios

A continuación, se presentan cuadros de infraestructura y servicios en el municipio.

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	50.00%	30.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	40.00%	-	Solamente área urbana
Energía eléctrica	60.00%	30.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	50.00%	10.00%	En su mayoría área urbana
Telefonía móvil	60.00%	40.00%	Todas las compañías

Tabla 69 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Santo Domingo de Guzmán

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	0	No posee
Servicio de transporte público	1 ruta	55
Servicio de gasolinera	0	No posee
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	0	No posee
Señalización turística	0	No posee
Puesto de PNC.	1	En área urbana.

Tabla 70 - Servicios públicos del municipio de Santo Domingo de Guzmán

Fuente: Elaboración propia

RECURSOS TURISTICOS

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO DE GUZMAN		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Cascada el Escudo	Rio Camalute
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	77km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Turismo rural	2.5 km de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Recorrido en rivera del rio	Calle que conduce a Rio Camalute
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Area rural, fauna, flora	Regular
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Municipalidad	Todo tipo de vehiculo, caminata
	DESCRIPCIÓN	
	<p>La llegada a la cascada comienza desde el centro de la ciudad de sobre la calle principal y luego por la calle que conduce hasta el río Camalute, se llega hasta el final de la calle y luego inicia la caminata hasta la cascada sobre la rivera del río. La caminata es corta. La cascada tiene una altura promedio de 15 metros. Este lugar es propicio para las personas que gustan del turismo de aventura.</p>	

Tabla 71 - Atractivo turístico de Santo Domingo de Guzmán: Cascada el Escudo

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE SANTO DOMINGO DE GUZMAN		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Cascada Tepechapa	Entre el cantón Caulote y Carrizal.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	77km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Turismo rural	4 km de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Caminata, baño en cascada	Caminata
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Area rural, fauna, flora	Regular
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Municipalidad	Caminata
DESCRIPCIÓN		
Para llegar a la cascada se hace un recorrido largo y agradable, pasando entre el Cantón Caulote y Carrizal sobre la ribera del río. Excelente para personas que gustan de caminar y admirar la fauna y flora. La caminata se prolonga por unas dos horas de llegada y regreso. En el lugar habitan mapaches, culebras, todo tipo de aves, y árboles de grandes dimensiones.		

Tabla 72 - Atractivo turístico de Santo Domingo de Guzmán: Cascada Tepechapa

Fuente: Elaboración propia

5.2.6.6. IZALCO

Es un municipio con mucha historia, tanto prehispánica como colonial, que se conjuga para generar una ciudad que cuenta con sus propias tradiciones, que con hechos de la historia reciente buscan crear y desarrollar el turismo. Este municipio cuenta con una oficina de desarrollo turístico auspiciada por la alcaldía, que tiene como objetivo elevar la calidad de los diferentes atractivos de la localidad, que estos sean sostenibles y que sean un gran apoyo en el desarrollo social de la comuna, su relación con los 16 municipios de la región de Sonsonate. Es el 3º municipio más grande por su superficie y el 2º más grande por su población.

División Política

La administración política, el municipio se divide en: Zona Rural: 25 Cantones, 108 Caseríos; según monografía del municipio de Izalco Estos son: Cangrejeras, Ceiba del charco, Cruz Grande, Cuntan, Cuyagualo, Chorro Abajo, Chorro Arriba, El Sunza, Huiscoyolate, Joya de Cerén, La Chapina, Quebrada Española, Las Higueras, Las Lajas, Las Marías, Piedras Pachas, San Isidro, Shon Shon, Talcomunca, Tapalshucut, Tecuma, Tescal, Tres Ceibas, San Luís, Los Tunalmites.

Costumbres

LA PORCESIÓN DE LOS CRISTOS

El jueves santo en Izalco, no sacan al Jesús Cautivo, llamada también procesión del silencio como en otras partes del país, a cambio realizan la Procesión de los Cristos donde el Nazareno, el Jesús de los inditos de Izalco, con la cruz a cuesta, bajo palio y vestido de morado va por las calles se le llama Procesión de los Cristos porque delante del Nazareno desfilan varios crucifijos, cuyas cruces van cubiertas de flores palmas de corozo o de coyol y allí está la clave para entender el porqué de los Cristo.

Fiestas de San Juan

Tocando pasos con los tambores en las vísperas de las fiestas de san Juan y esa es la milicia guerrilleros va a casa de oferente a recoger la ofrenda por la mañana, amaneciendo el pueblo de gala. Cuando llega la milicia gira del oferente, se coloca el gallo a medio patio del rancho, la milicia gira alrededor del gallo para luego salir del patio el encargado de la partesana para este hacer sus lanzamientos al terminar es sustituido por la partesana para este hacer sus lanzamientos al terminar es sustituido por el abanderado quien tiene tremor a su bandera a la puerta del rancho en solemne demostración de paz.

Tronos

Se llega a la culminación de las fiestas de pascua con la erección del trono en la plaza pública. En antaño se pasearon en hombros por las principales calles, pero desde 1913 en que fueron tendidos cables conductores de electricidad, se construyeron inmóviles, cambios que propiciaron una trayectoria progresiva.

Acude el pueblo en masa, música regional y mientras el comercio; Ofrecer dulces típicos: cartuchos colmados y resplandores de miel solidad en tusas recortadas.

Las cofradías representativas son: San Gregorio, Santa Lucia, San Nicolás Tolentino, Santa Rosa, San Sebastián, Virgen De Los Remedios, Santa Teresa y el Padre Eterno.

Descripción Topográfica

El municipio de Izalco posee un porcentaje de planicies relativamente bajo, un poco menos del 40% de terreno llano. Sin embargo, las zonas de planicies en Izalco alcanzan una superficie muy apreciable, 6,867 ha, y están distribuidas en la parte sur y este del municipio, constituyendo una parte importante de las ricas tierras de la planicie interior del departamento.

La mayor parte de las planicies se localizan en los alrededores de la carretera CA-8 concentrándose principalmente hacia el sur. Otras pequeñas porciones de planicies identificadas en el municipio se localizan el oeste de la cabecera municipal, al sur del Cantón Talcomunca. Entre sus mayores relieves están: Volcán De Izalco, Volcán San Marcelino. Cerros el Escobillal El Zapotal, San Silvestre, La Lima, El Caracol, El Balsamar, El Mango El Manzano, El Chino, La Cabaña, Alto y Los Cerritos. Lomas: La Centinela, El Manzano, Chita, Ojos de Agua, El Cipitio, El Escorpión, Sabana Larga, Ujushtal y manzana. Llanuras: el playón y la chacharita. Montañas: La Trinchera y el cráter. Valle: La Fortuna. Entre sus ríos tenemos: El Ceniza, Chorrera Blanca, Tres Ríos Shutia- Cuntan, Agua Caliente, Chiquilhuat, Sunzula, Ceiba Hueca, Supilua, Huiscoyolate, El Castaño, El Negro, Las Minas, El Sucinta, y El Atecozol.

Sistema vial y transporte

Es un municipio con un nivel de conectividad muy alto por tener acceso directo desde el eje principal de la Región en su tramo de doble calzada (San Salvador-Valle de San Andrés-Izalco-aglomeración de Sonsonate-Acajutla). El municipio está estructurado fundamentalmente: Por el eje principal de la Región (San Salvador-Izalco-SonsonateAcajutla), en este caso la carretera CA-8, con doble calzada, atravesando la rica planicie interior de la Región, por la ciudad de Izalco; sus calles y avenidas. En la vecindad de la aglomeración de Sonsonate, con una gran potencia comercial y de servicios, y cuyo carácter es muy diferente del carácter de Izalco; por la presencia cercana del Complejo de los Volcanes. El municipio cuenta con rutas urbanas que comunican con Sonsonate rutas 3, 58 y 52.

Infraestructura y Servicios.

A continuación, se presentan los cuadros de infraestructura y servicios encontrados en el municipio de Izalco:

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	80.00%	60.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	70.00%	-	Solamente área urbana
Energía eléctrica	100.00%	75.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	70.00%	50.00%	En su mayoría área urbana
Telefonía móvil	75.00%	50.00%	Todas las compañías

Tabla 73 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Izalco

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	0	No posee
Servicio de transporte público	7 rutas	3 urbanas, 4 interdepartamentales
Servicio de gasolinera	2	Estaciones
Servicio de salud	1	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	0	No posee
Señalización turística	0	No posee
Puesto de PNC.	2	En área urbana.

Tabla 74 - Servicios básicos del municipio de Izalco

Fuente: Elaboración propia

RECURSOS TURSTICOS

ATRATIVO/PRODUCTO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	El Llanito	Avenida Morazán y Calle Libertad
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Histórico y Religioso	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Sitio Iglesia Colonial	200m de alcaldía
	OFRECE	ACCESO
	Arquitectura histórica	Costado de iglesia actual a pie.
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Las ruinas de la antigua iglesia La Asunción el área que sirve como fosa común; entre la actual parroquia y el parque Saldaña.	En abandono y sin protección
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Publica	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
Con la conmemoración de los sucesos de 1932, la alcaldía de Izalco pretende hacer un monumento que recuerde los acontecimientos acaecidos en esta fecha.		

Tabla 75 - Atractivo turístico de Izalco: El Llanito

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Cuevas del Escorpión	Calle a Caserío Las Marías
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Cuevas formación Ígnea	18km
	OFRECE	ACCESO
	Exploración, estudio formación Ígnea	Calle a cantón las Marías por cooperativa
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Volcán de Izalco y parte rural del municipio	Regular
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Cooperativa San Isidro	4x4
	DESCRIPCIÓN	
El lugar necesita trabajarse e implementar aspectos básicos de seguridad, 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.		

Tabla 76 - Atractivo turístico de Izalco: Cueva del Escorpión

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Turicentro Atecozotl	Calle de acceso a Izalco
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Balneario Nacional	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Cuevas formación Ígnea	1 km
	OFRECE	ACCESO
	Cuenta con un área de más de 10 Mz. Con bosque y afluentes de agua repartidos en el terreno dentro de un micro clima muy fresco de 25° C a 32° C aprovecha el paisaje y su espacio	Calle de acceso al centro urbano del municipio
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Clima Fresco y Natural	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Pública	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
El turicentro está bajo la administración del ISTU y cuenta con amplia zona verde y boscosa, también con un buen número de piscinas, estacionamiento para 300 vehículos, área de cafetería, varios chalet, áreas de juego para niños, cabañas y vestidores. Es uno de los telecentro más conocidos por la población, no se ha ofertado como lugar familiar de recreo. Se pudo notar cierto descuido en sus instalaciones.		

Tabla 77 - Atractivo turístico de Izalco: Turicentro Atecozotl

Fuente: Elaboración propia




ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
  	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Cueva el Tranquilo	Calle a caserío las Marías
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Cuevas formación Ígnea	7km
	OFRECE	ACCESO
	Estudio, exploración de formación Ígnea	Calle a cantón las Marías, a través de cooperativa.
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Volcán de Izalco y rural del municipio	Regular, peatonal
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Cooperativa San Isidro	4x4
	DESCRIPCIÓN	
<p>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 en área de cultivos y bosque, su vegetación es abundante y para llegar hasta esta cueva es necesario de un guía que conozca la zona y generar seguridad a los visitantes. Además se podría unir en caminatas hasta las cuevas del Escorpión.</p>		

Tabla 78 - Atractivo turístico de Izalco: Cueva el Tranquillo

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	La Virgen de la Lava	Calle Canto Chorrón arriba, Finca Sánchez
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Cultural e Histórico	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Monumento	2km
	OFRECE	ACCESO
	Celebración al milagro de la lava y mirador	Cruzando finca Sánchez
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Volcán de Izalco y rural del municipio	Regular
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Pick up
	DESCRIPCIÓN	
<p>La Virgen de la Lava 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 colocó la Virgen. Desde entonces se celebra el milagro de la Virgen de la lava.</p>		

Tabla 79 - Atractivo turístico de Izalco: La Virgen de la Lava

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Parque Saldaña	Avenida Morazán y Calle Libertad
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Histórico	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Parque	Centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Esparcimiento	Por calle principal frente alcaldía
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano del municipio.	Buenas condiciones
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>Este parque es el mojón urbano que define la cuadrícula del municipio enfrente la alcaldía y la Iglesia La Asunción. El parque principal Saldaña 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.</p>		

Tabla 80 - Atractivo turístico de Izalco: Parque Saldaña

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURÍSTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Casa Barrientos	1a a ve. Sur y 1a calle poniente
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Histórico Cultural	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Patrimonio	200 mts.
	OFRECE	ACCESO
	Vistosidad, una historia que contar	Costado iglesia central
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Casco urbano, representa inicios de siglo XX	Adoquinado, buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Municipalidad	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>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.</p>		

Tabla 81 - Atractivo turístico de Izalco: Casa Barrientos

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Cabañas Campo Bello	2km previo a cerro verde
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel de montaña	12km
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento, alimentación, paseos a caballo	11 km/2 de desvio Cerro Verde
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zonas verdes y frescas, 1789 msnm	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	4x4
DESCRIPCIÓN		
<p>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 llamatepec. Presenta un diseño diferente en las cabañas tipo igloo, en siete de ellas, amplio campo para recreación y contemplación de la naturaleza este campo está dividido en dos zonas bajo la misma administración.</p>		

Tabla 82 - Servicio turístico de Izalco: Cabañas Campo Bello

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Cabañas Casa Cristal	2km previo a cerro verde
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Alojamiento	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel de montaña	12km
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento, alimentación, paseos a caballo	11 km/2 de desvio Cerro Verde
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zonas verdes y frescas, 1832 msnm	Excelente
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Cooperativa Cristal/Privada	4x4
	DESCRIPCIÓN	
	<p>En marcado entre los volcanes llamatepec e izalco aprovechando la altura y el micro clima que ambos proveen, genera una área para campamento muy amplia de dos o tres manzanas, con miradores artificiales y naturales, con área para capacitaciones, dormitorios, salón para comedor , no encontramos quien podría dar mejores referencias del lugar.</p>	

Tabla 83 - Servicio turístico de Izalco: Cabañas Casa de Cristal

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	La casona de los Vega	2a ave norte No 24 Izalco
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Hostal y Restaurante	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Alojamiento y restaurante urbano	Casco urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento, alimentación, charlas culturales	11 km/2 de desvío Cerro Verde
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zona urbana	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Este Hostal y Restaurante es de tipo colonial con un agradable ambiente que además ofrece un área para conferencia, en este se imparte también charlas culturales por parte de su anfitrión de forma programada. Además este lugar ofrece Tour por todos los atractivos de la región</p>		

Tabla 84 - Servicio turístico de Izalco: La Casona de los Vega

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante El Alba	4a ave norte No 34 Izalco
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante urbano	Casco urbano
	OFRECE	ACCESO
	Comida mediterránea y celebración de eventos	Carretera CA-8, casco urbano Izalco
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Zona urbana	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
<p>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.</p>		

Tabla 85 - Servicio turístico de Izalco: Restaurante El Alba

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Finca y Restaurante "El Chele"	Final ave. Roberto Carías, Cantón Teshcal
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante Rural	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante urbano	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Comida a la carta, conejo, gallina, eventos	Casco urbano sobre calle de tierra
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural finca	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Finca y Restaurante El Chele, es una finca en las afueras de la ciudad de Izalco, en un ambiente rural, con instalaciones adecuadas para ofrecer los servicios principalmente de restaurante con un área verde adecuada para eventos grandes como bodas, además ofrecen 3 cabañas una sencilla y dos dobles con baño completa cada una y un salón para eventos con capacidad de 80 personas. También posee en sus instalaciones un mini zoológico.</p>		

Tabla 86 - Servicio turístico de Izalco: Restaurante El Chele

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Finca Cuyancúa	Carretera antigua a S.S a 500m de Atecozol
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante rural	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Comida a la carta, pesca, cabalgadas, lancha	Carretera a salida San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural finca	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>La Finca Cuyancúa ofrece sus servicios los fines de semana y días festivos, en una finca con un criadero de tilapia navegable en donde se puede pescar la tilapia, además tiene caballos para cabalgar dentro de las instalaciones, la finca le proporciona al visitante comida a la carta y el alquiler de Cañas de pescar, remos y caballos. Es un ambiente familiar y agradable.</p>		

Tabla 87 - Servicio turístico de Izalco: Finca Cuyancúa

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO DE IZALCO		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Paintball Izalco	Calle a S. S 800 mts unidad de Salud
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Turismo de Aventura	58.5 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Deporte Extremo	1 km casco urbano
	OFRECE	ACCESO
	Canchas para juego de tiro, alquiler de equipo	CA8 carretera antigua a SS
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural finca	Muy buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Paintball es un deporte extremo, que se juega en grupos, la dinámica es guerra de bolas con pintura, Paintball 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, que consta de arma especial, municiones, cascos protectores, chalecos. Su horario son todos los días de 9:00 a.m. a 11:00 p.m.</p>		

Tabla 88 - Servicio turístico de Izalco: Paintball Izalco

Fuente: Elaboración propia

5.2.6.7. SUCHITOTO

División Política

El Municipio de Suchitoto pertenece al departamento de Cuscatlán y su información geográfica básica es la siguiente: Se localiza en la zona paracentral del país a 46 kilómetros al norte de San Salvador, entre las coordenadas geográficas 14°04'08" y 13°50'32" (LN) y 88°56'39" y 89°10'07" (LWG), a una altitud promedio de 332 msnm. Con una extensión territorial de 329.9 km², siendo uno de los municipios más grandes del territorio nacional, con un gran predominio del sector rural y donde sobresale la actividad agropecuaria.

Está delimitado al norte por el Embalse Cerrón Grande, al sur a través de los relieves geográficos del Cerro Guazapa y el Cerro Tecomatepec, con los municipios de San José Guayabal, Oratorio de Concepción y Tenancingo; al este con el municipio de Cinquera y al oeste con los municipios de Aguilares y Guazapa.

Para su administración el Municipio se divide de la siguiente forma: el área urbana está conformada por 6 barrios y el área rural se divide en 27 cantones que se subdividen en 77 comunidades. Para efectos de ordenamiento territorial la Municipalidad ha definido 8 zonas denominadas así: Zona 1 Colima, Zona 2 San Francisco, Zona 3 La Mora, Zona 4 El Barrio, Zona 5 Área Rural Suchitoto (área urbana y sus áreas de crecimiento inmediatas), Zona 6 La Bermuda, Zona 7 Montepeque y Zona 8 Copapayo.

Un aspecto a recalcar de este Municipio, que está dado por su posición geográfica, es su jurisdicción sobre el Embalse del Cerrón Grande². Este delimita al Municipio por toda la parte norte y noreste del territorio, conformando una rivera que se extiende a lo largo de casi la totalidad del Embalse. Característica que representa un recurso importante para el beneficio económico de su población por medio de la pesca, la navegación turística o deportiva y como sitio de atracción turística por su paisaje.

Climatología

El Municipio se caracteriza por tener un clima cálido con temperaturas promedio entre 26°C y 39°C. La precipitación promedio anual es de 1,787 mm. y una humedad relativa de 77%. (Municipalidad de Suchitoto, 1994). El país se encuentra en la parte Norte del Cinturón tropical de la Tierra y están definidas dos estaciones, climatológicas, una estación seca o verano en los meses de Noviembre, a Abril, y una estación lluviosa comprendida en los meses de Mayo a Octubre.

Recursos Hídricos

Uno de los componentes principales de la cuenca hidrográfica, es el lago de Suchitlán que alberga cerca de 2,150 millones de metros cúbicos, de los cuales el 50% pertenecen a Suchitoto, además su precipitación pluvial anual genera una oferta hídrica de alrededor de los 57.5 millones de metros cúbicos, de los cuales, un gran porcentaje se pierde en concepto de escorrentía, y solo el 10% es filtrado a los mantos acuíferos. Las principales zonas de recarga acuífera se encuentran en el cerro Tecomatepeque, y la parte norte del cerro de Guazapa, desde los cuales se desprenden varios nacimientos de importantes ríos y quebradas que drenan sus aguas hacia el Río Lempa. La cuenca hidrográfica se divide en tres partes, media, baja y alta, se registran 28 ríos en total, dentro de los cuales destacan, Los Limones, Chalchigüe, Quezalapa, Sinacapa y Acelhuate, en la siguiente tabla puede verse los datos de los caudales superficiales y de los principales afluentes, y un cálculo estimado de la disponibilidad de agua subterránea, que posee la suficiente capacidad para abastecer la demanda para consumo humano, registrada conjuntamente por las juntas rurales y EMASA.

Descripción Topográfica

Los suelos del Municipio se caracterizan, físicamente, por ser un terreno de transición entre la planicie del Valle del Alto Lempa hacia la Cordillera Centra

Infraestructura y Servicios.

A continuación, se presentan los cuadros de infraestructura y servicios encontrados en el municipio de Suchitoto:

SERVICIOS PUBLICOS	% DE COBERTURA		DESCRIPCIÓN
	URBANA	RURAL	
Servicios de agua potable	90.00%	70.00%	Mayor cobertura Área urbana
Aguas negras	80.00%	-	Solamente área urbana
Energía eléctrica	100.00%	75.00%	Casi todo el municipio
Telefonía fija	80.00%	60.00%	En su mayoría área urbana
Telefonía móvil	85.00%	70.00%	Todas las compañías

Tabla 89 - Cobertura de servicios básicos del municipio de Suchitoto

Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS PUBLICOS	UNIDAD	DESCRIPCIÓN
Servicio de bancos y cajero	2	Sucursal bancaria
Servicio de transporte público	4 rutas	2 urbanas, 2 interdepartamentales
Servicio de gasolinera	2	Estaciones
Servicio de salud	2	Unidad de Salud
Servicio de información turística.	1	Aceptable
Señalización turística	1	La necesaria
Puesto de PNC.	2	En área urbana.

Tabla 90 - Servicios públicos del municipio de Suchitoto

Fuente: Elaboración propia

TURISMO COMUNITARIO EN EL MUNICIPIO

Según lo expresan diferentes actores económicos del Municipio de Suchitoto es latente un desarrollo turístico integral, incluyente y sostenible donde la zona urbana y rural puedan verse beneficiadas. El turismo comunitario se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local. Así, esta clase de turismo ha emergido como una posible solución a los efectos negativos, sobre todo culturales y medioambientales, del turismo de masas en Países en Vías de Desarrollo, permitiendo, al mismo tiempo, ser una estrategia para la organización de la propia actividad de la comunidad. Esta tipología de turismo alternativo tiene como eje principal a la propia comunidad local y, a través de la cual, se trata de integrar vivencias, servicios de alojamiento y de restauración, oferta complementaria y gestión turística, pero añadiendo como características fundamentales el ser también un subsistema interconectado con otros subsistemas imprescindibles para la comunidad (como la educación, la salud o el medio ambiente), el presentar un proyecto de desarrollo sostenible creado en la propia comunidad y el de servir de interrelación entre la comunidad local y los visitantes (Cioce Sampaio, Bona Carvalho y Ribeiro de Almeida, 2007). El turismo comunitario está hoy amparado y potenciado por diferentes organizaciones internacionales, entre las que destaca la Organización Mundial del Turismo y presenta varios objetivos, entre los cuales se destacan los siguientes: el desarrollo socioeconómico de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales y la calidad del servicio que recibe el visitante (Hiwasaki, 2006).

La cadena del turismo comunitario está compuesta por tres bloques diferentes:

- a) Primer bloque: está integrado por los actores encargados de la planificación turística, como pequeñas oficinas de turismo que, en algunos casos, también funcionan como guías turísticos, y cuyo protagonismo en la cadena aún no es muy importante debido a la falta de una estrategia, en la mayoría de las áreas geográficas, en la llegada de flujos de turistas.
- b) Segundo bloque está formado por las empresas de servicios directos, en el que sobresalen dos grupos, alojamiento y los restaurantes.
- c) Finalmente, el tercer bloque incluye a las empresas de apoyo a la actividad turística, entre las que sobresalen las empresas de transporte, las empresas de turismo activo y, asimismo y cada vez con mayor importancia, las tiendas de venta de productos típicos, sobre todo de artesanía.

De acuerdo con la existencia de los bloques anteriormente mencionados, se concluye que la cadena productiva del turismo comunitario incorpora paulatinamente a diferentes actores que, de una u otra manera, se insertan en la oferta turística local.

1. PLANIFICACION
2. TRANSPORTE
3. ALOJAMIENTO
4. ALIMENTACION
5. ACTIVIDADES

Como se observa, el análisis del sector turístico, Suchitoto cuenta con patrimonio cultural y natural que le permiten tener un alto reconocimiento a nivel nacional e internacional como destino turístico. Revisando la documentación municipal, todo apunta a que el turismo es un eje estratégico para el desarrollo de este territorio y un rubro en el que ya se posee cierta especialización.

RECURSOS TURISTICOS

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	El Mangal	100 metros del centro urbano San Juan
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Hotel y Restaurante	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Restaurante Balneario Hotel	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Comida a la carta, piscinas, alojamiento	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
Balneario, hospedaje y restaurante que ofrece un buen ambiente familiar a la orilla del lago Suchitlan.		

Tabla 91 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante El Mangal

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Hotel y Restaurante Vista al Lago	2a Av Norte 18, Suchitoto 1415
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Hotel	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área natural	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
DESCRIPCIÓN		
		<p>Hermosa vista al lago, realmente excepcional; Acogedora propiedad familiar vuelta hostel. Lugar tranquilo con accesos y anfitriones agradables.</p>

Tabla 92 - Servicio turístico de Suchitoto: Hotel Vista al Lago

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Hotel y Restaurante La Posada de Suchitlán	Final 4ª calle Poniente, shichitoto
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Hotel y restaurante	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel Restaurante	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área urbana, con vista al lago	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Completo hotel y restaurante con capacidad para 150 personas con vista al lago y menú especial inspirado en la época de la colonia. Cuenta además con piscinas, patios, jardines y áreas de descanso.</p>	

Tabla 93 - Servicio turístico de Suchitoto: Hotel La Posada de Suchitlán

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
 	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante guazapa café	Km. 43 ½ Carretera a Suchitoto.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Hotel y restaurante	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel Restaurante	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alojamiento y alimentación	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área urbana, con vista al lago	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Guazapa Café, un lugar para relajarse</p> <p>Guazapa Café nos ofrece una atractiva combinación entre lo antiguo y lo moderno, combinándolo con un agradable ambiente rodeado de naturaleza ya que nos permite contemplar un hermoso verdor que hace un contraste perfecto con los detalles de madera que adornan todo el restaurante, los cuales dan un aire de elegancia y frescura a la hora de descansar en una de las hamacas que se encuentran en el lugar</p>	

Tabla 94 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante Guazapa Café

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
  	NOMBRE DEL SERVICIO	DIRECCIÓN
	Restaurante La Fonda El Mirador	Avenida 15 de Sept #84.
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Restaurante	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Hotel Restaurante	2km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Alimentación	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área urbana	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
<p>Este lugar además de ofrecer un ambiente agradable, así como cómodo al comensal ofrece una de las mejores vistas hacia el lago Suchitlán y sus hermosos paisajes llenos de una gran vegetación. Ubicado en la calle que va hacia el lago Suchitlán y Puerto San Juan es uno de los restaurantes más hermosos del pueblo.</p>		

Tabla 95 - Servicio turístico de Suchitoto: Restaurante La Fonda El Mirador

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURISTICO	
MUNICIPIO SUCHITOTO	
	NOMBRE DEL ATRACTIVO
	Ciudad Vieja
	TIPO DE ATRACTIVO
	Histórico Cultural
	CLASE
	Histórico
	OFRECE
	Vestigios antiguos de ciudad
	ENTORNO
	Área semirural
	ADMINISTRACIÓN
	Privada
	DESCRIPCIÓN
	<p>En los terrenos pertenecientes a la hacienda La Bermuda, se hallan los vestigios de la villa de San Salvador, que fue fundada en abril del año de 1528. El lugar se declaró como Sitio Histórico Nacional en el año de 1975. Es observable la influencia de los nativos en las estructuras del lugar, quienes también la habitaron en cantidad considerable.</p>

Tabla 96 - Atractivo turístico de Suchitoto: Ciudad Vieja

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
 	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Casa Museo de Alejandro Cotto	Contiguo a Parque San Martin
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Histórico Cultural	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Museo	800m de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Recuerdos y cultura cinematográfica	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área urbana	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Privada	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	Se trata de la casa del cineasta y escritor Alejandro Cotto. Posee muchos objetos de valor tanto cultural como histórico, algunos de hasta 400 años de antigüedad. Su colección comprende pinturas, fotografías, muebles, hemeroteca y filmoteca. La vivienda está adornada por fuentes, jardines y una hermosa vista al Lago Suchitlán.	

Tabla 97 - Atractivo turístico de Suchitoto: Museo de Alejandro Cotto

Fuente: Elaboración propia

SERVICIO TURÍSTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
 	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Casa de la Abuela	1ª Avenida Norte y 2ª Calle Oriente Barrio El Centro
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Arte, Artesanía	48.3 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Artesanías	800m de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Productos de artesanía	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Área urbana	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Municipalidad	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Sus productos forman parte de una cadena de artesanos que no tienen un lugar estratégico donde poder comercializarlos, por lo que al adquirir cualquiera de los artículos se ayuda a una labor de turismo sostenible, en la cual estamos tratando de potenciar a los artistas (artesanos) salvadoreños.</p> <p>Fue inaugurada en el 2008. Se trata de un centro de exhibición de arte y de venta de artesanías y souvenirs. Esta casa albergó a los investigadores de Ciudad Vieja.</p>	

Tabla 98 - Servicio turístico de Suchitoto: Casa de la Abuela

Fuente: Elaboración propia

ATRACTIVO TURISTICO		
MUNICIPIO SUCHITOTO		
 	NOMBRE DEL ATRACTIVO	DIRECCIÓN
	Lago Suchitlán	78 km de S. S
	TIPO DE ATRACTIVO	DISTANCIA DESDE SAN SALVADOR
	Natural	78 km
	CLASE	DISTANCIA ATRACTIVO-MUNICIPIO
	Lago	11km de centro urbano
	OFRECE	ACCESO
	Esparcimiento, aventura	Por carretera troncal del Norte, desde San Salvador
	ENTORNO	CONDICIONES DEL ACCESO
	Lago suchitlán	Buen estado
	ADMINISTRACIÓN	VEHICULO RECOMENDADO
	Pública	Todo tipo de vehículo
	DESCRIPCIÓN	
	<p>Lago Suchitlan, también llamado Cerrón Grande, es compartido por cuatro departamentos del centro y norte de El Salvador. El acceso más rápido es por la ciudad de Suchitoto.</p> <p>Las aguas de este lago son un excelente sitio para quienes gustan de pescar, observar aves o deseen pasear lancha o kayak entre las ninfas y las garzas que adornan sus aguas y en ciertos meses del año vemos aves migratorias que descansan en este lugar antes de seguir su vuelo hacia Sur América.</p>	

Tabla 99 - Atractivo turístico de Suchitoto: Lago Suchitlán

Fuente: Elaboración propia

5.2.7. PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO COMPETIDOR

- Destinos turísticos como Nahuizalco, Juayúa y Salcoatitán, son destino turístico marcado fuertemente por un amplio conocimiento popular, producto de ser identificados por sus atractivos naturales y potenciados por un fuerte apoyo publicitario por parte de CORSATUR, cabe valorar entonces la posibilidad de posicionar el nombre de Alegría como destino turístico de manera permanente y no de manera mediática, como lo ha sucedido en ocasión de Pueblos Vivos.
- La competencia posee entre sus destinos una gran cantidad de atractivos naturales e históricos, partiendo de que no ha sido la existencia de los mismos su fuerte flujo turístico si no, la fuerte divulgación y potenciamiento de los mismos a través de información turística aunada a la iniciativa de ofertarlos; en éste sentido, es oportuno hacer un minucioso estudio de identificación de potenciales destinos turísticos desaprovechados que pueden ser ofertados como atractivos de turismo rural o natural.
- En el mercado competidor estudiado, fue evidente la carencia (en la mayor parte de casos) de entidades responsables de guía turística de manera completa que se encargasen de llevar al usuario al destino de interés y asegurar que se cumpla la experiencia requerida por el turista, en éste sentido la posibilidad de contar con guías de manera permanente, formal aunado a el servicio de transporte en los casos que sea requerido, supone un factor diferenciador respecto a la competencia.
- En el mercado competidor, existen establecimientos de artesanías y artículos varios, cuyo único objetivo es promocionar y comercializar los productos de los pequeños artesanos que por su situación económica les es improcedente iniciar un negocio formal y atractivo que les sea sustentable en el tiempo, como una iniciativa de ayuda al sector más vulnerable de la población, supone una estrategia válida para incorporar a tal sector al comercio y turismo en el municipio de Alegría.
- El 57% de los municipios estudiados, carece de la señalización turística mínima necesaria para el usuario, lo cual respecto al 43% restante que si la posee, resulta un factor que no debe dejarse de lado y es necesario implementar en algunos casos y reforzar en otros en el municipio de Alegría. Respecto al 57% restante resultará un factor diferenciador.
- En los municipios considerados mercado competidor, existen equipamientos turísticos del tipo gastronómico, cuyos conceptos no son diferentes a los que en las grandes ciudades se oferta, alejándose del enfoque cultural y pintoresco que el municipio en cuestión intenta dar al público.
- Existen vestigios históricos bien aprovechados por parte de municipios del mercado competidor, lo cual supone una ventaja sobre Alegría; de manera que es preciso identificar, rescatar y promover destinos de ésta índole que posee el municipio.
- Existen servicios turísticos de aventura y deporte extremo el mercado competidor, lo que supone un análisis de aprovechamiento de espacios físicos en Alegría que pueden destinarse a éstos productos turísticos, y a una agresiva propuesta de alternativas turísticas de aventura en las áreas naturales que se prestan a ello.
- En el puntual caso de Suchitoto, existe el enfoque de turismo comunitario el cual enfoca estrategias turísticas enfocadas a la integración del sector urbano y rural en las actividades turísticas y por ende en sus beneficios; situación que merece la pena replicar y observar oportunidades de mejor a implementar en el municipio de Alegría.

5.3. MERCADO DISTRIBUIDOR

5.3.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO DISTRIBUIDOR

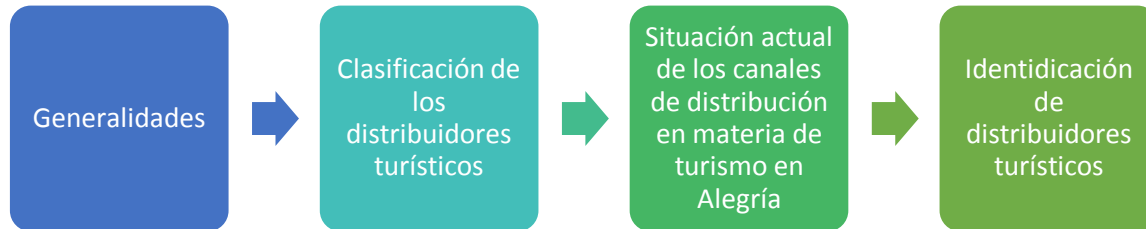


Diagrama 6 - Metodología de Investigación Mercado Distribuidor

Fuente: Elaboración propia

5.3.2. GENERALIDADES DEL MERCADO DISTRIBUIDOR

El mundo de los negocios o en el mercado en el cual se mueven los fabricantes o los negocios que prestan servicios, ponen al alcance de los consumidores sus productos por medio de una gama de distribuidores o intermediarios, habiendo casos muy especiales o únicos en el que luchan de hacer llegar sus productos o servicios directamente a los consumidores finales.

Para lograr que la demanda y la oferta se encuentren son necesarios los intermediarios. Los productores hacen uso de la variedad de canales de distribución que existen para lograr hacer llegar sus productos a los clientes debido a la dificultad o imposibilidad que significa que estos mismos realicen las tareas y logística que conlleva la cadena de suministros de acuerdo a las expectativas o exigencias de los consumidores.

Algunos de los motivos o circunstancias por las que los productores o empresas utilizan los distribuidores son:

- Recursos financieros insuficientes para la elaboración de una red de distribución integrada
- Resulta mucho más económico la utilización de los distribuidores que no son parte de la empresa y que ya están establecidos y tienen toda una logística establecida
- El negocio de la distribución no es rentable, como puede ser la rentabilidad en otras áreas
- Se logra alcanzar mayor penetración en el mercado debido a la amplia cobertura que poseen las redes de distribuidores
- Los distribuidores poseen gran experiencia en las áreas de intercambio con los clientes

Las cadenas de distribución realizan una cantidad de funciones o tareas esenciales para el intercambio con los clientes disminuyendo las diferencias que se dan entre los tiempos, lugares y maneras de elaborar los productos y de consumo, brindando así facilidades de lugar, tiempo y estado que evidencia el valor añadido de la distribución.

Las funciones que realiza de forma específica la distribución son:

- Transporte: movilización de los clientes al lugar en el que se brinda el servicio
- Adecuación: se realizan conjuntos de productos especializados o complementarios a las demandas de los consumidores
- Información: por medio de esta función se mejora el conocimiento de las demandas del mercado y de las reglas del intercambio
- Participación: tareas encaminadas a disponer los servicios en los tamaños que cubren las necesidades de los usuarios o clientes
- Económicas de escala: esto se logra cuando se juntan la oferta de varias empresas por medio de la distribución
- Mejor combinación de la oferta: el distribuidor consigue esto cuando ofrece los servicios de una gama de fabricantes, debido a que un empresario, aunque dese ofrecer una variedad de servicios para un cliente estos pueden resultar insuficientes para él.

5.3.3. CLASIFICACIÓN DE LOS DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

Se encuentran dos categorías en materia de comercialización, las cuales son:

5.3.3.1. ORGANIZADOR DE VIAJE O TOUR OPERADORES

El trabajo de un organizador de viajes puede ser muy agitado. Reservar viajes para múltiples viajeros, a través de múltiples continentes, en múltiples zonas horarias, y manejar viajes individuales y preferencias de viajes, no es una tarea fácil. Especialmente cuando todo se debe hacer teniendo muy en cuenta el tiempo para mantener bajo control el gasto en viajes.

El organizador ofrece a los posibles clientes una diversidad de servicios que van en combinaciones de transporte, hoteles, traslado, alimentación, caminatas, actividades de recreación, guías, etc., por un solo precio, a lo que se le suele llamar paquetes turísticos.

En esta categoría se debe identificar cuando el viaje es organizado y vendido a instancias del organizador, lo que lleva a la posibilidad de incluir guías turísticos, lo que brinda un plus de seguridad al turista.

De igual manera encontramos el otro lado de la moneda cuando el viaje es organizado en base a las necesidades o exigencias del cliente, este caso el turista tiene que correr con ciertos riesgos que no pueden ser adjudicados al organizador si se presenta algún incumplimiento. Se cree que en dichos casos el organizador responde por la realización de todas las obligaciones estipuladas en el contrato, ya sean cumplidas por este o por otros que fueron contratados para la realización de servicios establecidos. En este caso la responsabilidad del organizador es la responsabilidad objetiva.

5.3.3.2. PRESTADOR DIRECTO DEL SERVICIO

En este tipo de contratación el turista se aboca directamente a las empresas que brindan los servicios y realiza la contratación de forma personal y el prestador asume la responsabilidad en forma directa con el cliente si se presentara algún caso de incumplimiento en lo acordado.

5.3.4. SITUACIÓN ACTUAL DE MERCADO DISTRIBUIDOR EN ALEGRÍA

5.3.4.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

1. Recopilación de información de los distribuidores del turismo en el país en las categorías de tour operadores.
2. Definir criterios para la evaluación de los tours operadores para hacer uso del método cualitativo por puntos.
3. Realizar la evaluación de los distribuidores a base de los criterios previamente establecidos
4. Seleccionar el distribuidor con los mejores resultados y que llena las necesidades para alcanzar los objetivos del servicio turístico de las playas en estudio y posibles distribuidores a tomar en cuenta a futuro.

5.3.4.2. IDENTIFICACIÓN DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS

5.3.4.2.1. LISTADO DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS DE EL SALVADOR

NOMBRE	TOURS
ADVENTURE SPORTS TOURS	Eco tours, surf en La paz, Sunzal, El Zonte y más, pesca, buggy, tour en plantaciones de café, volcanes, cascadas, canopy, Maya tour
AKWATERRA – AVENTURA EN EL SALVADOR	Tour al Volcán de Izalco, Cerro Verde, aguas termales, de surf; clases de surf, parapente, kayaks, bici-montaña, cabalgatas, caminatas y arborismo, parque ecológico en una finca de café en las cercanías de Juayúa y de la Ruta de las Flores; el Ecoparque Portezuelo ó Portezuelo Park.
AVITOURS	Arqueológica, Cerro Verde, Ruta de las Flores, Complejo del Volcán y Lago de Coatepeque, Parque El Imposible, Reserva Bosque Montecristo, Costa del Sol, Ruta de las Artesanías, Suchitoto, La Palma y Chalatenango, Santa Ana cultural, aventura y tour de ciudad y tarde de playa.
BECKY’S TOURS	Pueblos artesanales: Apaneca, Perquin Nahuizalco, Juayua. Naturaleza: Bosque El Imposible, Laguna de Alegría, Laguna El Jocotal
CADEJO ECO AVENTURAS	Bicimontaña en El Imposible, profesional surf instruction, hiking
CADISI TOURS	Surfing en El Sunzal o El Tunco, recorridos por: Montañas, Pueblos Coloniales, Museos, Playas, Ciudades, Sitios Arqueológicos, Volcanes, Lagos y Ríos
DOLPHINS TOUR	Tours en el Golfo de Fonseca, eco tour area protegida Volcán de Conchagua, kayaking en manglares El Esterón , Intipuca, eco-tour a Alegría, tour a islas salvadoreñas e islas hondureñas
DYA TOURS	Naturaleza/Montaña: El Boquerón, Cerro Verde, San Ignacio, El Pital, Dulce Nombre de Maria. Pueblos de artesanos, ciudades coloniales
ECO EXPERIENCIA	Ecoturismo: Tour de Observación de anidamiento y liberacion de las tortugas marinas, Caminata a Piedra Sellada y Rio Venado, Lago Coatepeque, Parque Nacional Walter Deninger, bosques y manglares, arrecifes y ballenas, reserva de biosfera Jiquilisco, Parque Nacional Montecristo, Ruta de Las Flores, caminata volcanes, snorkeling en los corales y barco hundido de los cobanos, canopy, cascadas, tour de café y Tour aventura a la cascada la Golondrinera

ECOMAYAN TOURS	Tours playas El Sunzal, Costa del Sol y el Espino, pueblos de artesanos y coloniales. Tours rurales: Comunidad de Pescadores La Pirraya, Comunidad de Artesanos en Guazapa, La Ruta de la Paz, Cabalgata a la Mora y al Cerro Guazapa, Cultivos de Hortaliza en Chalatenango, Parque Ecológico El Manzano. Tour en la ciudad: San Salvador, Tour de Compras, Visita a Museos, Jardín Botánico Plan de la Laguna, Los Planes de Renderos y la Puerta del Diablo. Tours de eco aventura de: Buggies, Canopy, Pesca, Surf, Rapell, Escalada. Tours de eco experiencias: Región de Los Volcanes, Región de Bosques y Manglares, Región de La Ruta de Las Flores, El Pacífico Occidental. Tours pueblos: Jayaque, Suchitoto, Ahuachapan, Metapan, Izalco, Caluco, Panchimalco, La Palma.
EL SALVADOR AHORA	Salto de cascadas en El Imposible, Canopy El Limo, surf en la playa El Tunco, arborismo en Monte Verde, kayak en la Bahía de Jiquilisco
EL SALVADOR ELITE	Énfasis en turismo de aventura: surf, rafting, canopy, paracaidismo, buseo, bicimontaña, Parque Montecristo, Bosque El imposible, Volcan de Izalco. Lancha en Bahía de Jiquilisco
EL SALVADOR EXPEDITION	Ecoturismo y Playas
EL SALVADOR TRAVEL AND LIVING	Tour Surf en la libertad, tour ríos rápidos, tour arborismo, buceo de naufragio en Los Cobanos, tour canopy y aventura, tour paddle surf en La Libertad, tour de belleza y spa, tour de playa de descanso en la Costa del Sol, tour de camping, tour kayak en Usulután, tour parque acuático, tour paddle sur en Santa Ana, tours médicos
EPIC TOURS	Surfing, tour Playa Las Flores (El Cuco), Playa Mizata (La Libertad), lago de Ilopango, río Iempa, Kayaking bahía Jiquilisco, pesca, Tour Golfo de Fonseca, canopy en El Boquerón, paseos a caballo, Las Veraneras Golf Club, bosque El Imposible, Volcán de Izalco, ruinas mayas, tour de café, Ruta de Las Flores, Suchitoto/Ilobasco, La Palma, Perquin.
EVA TOURS EL SALVADOR	Ruta del café, Tour de café, complejo de los volcanes, Bosque el Imposible, El Pital, Bosque Montecristo, Manglares, La palma, Apaneca, Perquin.
EXPLORE EL SALVADOR	Naturaleza: Volcan de El Salvador, Laguna de Alegría, Parque El Imposible, reserva Chaguantique.
GREEN BLUE RED	Tour volcanes: Cerro Verde, Volcán de Izalco, volcán Lamatepec y lago de Coatepeque, Tour playas desoladas, Tour de pesca, de café, Tour en la ciudad, Tour en la Bahía de Jiquilisco, Tour Joya de Ceren y Tazumal.
GRINGO TOURS	Ecoturismo y turismo rural, Suchitoto, Cinquera, Guazapa, La Palma, El Pital, Miramundo, Ruta de las Flores

IMPOSIBLE TOURS	Parque El Imposible y tours en montaña zona occidental (La Catarata "El Salto", Camino de 'La Muerte", Mountain Bike Tours, Árbol de los pericos, El Puente El Imposible, Tacuba - San Francisco Menendez, Exploracion de cavernas)
INTER TOURS	Turismo en la ciudad, Tours de Ciudad-Panorámicos, Tours Arqueológicos (de cultura Maya) : San Andrés, Joya de Cerén, Tazumal, Casa Blanca, Cihuatán, Tours de Día de Playa: El Zunzal, Playa Costa del Sol, Playa El Pimenta y Playa salinitas, Tours de mañana de surf (playa Las Flores), Tours de exploración marina (snorkeling), Tours de Eco-Aventuras :caminatas, paseo en buggies, canopy, rafting, escalada de volcanes, Ruta de las Flores y el Café, Ruta de la Paz, Visita a pueblos coloniales y artesanales como Suchitoto, La Palma, Izalco, Nahuizalco, Juayúa o Ataco.
MAURE TOURS	Ruta arqueológica (Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán – MUNA, Joya de Ceren, Parque Arqueológico de San Andrés, Tazumal), Playas Negras (Las Tunas y Playas Negras), Parques los volcanes (Cerro Verde, Lago de Coatepeque, Volcán de Izalco, Volcán Ilamatepec), Puerta del diablo, Paraiso artesanal (Cihuatán, La Palma, San Ignacio), Ruta mil cumbres (Bosque de Chaguantique, Pueblo y Laguna de Alegría, Bahía de Jiquilisco)
NAHUAT TOURS	Tours de ciudad, Ecoturismo, Tours de Playa (Costa del Sol y El Sunzal), surf, Tours arqueológicos, Tours panorámicos, Pesca, Canopy, Tours en Buggy, Rafting, Tours en bici montaña, Tours Gastronómicos, Ruta artesanal, Ruta de La Paz.
NETWORK TOURS	Pueblos de artesanos, Cerro Verde
PROMETUSAL	Ruta de las Flores, Golfo de Fonseca, Cerro verde/Coatepeque, pueblos de artesanías y coloniales
ROBERTS TOURS	Ciudad de Alegría, Laguna de Alegría, Tour Monseñor Romero, Circuito Bahía Sierra (Jiquilisco, Chahuantique, , Ciudad Berlin) Ruta del café, ruta artesanal (Joya de Cerén, Mirador Joyas Negras), Parque El Boquerón, Ruta de Paz (Perquin, San Fernando, Arambala), Ruta Colonial (La Palma, San Ignacio, Citala, San Sebastian, Ilobasco, Suchitoto) y de los volcanes, Ruta Sol y Playa (Metalio, Los Cobanos, La Barra de Santiago El Zonte, El Palmarcito, El Sunzal, El Tunco, La Paz, La Libertad, San Diego, Costa del Sol, El Espino, El Cuco, Las Flores, Las Tunas, Torola, Playas Negras y El Tamarindo), Ruta de Las Flores, Ruta Arqueologica.

SALVADOREAN TOURS	Tour de Cascada a La Golondrinera, tour canopy Apaneca, tour en Parapente, tour Buggies Apaneca, tour caminata Volcán de Santa Ana, tour caminata Volcán de Izalco, tour los Cobanos snorkeling en corales duros, tour laguna verde o en aguas termales de Santa Teresa en cuatrimotos, tour Rafting Rio Lempa, tour parque el imposible, tour liberación de tortugas marinas, tour avistamiento fauna marina tour parque nacional complejo de volcanes, tour Bahía de Jiquilisco, tour la palma y San Ignacio, tour de café, eco tour a la Pirraya, tour arqueológicos ruta Maya , tour Boquerón arqueológico, tours en la ciudad, necro tour cementerio los ilustres y shopping tour
SHUTTLES & TOURS	Tour de café, complejo de volcanes/Coatepeque, Juayua, conchagua, Ruta ecológica.
SOL & TOURS EL SALVADOR	Pueblos artesanales, El Imposible, El Pital, Izalco, Ruta de las Flores, Laguna de Alegría, Ruta del café.
TOUR UNIVERSALES	Tour termales de Santa Teresa, tour Canopy en Apaneca, tour arqueológico, tour de los ausoles, tour descubriendo Suchitoto, tour de compras en San Salvador, caminata en el Parque El Imposible, caminata al Volcán de Izalco, tour descubriendo el Cerro verde y lago de Coatepeque, tour recorriendo el pasado de Santa Ana, tour Buggies, aventura: Rafting rio la Paz, Lempa o Guajoyo, y expedición en kayak hacia Isla Madre Sal destino: Bahía de Jiquilisco, Usulután, ecoturismo, cultura, arqueológicos.
TRANSPORTES JAP	Tour Bahía de Jiquilisco, Tour Arqueológico y Lago de Coatepeque, tour arqueológico, tour de playa costa del sol, tour surfing, tour ruta del café, tour Ilobasco y Suchitoto, tour de pueblos coloniales, tour nocturno panorámico, tour Joya de Ceren y ruinas de San Andres, tour de pesca, tour cerro verde.
TROPIC EL SALVADOR	Suchitoto, pueblos artesanías
TURIBUS TOUR OPERADOR	Ruta de las flores (incluye visita a cataratas Los Chorros de la Calera) Suchitoto/Ilobasco (incluye paseo en lago con observación de aves)
CALLE REAL TURISMO	Pueblos artesanales, El Pital/las pilas/miramundo, El Boquerón, bosque de Cinquera y Suchitoto, Bosque Montecristo, Cerro Verde/Lago de Coatepeque, Parque Arambala, Volcán de Conchagua, Moliendas, Ruta de las Flores, Bahía de Jiquilisco.
QUIVERSURFWORLD	Surf (en las playas de El Sunzal, Mizata, El Zonte, Las Flores, Punta Mnago y otros) y eco turismo (Volcanes, Ruinas mayas, Canopy, plantaciones de café, cascadas, pesca en el mar y otros)
ECO TOURS PETATE	Ecoturismo: Parque Nacional El Imposible, Parque Nacional Montecristo, Laguna de Alegría, El Pital, Volcán de Santa Ana, Volcan de Izalco. City Tours, Rutas arqueológica, , Sol y Playa, Stop Over, Aventura.

Tabla 100 - Listado de distribuidores turísticos de El Salvador

Fuente: Elaboración propia

5.3.4.2.2. LISTADO DE DISTRIBUIDORES TURÍSTICOS DE ALEGRIA

Del listado anterior, se tienen a los siguientes Operadores de Turismo que ofrecen tours a Alegría, ya sea a la Laguna o al mismo pueblo o a ambos:

- **Becky's Tours:**

Ofrecen servicios de transporte y turismo, contando con personal capacitado, con mucha experiencia; cada motorista cuenta con radio comunicador y celular para un mejor control y dar un servicio de calidad, ofrece servicios hacia la La Laguna de Alegría.

- **Dolphins Tour:**

Ofrecen tour en la región del Golfo de Fonseca y destinos del oriente de El Salvador: Volcán de Conchagua , kayaking en manglares , Bahía de Jiquilisco , Ciudad de Alegría y Laguna de Alegría , Ruta de la Paz y desembocadura del Rió Lempa.

Además, ofrecen:

- ✓ **Transfer marítimo a Nicaragua y Honduras en el Golfo de Fonseca.**
- ✓ **Tour a diferentes destinos de El Salvador**, disfrutando todos los circuitos que el país tiene, ofreciendo paquetes desde 1 día a 7 días por diferentes lugares de El Salvador.
- ✓ **Tour al extranjero:** ofreciendo paquetes turísticos a cualquier parte del mundo ya sea por tierra, aéreo y marítimo.
- ✓ **Servicio de transporte a el aeropuerto de cualquier parte de El Salvador.**

- **Explore El Salvador:**

Ofrecen tours a: Sitios arqueológicos: Joya de Cerén y San Andrés, Playas de La Libertad, Volcanes de Izalco, San Salvador y Santa Ana, Ciudad de San Salvador, Bahía de Jiquilisco y Estuario, Laguna de Alegría, Ruta de Las Flores, Suchitoto, Cerro Verde y Lago de Coatepeque, Parque Nacional El Imposible, Ruta de Paz en Morazán.

- **Maure Tours:**

Es un operador de turismo no sólo interno, sino también fuera de las fronteras salvadoreñas. Entre los destinos que ofrece en el interior de El Salvador, puede visitar La Ruta de las Flores, las majestuosas aguas termales de Santa Teresa, las bellas playas como Torola, Laguna de Alegría y Casco urbano, El Cuco, etc. En los destinos internacionales, puede conocer el encanto de Roatán en México, San Pedro Sula en Honduras, Montelimar en Nicaragua, entre otros. Cuenta con transporte a nivel nacional, Centroamérica y México.

- **Roberts Tours:**

Ofrece servicios de:

City Tour Monseñor Romero, Ruta del Café, Ruta de Paz, Ruta Artesanal, Ruta El Boquerón, Circuito Bahía Sierra, Ciudad y Laguna de Alegría, Ruta Arqueológica, Ruta de Las Flores, Ruta Sol y Playa, Ruta Colonial y de los Volcanes.


- **Sol & Tour El Salvador:**


Ofrece los siguientes tours: Joya de Cerén y San Andrés, Laguna de Alegría, Panorámico con escalada a Volcán de Izalco, Panorámico combinado con ciudad de Santa Ana, pueblos artesanales, pueblos artesanales combiando con Suchitoto, Puerto de La Libertad, Costa del Sol, Pirámide del Tazumal y Casa Blanca, El Pital.


- **Eco Tours Petate:**

Ecoturismo: Parque Nacional El Imposible, Parque Nacional Montecristo, Laguna de Alegría, El Pital, Volcán de Santa Ana, Volcan de Izalco. City Tours, Rutas arqueológica, Tours panorámicos, Sol y Playa, Stop Over, Aventura.

Información detallada de los distribuidores anteriores

Distribuidor	
Sitio web:	http://www.mauretours.net
Dirección:	Antiguo Cuscatlán, San Salvador
Teléfonos:	2273-5564, 7706-9430 y 2531-8924
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reservación de Hoteles ✓ Turismo de ocio ✓ Turismo religioso ✓ Turismo de salud ✓ Festivales gastronómicos
e-mail:	mauretours@gmail.com
Tours:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ruta Artesanal ✓ Ruta de Las Flores ✓ Ruta de La Paz ✓ Ruta Arqueológica ✓ Ruta Sol y Playa ✓ Ruta Fresca ✓ Puerta del diablo, El Boquerón y Centro de San Salvador. ✓ Parque los Volcanes ✓ Mil cumbres
Viajes y paquetes:	Paquetes turísticos a Guatemala Paquetes a Roatán (Honduras) Paquetes a Costa Rica Paquetes a Panamá
Otras actividades:	Organización de eventos como cumpleaños y bodas

<p>Distribuidor</p>	
<p>Sitio web:</p>	<p>http://robertstours.com.sv/</p>
<p>Dirección:</p>	<p>Urb. Dolores 2 Calle B pol. A casa No. 4 Mejicanos, San Salvador.</p>
<p>Teléfono:</p>	<p>2282-1555</p>
<p>Servicios:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alojamiento ✓ Arrendadora de vehiculos terrestres ✓ Campo Golf ✓ Organizadores de convenciones y congresos ✓ Parques Temáticos ✓ Restaurantes ✓ TourOperador ✓ Transporte acuático ✓ Transporte Aéreo Turístico ✓ Transporte de turismo terrestre
<p>e-mail:</p>	<p>flores.roberto@robertstours.com.sv</p>
<p>Tours:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ City Tour Beato Oscar Romero ✓ Islas gira por el Golfo ✓ Tour de la Aventura. Fase I "Circuito Aventura Lenca " ✓ Tour de Pesca Artesanal <p>Rutas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ruta arqueológica ✓ Ruta artesanal ✓ Aventura sin límites ✓ Ruta del café ✓ Ruta Pipil náhuat ✓ Ruta de la paz ✓ Ruta del Sol y Playa ✓ La ruta de las flores ✓ ruta turística " El Boquerón " <p>Circuitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Corredor de Arqueología Sub acuática ✓ Circuitos Pueblos Vivos Multidestinos
<p>Otras actividades:</p>	<p>Festivales gastronómicos, Reto El Boquerón, Festival de las iglesias, Noches al pie de montañas.</p>

Distribuidor	
Sitio web:	http://www.solytours.com/
Dirección:	Avenida B #120, Calle Elipse de la Colonia Centroamericana conocida como Colonia El Roble, San Salvador, San Salvador.
Teléfono:	503-2225-8093
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Turismo Receptivo ✓ Transporte Empresarial / Turístico ✓ Turismo Emisor
e-mail:	contactenos@solytours.com
Tours:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tour de Ciudad Diurno ✓ Tour de Montaña, El Pital ✓ Tour de Pirámide del Tazumal y Casa Blanca ✓ Costa del Sol ✓ Tour Puerto de La Libertad ✓ Tour de Pueblos Artesanales combinado con Suchitoto ✓ Pueblos Artesanales ✓ Tour Joya de Cerén y San Andrés ✓ Panorámico combinado con escalada a Volcán de Izalco ✓ Tour Panorámico combinado con Ciudad de Santa Ana
Paquetes:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paquete Básico El Salvador ✓ Paquete Viva El Salvador ✓ El Salvador Impresionante 10días/9noches ✓ Paquete Volcán de Izalco ✓ Joya de Cerén - Cerro Verde ✓ Paquete Rafting ✓ Copán - Antigua ✓ Cerro Verde - Ruta de Las Flores ✓ El Salvador Impresionante 6 días/5 noches
Otras actividades:	Renta de autos

Distribuidor	
Página web:	https://www.facebook.com/beckystours.elsalvador
Dirección:	5 Av Nte No 1135 Edif Moreno Lc 4-D San Miguelito San Salvador.
Teléfonos:	2130 9621; 2229 6499
Servicios:	Viajes turísticos dentro y fuera del país; transporte turístico, transporte a delegaciones, empresarial y traslados desde y hacia el aeropuerto, etc.
e-mail:	beckystoursventas@gmail.com
Tours:	Todo destino turístico de El Salvador
Otras actividades:	Organizaciones para: Delegaciones, grupos familiares, empresas, instituciones públicas y privadas

Distribuidor	
Sitio web:	http://www.delfinestour.net/
Dirección:	3ª Calle Oriente final 5ª Avenida Norte Numero 3-6, Barrio El Centro, La Unión.
Teléfono:	2604-0014
Servicios:	Servicios marítimos en el Golfo de Fonseca, como tours a islas salvadoreñas, islas hondureñas, además servicio de lanchas turísticas de El Salvador hacia Nicaragua o de Nicaragua a El Salvador.
e-mail:	delfinestour@gmail.com
Tours:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tour a Alegria ✓ Tour a Volcan de Conchagua ✓ Tour de kayak , manglar el encantado. ✓ Tour islas del Golfo
Viajes y paquetes:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las Bellezas de 2 países: El Salvador-Nicaragua por 15 días. ✓ EL SALVADOR PARADISIACO.
Otras actividades:	Organización de eventos y atención a empresas en el servicio de transporte terrestre y marítimo.

Distribuidor	
Sitio web:	http://www.ecotourspetate.com/
Dirección:	Hotel Hilton Princes Av. Las Magnolas y Blvd de Hipódromo Col. San Benito San Salvador.
Teléfonos:	503 22330967 503 71819077 503 71189836
e-mail:	ecopetatetours@gmail.com zelayarafael@gmail.com osmaro.zelaya@gmail.com
Tours:	Ecoturismo: Parque Nacional El Imposible, Parque Nacional Montecristo, Laguna de Alegría, El Pital, Volcán de Santa Ana, Volcan de Izalco. City Tours, Rutas arqueológica, Tours panorámicos, Sol y Playa, Stop Over, Aventura.

Distribuidor	
Sitio web:	http://www.explorelsalvador.com/
Dirección:	San Salvador
Teléfonos:	2508-8504 y 7736-6583
e-mail:	alfredo@exploelsalvador.com
Tours:	Tours a: Sitios arqueológicos: Joya de Cerén y San Andrés, Playas de La Libertad, Volcanes de Izalco, San Salvador y Santa Ana, Ciudad de San Salvador, Bahía de Jiquilisco y Estuario, Ruta de Las Flores, Suchitoto, Cerro Verde y Lago de Coatepeque, Parque Nacional El Imposible, Ruta de Paz en Morazán.

5.3.4.3. EVALUACION DE DISTRIBUIDORES DE ALEGRÍA

1. Método de Evaluación de distribuidores

Para la selección de los tour operadores, se hace uso del método cualitativo por puntos solamente de los operadores de turismo anteriormente descritos, es decir, los que realizan tours al municipio de Alegría, para esto es necesario:

1. Establecer los criterios o factores que se evaluarán y asignación de peso a cada factor para indicar su importancia relativa
2. Asignar una escala de calificación a cada factor
3. Calificar a cada factor de acuerdo a la anterior escala designada y se multiplica por el peso asignado
4. Finalmente, se suma la puntuación de cada factor y se hace una lista de puntuación o los de mayor puntuación, para que luego se elija al de mayor puntuación

1. Establecimiento de Criterios y Peso

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Paquetes que ofertan	Que tengan relación u oferten paquetes relacionados con la actividad turística de Alegría y/o a la Laguna de Alegría	30%
Disponibilidad	Que actualmente este ofreciendo tours a Alegría y/o a la Laguna de Alegría	20%
Reconocimiento	Nivel de reconocimiento y prestigio del tour operador	25%
Diversidad	Cantidad de servicios que oferta	25%

Tabla 101 - Establecimiento de criterios y su peso para evaluación de distribuidores

Fuente: Elaboración propia

En las siguientes tablas se muestran los criterios con los respectivos valores de calificación

2. Asignación de escala de calificación

Paquetes que ofertan	
Criterio	Calificación
1 paquete	5
2 paquetes	6
3 paquetes	7
4 paquetes	8
5 paquetes	9
Más de 6 paquetes	10

Tabla 102 - Criterio y calificación de paquetes que ofertan los tour operadores

Fuente: Elaboración propia

Disponibilidad	
Criterio	Calificación
1 Raras veces disponible	4
2 Pocas veces disponible	6
3 Casi siempre disponible	8
4 Siempre disponible	10

Tabla 103 - Criterio y calificación de disponibilidad de los tour operadores

Fuente: Elaboración propia

Reconocimiento	
Criterio	Calificación
1 Poco reconocido	4
2 Bien reconocido	7
3 Muy bien reconocido	10

Tabla 104 - Criterio y calificación de Reconocimiento de los tour operadores

Fuente: Elaboración propia

Diversidad	
Criterio	Calificación
1 Poca diversidad	4
2 Considerable diversidad	7
3 Mucha diversidad	10

Tabla 105 - Criterio y calificación de Diversidad de los tour operadores

Fuente: Elaboración propia

3. Calificación de distribuidores

NOMBRE	PAQUETES QUE OFERTA			DISPONIBILIDAD			RECONOCIMIENTO			DIVERSIDAD			TOTAL DE PUNTOS
	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	PESO ASIGNADO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	
BECKY'S TOURS	30%	7	2.1	20%	6	1.2	25%	10	2.5	25%	4	1.00	6.80
DOLPHINS TOUR	30%	6	1.8	20%	8	1.6	25%	10	2.5	25%	4	1.00	6.90
MAURE TOURS	30%	8	2.4	20%	8	1.6	25%	10	2.5	25%	10	2.25	8.75
ROBERTS TOURS	30%	9	2.7	20%	6	1.2	25%	10	2.5	25%	7	1.75	8.15
SOL & TOURS EL SALVADOR	30%	9	2.7	20%	6	1.2	25%	10	2.5	25%	7	1.75	8.15
ECO TOURS PETATE	30%	8	2.4	20%	8	1.6	25%	4	1.0	25%	7	1.75	6.75
EXPLORE EL SALVADOR	30%	7	2.1	20%	4	0.8	25%	10	2.5	25%	7	1.75	7.15

Tabla 106 - Calificación de Tour Operadores que realizan tours al municipio de Alegría

Fuente: Elaboración propia

4. Lista y elección del Proveedor

NOMBRE	TOTAL DE PUNTOS
Maure Tours	8.75
Roberts Tours	8.15
Sol & Tours El Salvador	8.15
Explore El Salvador	7.15
Dolphins Tour	6.90
Becky's Tours	6.80
Eco Tours Petate	6.75

Tabla 107 - Los siete tour operadores con la mayor puntuación

Fuente: Elaboración propia

5.3.4.4. PRINCIPAL DISTRIBUIDOR DE ALEGRÍA

De acuerdo a lo anterior, se puede observar claramente que el distribuidor con la mayor puntuación es Maure Tours. Por lo tanto, es el tour operador que se elige y se recomienda para la distribución de servicios turísticos en Alegría.

5.3.5. PERFIL DEL DISTRIBUIDOR

- Tour operador con mucho prestigio y muy reconocido a nivel nacional
- Servicio de tour relacionados al ecoturismo y turismo cultural
- Enfocados a brindar servicio a turistas internacionales y nacionales
- Que ofrezcan paquetes integrados de transporte, hospedaje y alimentación
- Con variedad en la oferta turística.

5.3.6. PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO DISTRIBUIDOR

- Del Primer listado de 37 tour operadores de El Salvador, se tienen que 7 ofrecen servicios hacia el municipio de Alegría.
- De los 7 distribuidores que anteriormente se mencionaron y que ofrecen paquetes turísticos al municipio de Alegría, se tienen que 4 tour operadores centran su atención a la Laguna de Alegría y 3 Tour operadores al Casco Urbano y a la Laguna.
- Maure tours es el tour operador más completo en lo que a servicios turísticos hacia el municipio de Alegría se refiere.
- Los tours operadores que ofrecen servicios turísticos hacia Alegría se localizan entre el centro y oriente de El Salvador.

5.4. MERCADO ABASTECEDOR

El mercado proveedor, está constituido por todas aquellas firmas que proporcionan insumos, materiales y equipos. También comprende a quienes proporcionan servicios financieros y de mano de obra. El estudio del mercado proveedor es bastante más complejo de lo que parece, ya que, deberán estudiarse todas las alternativas de obtención de materias primas, sus costos, condiciones de compra, perecibilidad, posibles sustitutos, Infraestructura especial para su bodegaje, disponibilidad, seguridad y oportunidad del suministro, etcétera. Y así, asegurar un flujo constante de insumos necesarios y al más bajo precio.

Se debe tener presente que para obtener los productos o servicios que se van a ofrecer, se requiere contar con los insumos necesarios, en las cantidades, calidades y oportunidad requerida. La falta de disponibilidad o demora de estos insumos, reducen la eficacia de la organización y más aún, si el suministro de esta falla, puede fracasar todo lo previsto con respecto a la producción y mercadeo de los productos del proyecto.

5.4.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO ABASTECEDOR

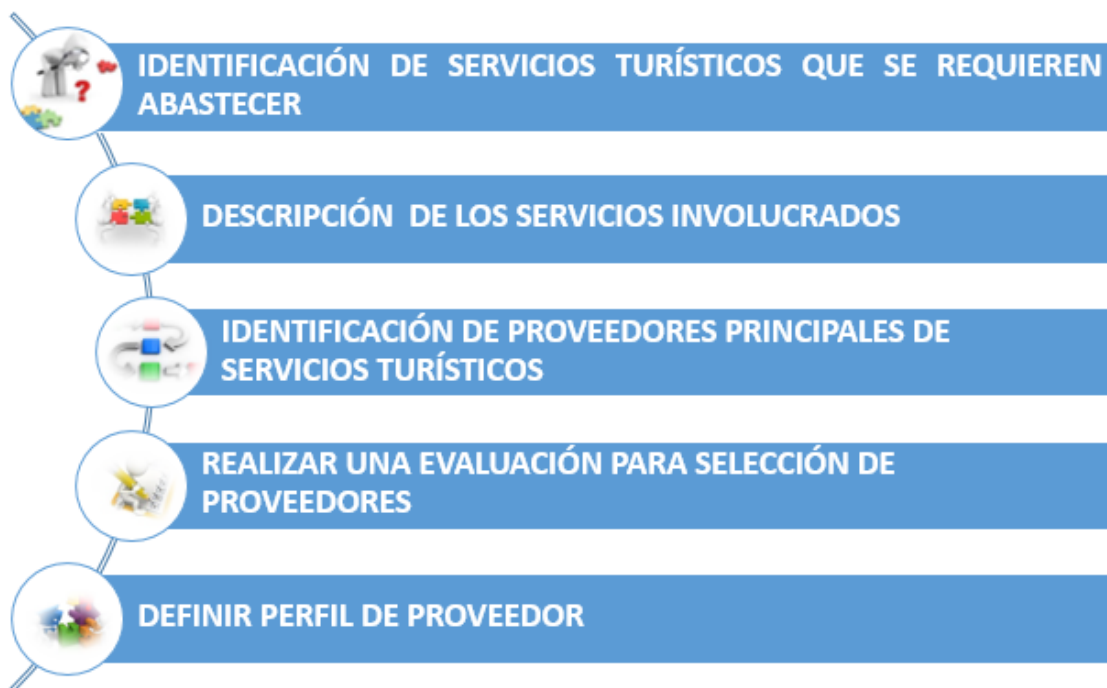


Diagrama 7 - Metodología de investigación de mercado abastecedor

Fuente: Elaboración propia

Para lo anterior, se requirieron fuentes de Información primaria: entrevista con el personal de la Oficina de Turismo de Alegría, y fuente de información secundaria: consulta de sitios webs de entidades involucradas con el turismo, informes estadísticos.

5.4.2. CLASIFICACIÓN DE LOS ABASTECEDORES

Por su función existen tres tipos de proveedores para las empresas:

1. **ABASTECEDOR DE BIENES.**
2. **ABASTECEDOR DE SERVICIOS.**
 - *Tipo I. Abastecedor de servicios interno*
 - *Tipo II. Abastecedor de servicios compartidos*
 - *Tipo III. Abastecedor de servicios externos*
3. **ABASTECEDOR DE RECURSOS.**
 - *Abastecedor interno*
 - *Abastecedor externo*

Cada una de las clasificaciones citadas anteriormente corresponde de acuerdo a su impacto o participación en la realización del producto o servicio a brindar, se clasifican en un panorama más amplio y general en dos grandes categorías:

- 1) **PROVEEDORES CRITICOS.**
- 2) **PROVEEDORES NO CRITICOS.**

5.4.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE REQUIEREN ABASTECIMIENTO

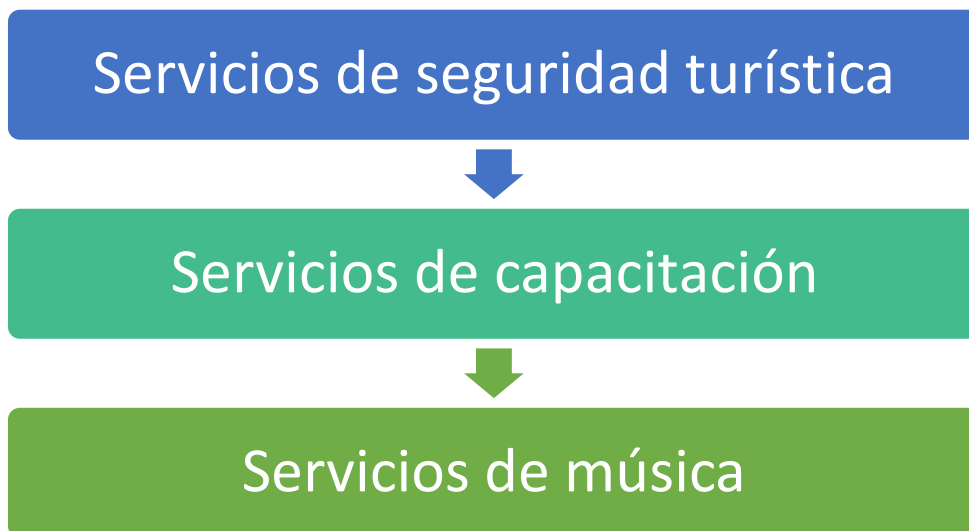


Diagrama 8 - Servicios turísticos que requieren abastecimiento
Fuente: Elaboración propia

5.4.4. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS INVOLUCRADOS

5.4.4.1. SERVICIOS DE SEGURIDAD TURÍSTICA

La Organización Mundial del Turismo ha definido la seguridad turística como la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

La actividad turística involucra una serie de aspectos para la demanda (turistas) que se puede englobar básicamente en ocho variables de estudio:

- Seguridad pública: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes.
- Seguridad social: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como el terrorismo, movilizaciones, huelgas, etc. Y problemas sociales como las adicciones y la prostitución
- Seguridad médica: sistema de prevención, emergencia y protección médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico.
- Seguridad informativa y de facilitación: sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta del destino y los sistemas integrados de prevención.
- Seguridad en la recreación y en eventos: sistema que permite la protección durante una actividad recreativa o durante la realización o participación de un evento deportivo, musical, recreativo, etc. del visitante del destino.
- Seguridad vial y del transporte: sistema que permite el libre y seguro desplazamiento por las vías de comunicación del visitante desde la salida del lugar de residencia habitual hasta su regreso al mismo
- Seguridad ambiental: sistema que permite la protección de las personas en espacios naturales y ante problemas climatológicos
- Seguridad de los servicios turísticos: Sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico.

La seguridad propiamente dicha del visitante debe ser considerada desde cinco variables:

- Proteger al visitante de la gente (por ejemplo, el acoso de menores y vendedores al turista y excursionista)
- Proteger al visitante del delincuente (estafas, robos y hurtos)
- Proteger al visitante del medio cultural (enfermedades endémicas)
- Proteger al atractivo del visitante (deterioro ambiental)
- Proteger al atractivo del visitante (información de obstáculos y barreras)

5.4.4.2. CAPACITACIÓN TURÍSTICA

Tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector.

5.4.4.3. SERVICIO DE MÚSICA

La Música siempre ha ido de la mano del turismo, pero es hasta hoy en día que se ha convertido en una nueva razón para viajar. Los servicios turísticos de música se refieren a Tipo de visita que conlleva la participación en un espectáculo musical, visitar lugares que fueron fuentes de inspiración para alguna música o letra y lugares relacionados con la música y sus autores.

Este tipo de servicio incluye a bandas y grupos musicales, así como artistas de baile que puedan deleitar al turista con música durante su actividad turística.

5.4.5. IDENTIFICACIÓN DE ABASTECEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El Salvador cuenta con distintas entidades encargadas de brindar servicios turísticos, entre las que destacan están:

5.4.5.1. ABASTECEDORES EN EL ÁREA DE SEGURIDAD

Esta Área orienta su esfuerzo en temas de prevención del crimen y la violencia, los abastecedores que incluyen ésta área son:

1. Entidades gubernamentales

- **Policía Nacional Civil (PNC)**

Es el organismo estatal que se encarga de velar por la seguridad pública en el territorio salvadoreño.

De acuerdo al artículo 159 de la Constitución de El Salvador, la PNC tiene a su cargo las funciones de policía urbana y rural y tiene la obligación de garantizar el orden, la seguridad y la tranquilidad pública en todo el territorio nacional.



Visión

Ser una institución policial moderna y profesional, transparente, democrática y respetuosa de los Derechos Humanos, que goce de confianza, credibilidad y prestigio Nacional e Internacional, por la integridad de sus miembros y la efectividad de los servicios orientados a la comunidad.

Misión

Garantizar el libre ejercicio de los Derechos y Libertades de las personas, la seguridad, la tranquilidad y el orden, previniendo y reprimiendo el delito, con estricto respeto a los derechos humanos, integrando el compromiso del personal y la participación de la población, contribuyendo al fomento del estado de derecho y desarrollo integral del país

Servicios a la Ciudadanía

- Investigación de delitos relativos al Patrimonio
- Solvencias
- Convocatoria

- Experticias
- Servicios privados
- Requisitos de ingreso
- Sistema 122
- Sistema 911

Dirección Delegación PNC en Alegría

Barrio El Centro, 4a. Avenida Sur
Teléfono Comandancia de Guardia

2628-1016

- **Policía de Turismo (POLITUR)**

Es la División especializada en turismo, encargada de brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas, así como la protección del Patrimonio Cultural y turístico de El Salvador.

La **POLITUR** tiene como objetivo responder a las necesidades sociales y sectoriales, para ofrecer una atención oportuna y efectiva a los Visitantes. Se ha experimentado un aumento paulatino en su personal llegando a 416 elementos distribuidos en 17 puestos policiales, ubicados en los corredores turísticos de 8 departamentos del territorio nacional.



POLITUR está integrada por más de 400 miembros altamente capacitados en

- Buceo en aguas abiertas
- Rescate acuático, vertical y montañismo
- Idioma inglés
- Guías Turísticos Locales.
- Patrimonio cultural.
- Geografía de El Salvador.
- Intervención policial en situaciones de explotación sexual comercial.
- Legislación de Migración y Extranjería.
- Primeros auxilios
- Navegación marítima y maniobra de buques.
- Entre otras

Servicios

- Escoltas a turistas.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Inducción turística en centros educativos.
- Capacitación en seguridad turística.
- Seguridad en eventos turísticos nacionales.
- Seguridad en circuitos turísticos

Los números telefónicos de la POLITUR, para atender cualquier consulta o emergencia son:

- Oficinas Centrales (503) 2511-8302 / 2511-8300 Telefax 2511-8311

- Base Artesano, Flor Blanca: (503) 2224-2705
- Zona Rosa (503) 2263-3904
- Zona Real: (503) 2202-2073
- Puerto de La Libertad (503) 2346-1893 (RED) 7980-4112

2. Entidades Privadas

- **COSASE S.A DE C.V.**

Es una compañía 100% salvadoreña, especialistas en servicios de seguridad de todo tipo, autorizada por la PNC conforme a la Ley de Servicios Privados de Seguridad, fundada por Salvador Adalberto Henríquez; con más de treinta y cinco años de experiencia en Servicios Integrales de Seguridad Privada en las áreas: Bancaria, Privada, Institucional, Industrial, Hospitalaria, Comercial, Residencial, Custodio de Transporte de Productos y otras relacionadas con la Seguridad y Vigilancia.



La supervisión es

- Continua
- Las 24 horas del día
- Todos los días del año
- En vehículos y motocicletas identificados de la empresa

Dirección

Carretera Panamericana Col Panamericana Barrio Concepción No 16 Cantón el Jute San Miguel, El Salvador

Teléfono

25005227

- **GOLÁN**

Es una empresa que cuenta con servicios de:

Vehículos blindados, guardaespaldas, escoltas, custodios, vigilancia móvil, Seguridad Corporativa, Personal de Seguridad, Guardias, Patrullas, Monitoreo, Televigilancia, Localización de Vehículos.



Algunas soluciones de seguridad para empresas

- Programa de seguridad empresarial
- Fuerza de seguridad corporativa
- Seguridad por día u hora (24/7)
- Protección de eventos (24/7)

Dirección

Comunidad Óscar Arnulfo romero calle al Volcán #550 San Antonio Abad, San Salvador, El Salvador

Teléfono
22624816

- **SESEPRO**

Ofrece servicios de seguridad y servicios de protección

Seguridad y servicio de protección, es una empresa con experiencia en el ramo de seguridad, que proporcionar seguridad a sus clientes, basados en normas y procedimientos altamente técnicos y mantenimiento personal debidamente adiestrado y capacitado para poder reaccionar ante cualquier situación seguridad que se presente



Descripción de servicios

Los tipos de servicios que presta la empresa se califican en servicios de 12 horas, diurnos o nocturnos, servicio de 24 horas, custodios en ruta y custodios de valores en diferentes puntos en todo el territorio nacional. El servicio de 24 horas podría dividirse en dos turnos de 24 horas cada uno (turno diurno y nocturno), estos turnos son de 6 días a la semana y 24 horas de descanso el cual es cubierto por un agente de reserva con una duración de 12 horas.

Dirección

Col. Cumbres de La Esmeralda Cl Teotl No 21 Antgo Cuscatlán, San Salvador, El Salvador

Teléfono
22978400

5.4.5.2. ABASTECEDORES EN EL ÁREA DE CAPACITACIONES

El área de capacitación, o desarrollo de personal, es toda actividad realizada en el municipio, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas del personal involucrado en el turismo.

1. Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local

Visión

Un país social y económicamente más equitativo, incluyente y sostenible basado en la concertación política, la participación ciudadana y la cultura de paz.



Misión

Contribuir al desarrollo humano sostenible, facilitando procesos participativos de transformación social, procurando el fortalecimiento del entramado social, económico e institucional de los territorios.

Áreas de trabajo y capacitación

Desarrollo económico local: proyectos e información ampliada

Desarrollo local: proyectos e información ampliada

Fortalecimiento de instituciones locales

Planificación Estratégicas

Proyectos de jóvenes

Participación ciudadana

Medio ambiente
Equidad de género

Sitio web

<http://www.sacdel.org.sv/>

Dirección

Parque Residencial Altamira Edificio “F” Apto. # 3 San Salvador El Salvador

Teléfono

503 2273-5755

2. Ministerio de Turismo

Su Misión es posicionar a El Salvador como marca y destino turístico de primer orden en la Región con las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas como privadas Centroamericanas, mediante la ordenación turística del territorio, la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos.



Servicios

Realiza diversos proyectos apoyados con diversas empresas e instituciones con el fin de brindar Capacitaciones y asistencias técnicas a las micro, mediana y pequeña empresa del país relacionadas al sector turístico.

Dirección

Edificio Carbonel #1, Colonia Roma, Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel. San Salvador, El Salvador.

Teléfonos

(503) 2243-7835

(503) 2241-3200

3. Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA)

Misión

Proveer soluciones tecnológicas innovadoras al sector agropecuario ampliado, para contribuir a mejorar la situación ambiental del país, garantizando la seguridad alimentaria y nutricional de la población salvadoreña y su calidad de vida.



Visión

Haber mejorado la calidad de vida de las familias rurales y las condiciones ambientales del país, ejerciendo el liderazgo y articulando el Sistema Nacional de Innovación Tecnológica Agropecuaria.

Funciones Generales

- Asesorar al Ministerio de Agricultura y Ganadería, en la formulación de la de política nacional de desarrollo científico y tecnológico agropecuario y forestal.
- Contribuir a ejecutar la política nacional de desarrollo científico y tecnológico agropecuario y forestal.
- Desarrollar la generación y transferencia de tecnologías agropecuaria y forestal.
- Divulgar logros y resultados de la investigación generada en el país o introducida con el fin de facilitar la adopción de las tecnologías apropiadas.
- Promover el uso generalizado de las opciones tecnológicas y de los servicios de laboratorio que apoyen a la producción.
- Apoyar la formación de transferencistas de tecnología agropecuaria y forestal.
- Ejercer el seguimiento a proyectos de investigación y transferencia subsidiados por CENTA.

Servicios de Capacitación

El Centro Nacional de tecnología Agropecuaria y Forestal, con el propósito de dar cumplimiento a su objetivo institucional como es el de “Propiciar la disponibilidad de tecnología agropecuaria y forestal, que permita la reconversión y el desarrollo de agronegocios”, ofrece a través de la Unidad de Capacitación, los siguientes eventos teórico-prácticos que fortalecerán los conocimientos de los actores que participan en el desarrollo agropecuario del país.

En cada capacitación se dan a conocer las tecnologías que han sido investigadas tanto en estaciones experimentales como en campo de los productores y que además están siendo transferidas para contribuir a garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de la familia salvadoreña.

Estos eventos están dirigidos a profesionales, asociaciones, gremios y familias de productores y productoras, así como también para estudiantes interesados en la temática, los cuales son impartidos por especialistas en las ciencias agropecuarias.

Dirección

Km 33 1/2 Carretera a Santa Ana, San Andrés, Ciudad Arce, La Libertad, El Salvador

Teléfono

(503) 2397-2200

4. Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM)

Misión

“Fortalecer capacidades y competencias en gestión integral del desarrollo de las municipalidades del país”.

Visión

“Contribuir con las municipalidades a que realicen una gestión exitosa del desarrollo territorial”.



Funciones y Atribuciones

I) Asistencia Técnica Administrativa:

- a) Recomendar a las Municipalidades, técnicas administrativas como: la Organización Interna Administrativa, Sistemas de Recaudación, Contabilidad, Auditoría y Administración Financiera, elaboración de Tarifas y Presupuestos Municipales, tanto generales como especiales y Programación, elaboración de presupuesto, financiamiento, construcción de obras y servicios públicos municipales;
- b) Estudiar la organización administrativa y el funcionamiento de los servicios públicos locales con vistas a su constante mejoramiento;
- c) Mantener programas permanentes de capacitación y adiestramiento para funcionarios y empleados municipales;
- d) Estimular la cooperación inter-municipal y promover el intercambio activo de información y experiencias entre las Municipalidades
- e) Promover el perfeccionamiento de su organización y el de las Municipalidades;
- f) Propiciar la organización de empresas de interés público entre las Municipalidades y otras entidades públicas y privadas.

II) Asistencia Financiera:

- a) Conceder a las Municipalidades préstamos supervisados a corto, mediano y largo plazo, para: financiar estudios, comprar equipos y realización de obras de servicios municipales;
- b) Asesorar a las Municipalidades en los estudios de factibilidad para la contratación de préstamos y emitir los dictámenes técnicos financieros que fueren necesarios;
- c) Servir de agente financiero a las Municipalidades cuando aquellas lo soliciten y de garante cuando fuere conveniente y necesario en las operaciones contractuales que las mismas realicen;
- d) Efectuar descuentos de letras de cambio emitidos a favor de las Municipalidades o anticipos sobre las mismas, cuando el caso lo demande, con el fin de evitar que se interrumpa el ritmo de los servicios o de las obras emprendidas por las Municipalidades;
- e) Recibir en pago por su valor nominal, los bonos no vencidos emitidos por el Instituto y que efectúen las Municipalidades para la cancelación o abono de las deudas contraídas con éste;
- f) Caucionar, en caso necesario, los créditos que tuvieran las Municipalidades con otras Instituciones Financieras.

III) Asistencia de Planificación:

- a) Colaborar en la coordinación u orientación de las políticas municipales de planificación para el desarrollo urbano y rural;
- b) Coordinar con otros organismos nacionales e internacionales, el fortalecimiento de sus programas de asistencia para buscar soluciones adecuadas a los problemas municipales;
- c) Asesorar a las Municipalidades en cuanto a la planificación a nivel local;
- d) Promover la integración de los planes locales de desarrollo con los planes de los niveles regional y nacional, con el objeto de propiciar la participación efectiva de los gobiernos locales en la ejecución de los planes, programas y políticas del Gobierno Central;

- e) Realizar investigaciones y divulgar ideas y prácticas que contribuyan al mejoramiento del régimen municipal;
- f) Colaborar en la preparación de catastros, registros y planes reguladores y urbanísticos.

IV) En general podrá actuar, cuando las Municipalidades se lo soliciten como agente de compras o suministros para las mismas y como agente de sus relaciones comerciales.

Así mismo; podrá actuar como agente ejecutor o supervisor de Construcción de Obras o Proyectos de prestación de Servicios Municipales; cuando se lo soliciten.

Dirección y contacto Oficina Regional en San Miguel:

Centro de Gobierno San Miguel
Final 15 Calle Oriente y 8va. Av. Sur, Ex Batallón Arce
Tel.: (503) 2660-6998/2661-5886

Sitio web

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

ANALISIS DE ABASTECEDORES DE CAPACITACIÓN

Para poder llevar a cabo este proyecto se requiere que el recurso humano involucrado al Plan de Desarrollo Turístico Integral de Alegría, esté capacitado para poder darle seguimiento y poder mejorarlo en el transcurso del tiempo.

Es por ello que se debe de abastecer del conocimiento necesario para poder hacer un buen manejo de la oferta turística que se pretende brindar, por lo que se dan a conocer algunos de los lugares que dan apoyo a proyectos turísticos integrados por micro pequeñas y medianas empresa, este apoyo es dado a través de programas donde ayudan a las personas a emprenderse en nuevas actividades, a manejar un negocio propio, así como capacitaciones para poder gestionar administrar promocionarse etc., así como asistencia técnica para la realización de ciertas actividades.

El abastecimiento de conocimientos es muy importante para el momento de la ejecución, los comienzos y el transcurso de las actividades turísticas a ofertar para poder ir mejorando con el tiempo y poder ofrecer lo que el turista requiere y lo que se puede ofertar.

5.4.5.3. ABASTECEDORES DE SERVICIOS DE MÚSICA

En relación a los servicios de música, la Alcaldía de Alegría cuenta con un personal encargado de contactar y contratar artistas originarios de dicho municipio, los cuales tocan baladas, boleros, cumbia, salsa y música del recuerdo y folklore, cada artista (solista) es valorado a un precio de \$75.00 por cada presentación, que cada fin de semana por las tardes, (sábados y domingos) llegan a deleitar a los turistas que se encuentran en el parque municipal y sus alrededores.

Entre los artistas que destacan, se pueden mencionar:

- Akústica Rock
- Rica y Ely
- César Augusto

- Raquel Arias
- Salvador Hernández
- Edwin Nieto

5.4.6. EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

En cuanto a la evaluación de proveedores, solo se ha tomado en cuenta a los que ofrecen servicios de seguridad privada, ya que para los que ofrecen servicios de capacitación son muy diversos en relación a temáticas de capacitación y además, muchos pertenecen al gobierno de El Salvador por lo que, se dispondría de ese recurso humano sin incurrir a mayores costos de parte de la Alcaldía de Alegría, mientras que los servicios de música, ya están establecidos por el personal de la Alcaldía, encargado de contactar y contratar a los artistas que amenizaran las tardes de los fines de semana en el parque municipal y sus alrededores.

CRITERIOS DE COMPARACIÓN DE LAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO.

A continuación, se presentan los criterios que se evaluaron para seleccionar a los proveedores idóneos.

- **PRECIO**

Este criterio es muy importante ya que las iniciativas no cuentan con un capital amplio por lo que se debe evaluar este criterio con mucho detenimiento, pero tomando en cuenta que se quiere calidad de producto.

- **CONDICIONES DE ENTREGA**

Se evaluará la capacidad de la fuente de abastecimiento de ofrecer el transporte de los insumos hasta las iniciativas.

- **LOCALIZACIÓN**

Se pretende que las fuentes de abastecimiento estén cercanas a las iniciativas ya que así se reducirán costos de transporte y los insumos llegarán en mejores condiciones.

Para la evaluación de los criterios anteriores, se realizó un contacto vía telefónica y mediante emails para lo cual se tiene lo siguiente:

PROVEEDOR	PRECIO POR CADA AGENTE DE SEGURIDAD DE VIGILANCIA	CONDICIÓN DE ENTREGA	LOCALIZACIÓN (MUNICIPIO)
Grupo Golán	\$600.00	A responsabilidad de quien contrata	San Salvador
COSASE	\$555.60	A responsabilidad de quien contrata	San Miguel
SESEPRO	\$578.00	A responsabilidad de quien contrata	San Salvador

Tabla 108 - Comparación de Criterios de Evaluación de Proveedor de Seguridad Privada

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar claramente en la Tabla anterior, COSASE representa el proveedor a seleccionar debido a que se requiere un costo relativamente menor de contratación y la localización de dicha empresa, se encuentra más cercana al Municipio de Alegría por lo que los costos de transporte serían de igual manera, menores en comparación con Grupo Golán y SESEPRO.

5.4.7. PERFIL DEL ABASTECEDOR

- Pertenecer a la zona oriental o en segunda instancia al departamento de San Salvador.
- Accesibilidad y facilidad de pago.
- Respetar acuerdos previamente pactados con relación al tiempo, cantidad y fechas estipuladas.
- Capacidad de entrega inmediata y de acuerdo a los requerimientos.
- Demostrar un comportamiento ético y legal incuestionable de forma consistente.
- Generador de alternativas de solución en circunstancia causales.
- Capaz de crear un clima de confianza y relacionarse estrechamente a la comprensión de los intereses de ambas partes.
- Para proveedores de servicio, ofrecerlos demostrando su experiencia e idoneidad en la actividad ofrecida.

5.4.8. PRINCIPALES HALLAZGOS DEL MERCADO ABASTECEDOR

- Dentro del mercado abastecedor se tienen aquellos que únicamente brindan servicios de capacitación, seguridad privada y servicios de música.
- En cuanto a los servicios de capacitación, hay una gran variedad de empresas gubernamentales y privadas que pueden ofrecer servicios en apoyo a la municipalidad de Alegría, entre las empresas que destacan se encuentran: MITUR y SACDEL.
- En relación a los servicios de seguridad, además de la POLITUR y PNC que son entidades que velan por la seguridad de la ciudadanía, se encuentran aquellas instituciones que brindan servicios de seguridad privada, específicamente con el servicio de vigilancia, destacando COSASE como empresa elegida de acuerdo a una comparación evaluada a través de criterios establecidos con otras empresas como Grupo Golán y SESEPRO.
- La mayor restricción o limitantes se presentan en aquellos abastecedores que brindan servicios de música, ya que la Alcaldía Municipal de Alegría cuenta con una política que consiste en la contratación de artistas que sean originarios de Alegría, por lo que, la posibilidad de buscar otros artistas a nivel nacional es nula. Sin embargo, en Alegría se encuentran los siguientes artistas: Akústica Rock, Rica y Ely, César Augusto, Raquel Arias, Salvador Hernández, Edwin Nieto. La planificación, elección y contratación de tales artistas es llevada a cabo por una unidad dentro de la Alcaldía.

6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

6.1. ANALISIS DEL MARCO LOGICO

6.1.1. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

6.1.1.1. ANALISIS DE INVOLUCRADOS¹⁶

6.1.1.1.1. LISTADO DE INVOLUCRADOS

Para encontrar los involucrados en la realización del estudio, que se verían afectados en una u otra manera en la realización del plan, se plantea las siguientes preguntas: ¿Quién se beneficia?, ¿Quién puede apoyar u oponerse?, y ¿Cuáles son los grupos vulnerables? Luego de una lluvia de ideas, obtenemos la siguiente lista de entes involucrados:

- **Alcaldía Municipal de Alegría, Usulután:** Organización encargada de la administración del territorio que conforma el municipio de Alegría, la cual vela por el bienestar de sus habitantes y el desarrollo del municipio a través del turismo. Es el principal ente interesado en la realización del estudio.
- **Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR):** Vela por la promoción y fomento del turismo en El Salvador con el objeto de fomentar la actividad económica y promover el desarrollo económico local.
- **Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN):** Es la entidad gubernamental encargada de la gestión ambiental de este país. El organismo tiene como misión revertir la degradación ambiental y la reducción de riesgos socio-ambientales. Dicha institución tiene especial interés, ya que la Laguna de Alegría es un área natural protegida de El Salvador.
- **Ministerio de Agricultura y Ganadería:** Institución rectora de la Política Agropecuaria, Forestal, Pesquera, Acuícola y Rural de El Salvador, que contribuye al crecimiento y desarrollo del sector. Alegría es un municipio cafetalero, por lo tanto, a dicha institución le interesa cualquier esfuerzo enfocado al desarrollo de sector.
- **Restaurantes, hostales, negocios de artesanías y viveros de la localidad:** Negocios de la localidad que ofrecen variedad de productos y servicios a los turistas que se pueden ver beneficiados al aumentar la afluencia turística.
- **Pequeños comerciantes informales del municipio de Alegría:** Grupo de comerciantes que se concentran alrededor del parque municipal ofreciendo variedad gastronómica, artesanías y plantas.
- **Agricultores y caficultores individuales del municipio:** Grupo de personas dedicadas al cultivo de granos básicos, café, etc. del municipio de Alegría.
- **Asociaciones y gremiales (Las Crucitas, ASMEA, ASEMA, Centro de Artesanías y ADESTURA):** Las asociaciones Las Crucitas, ASMEA Y ASEMA son un grupo de mujeres productoras y emprendedoras que buscan oportunidades de mejorar sus negocios. Las gremiales Centro de Artesanías y ADESUTRA son la máxima representación de toma de decisiones de empresarios, los cuales buscan la mejora de las condiciones económicas de los agremiados.

¹⁶ [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-07/UNIDADESAPRENDIZAJE/UNIDAD_4/Analisis de Involucrados.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-07/UNIDADESAPRENDIZAJE/UNIDAD_4/Analisis_de_Involucrados.pdf)

- **Turistas actuales y potenciales del municipio de Alegría:** Grupo de consumidores actuales o potenciales del servicio turismo del municipio de Alegría interesados en satisfacer una necesidad turística.
- **Municipios aledaños:** Son todas las municipalidades aledañas al municipio de Alegría, las cuales son: Berlín, Mercedes Umaña, Jucuapa, Santiago de María y Tecapán.
- **Competencia:** Representa a todas aquellas entidades que ofrecen atractivos turísticos similares (Ruta de las Flores, Cerro Verde) o sustitutos (Sol y Playa), a los cuales el turista puede optar por visitar.
- **Población del municipio de Alegría:** Habitantes particulares del municipio de Alegría que se pueden ver afectados positiva o negativamente con el turismo.
- **Tour operadores:** Son entidades en ofrecer paquetes turísticos.
- **Organizaciones prestadoras de insumos o servicios:** Instituciones públicas o privadas que proporcionan insumos tales como seguridad (PNC, POLITUR), capacitaciones, eventos musicales, etc.

En la siguiente tabla se definen la lista de involucrados y sus intereses particulares con respecto a la realización del proyecto.

Nº	Involucrado	Intereses
1	Alcaldía Municipal de Alegría	Apoyo, es la organización gubernamental de la localidad que ha solicitado el proyecto. Tiene como expectativa resolver el problema por el cual nace el proyecto para mejorar la calidad de vida de la población y llevar desarrollo por medio de un plan dinámico de turismo.
2	Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR)	Apoyo, el MITUR a través de CORSATUR apoyaría cualquier esfuerzo en coordinación con la Alcaldía que mejore la condición de la población del municipio.
3	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Apoyo, ya que este solo es el encargado de verificar el cumplimiento de los permisos medioambientales y vigilar por que las actividades turísticas del municipio no dañen el medio ambiente.
4	Ministerio de Agricultura y Ganadería	Apoyo, el ministerio a través del CENTA ayudaría en cualquier esfuerzo que mejore la condición de la población agropecuaria o agroindustrial.
5	Restaurantes, hostales, negocios de artesanías y viveros de la localidad	Apoyo, ya que lo que buscan es que sus negocios les generen buenos ingresos económicos.
6	Pequeños comerciantes informales del municipio de Alegría	Apoyo, ya que representa una oportunidad de venta de su producto y mejorar sus condiciones económicas.
7	Agricultores y caficultores individuales del municipio	Apoyo, los impulsa el mejorar sus condiciones económicas, aumentar el nivel de sus ingresos por medio de la venta de sus productos.

8	Asociaciones y gremiales (Las Crucitas, ASMEA, ASEMA, Centro de Artesanías y ADESTURA)	Apoyo, principal interés es buscar el bienestar de todos los asociados y agremiados mejorando sus condiciones económicas.
9	Turistas actuales y potenciales del municipio de Alegría	Apoyo, ya que logran cubrir una necesidad insatisfecha si el producto turístico que se les ofrece llena sus expectativas.
10	Municipios aledaños	Apoyo, siempre y cuando las iniciativas promuevan el desarrollo en sus municipios.
11	Competencia	Opositor, ya que representaría una amenaza respecto a pérdida de su cuota de mercado.
12	Población del municipio de Alegría	Apoyo, ya que representa una oportunidad de mejorar sus ingresos económicos por medio de una fuente de empleo o aprovechamiento del recurso turístico
13	Tour operadores	Apoyo, ya que su principal fin vender paquetes turísticos, y cualquier esfuerzo encaminado en hacer más atractivo al municipio de Alegría, podrán tomar en cuenta al municipio en su oferta.
14	Organizaciones prestadoras de insumos o servicios.	Apoyo, ya que los productos o servicios que prestan son indispensables para el desarrollo pleno del turismo en el municipio.

Tabla 109 - Listado de involucrados y sus intereses

Fuente: Elaboración propia

6.1.1.1.2. EVALUACION DE INVOLUCRADOS

Para establecer la relación que los involucrados tendrán con la realización del proyecto, se consideran 3 aspectos:

- **Posición:** Se refiere a que si el involucrado está a favor o en contra del proyecto. En la tabla de análisis de involucrados se representa con “+” o “-” si están a favor o en contra respectivamente.
- **Poder:** Es la fuerza que tiene el involucrado para influir en el proyecto. En la tabla de análisis de involucrados se representa con en una escala del 1 al 5, donde 1 es “Muy bajo” y asciende gradualmente hasta 5 con “Muy alto”
- **Intensidad:** Se refiere a como se estima que utilizara su poder cada involucrado. En la tabla de análisis de involucrados se representa con en una escala del 1 al 5, donde 1 es “Muy bajo” y asciende gradualmente hasta 5 con “Muy alto”.

La siguiente tabla muestra la evaluación que se realizó a cada uno de los involucrados en cada uno de los aspectos (posición, poder e intensidad), el cual el llenado de esta quedó al criterio del equipo en la asignación de los valores otorgados.

Nº	Involucrado	Posición	Poder	Intensidad
1	Alcaldía Municipal de Alegría	+	5	5
2	Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR)	+	2	2
3	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	+	2	3
4	Ministerio de Agricultura y Ganadería	+	1	1
5	Restaurantes, hostales, negocios de artesanías y viveros de la localidad	+	5	4
6	Pequeños comerciantes informales del municipio de Alegría	+	4	5
7	Agricultores y caficultores individuales del municipio	+	3	2
8	Asociaciones y gremiales (Las Crucitas, ASMEA, ASEMA, Centro de Artesanías y ADESTURA)	+	5	5
9	Turistas actuales y potenciales del municipio de Alegría	+	4	2
10	Municipios aledaños	+	1	3
11	Competencia	-	1	4
12	Población del municipio de alegría	+	2	1
13	Tour operadores	+	2	1
14	Organizaciones prestadoras de insumos o servicios.	+	4	1

Tabla 110 - Evaluación de involucrados en su posición, poder e intensidad

Fuente: Elaboración propia

6.1.1.1.3. MAPEO DE INVOLUCRADOS

Para poder identificar los involucrados más significativos se multiplica PODER x INTENSIDAD y a mayor valor, mayor relevancia del involucrado. Graficando a los involucrados con respecto en materia turística del municipio de Alegría se tiene:

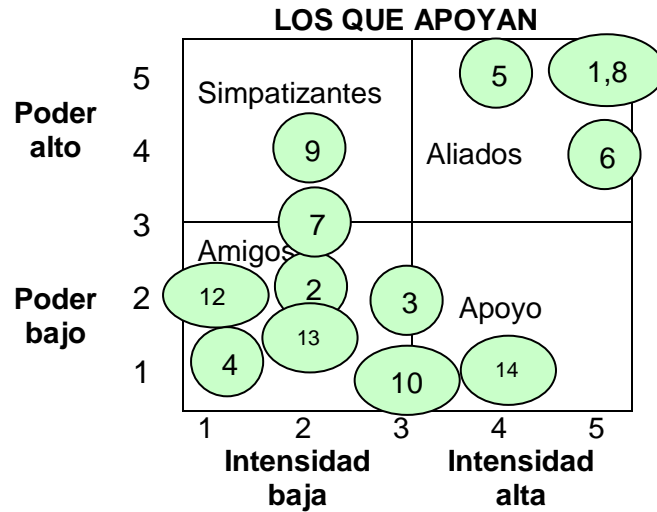


Ilustración 8 - Mapeo de involucrados que apoyan
Fuente: Elaboración propia

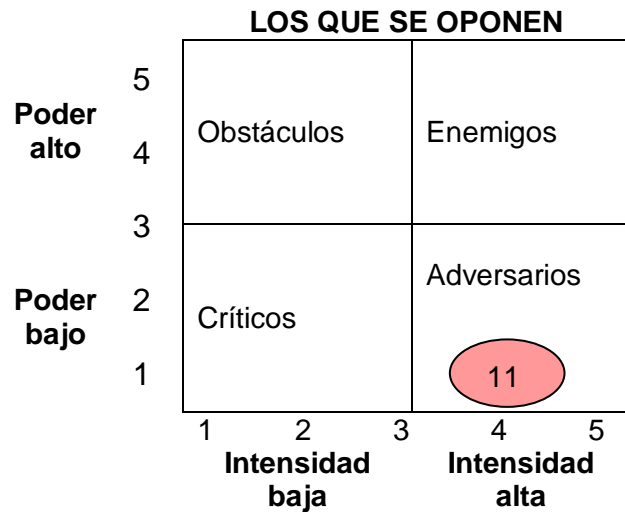


Ilustración 9 - Mapeo de involucrados que se oponen
Fuente: Elaboración propia

6.1.1.1.4. DEFINICION DE ESTRATEGIAS PARA LOS INVOLUCRADOS

Una estrategia es un “plan de acción a intentar, conscientemente determinado, para abordar una situación específica y resolverla con éxito”.

Las estrategias que se elaboren para el análisis de involucrados, deberían orientarse a lograr un control tal de los involucrados, que permita mantener y aumentar el interés de quienes están de acuerdo con el Proyecto y ganar, en lo posible, el apoyo de quienes se oponen o, al menos, disminuir su impacto negativo.

¿Cómo se debería actuar con cada uno de los grupos de involucrados?

LOS QUE APOYAN

Poder alto	<p><i>Simpatizantes</i> Movilizar, lograr mayor interés en el proyecto.</p>	<p><i>Aliados</i> Mantener su interés. Seguir muy cerca.</p>
	<p><i>Amigos</i> Mantener informados. Racionar esfuerzos.</p>	<p><i>Apoyos</i> Mantener implicados y satisfechos.</p>
Poder bajo	Intensidad baja	Intensidad alta

LOS QUE SE OPONEN

Poder alto	<p><i>Obstáculos</i> Monitorear y mantener baja intensidad. No desafiar.</p>	<p><i>Enemigos</i> Controlar muy de cerca.</p>
	<p><i>Críticos</i> Informar. Evitar enfrentamiento.</p>	<p><i>Adversarios</i> Utilizar la persuasión para disminuir su intensidad.</p>
Poder bajo	Intensidad baja	Intensidad alta

Ilustración 10 - Actuación para involucrados según apoyen o se opongan

Fuente: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-07/UNIDADESAPRENDIZAJE/UNIDAD_4/Analisis_de_Involucrados.pdf

En base a la teoría anterior, las estrategias a utilizar para cada involucrado en el proyecto son:

Nº	Involucrado	Estrategia según interés
1	Alcaldía Municipal de Alegría	Organización que tiene que mantener interés por el proyecto, darle seguimiento a todas las partes involucradas.
2	Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR)	Mantener informado acerca de las acciones y medidas a implementar y de los resultados obtenidos.
3	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Mantener informados, cooperar cumpliendo las normativas, reglamentos y disposiciones.
4	Ministerio de Agricultura y Ganadería	Mantener informados.
5	Restaurantes, hostales, negocios de artesanías y viveros de la localidad	Mantener coordinación, ya que el proyecto no puede realizarse sin su apoyo. Incluirlos y mantener su interés especial por el proyecto.
6	Pequeños comerciantes informales del municipio de Alegría	Mantener coordinación, ya que el proyecto no puede realizarse sin su apoyo. Incluirlos y mantener su interés especial por el proyecto.
7	Agricultores y caficultores individuales del municipio	Lograr su interés por el proyecto, persuadirlos acerca de los beneficios de este.
8	Asociaciones y gremiales (Las Crucitas, ASMEA, ASEMA, Centro de Artesanías y ADESTURA)	Mantener coordinación, ya que el proyecto no puede realizarse sin su apoyo. Incluirlos y mantener su interés especial por el proyecto. Mostrarle los beneficios del proyecto.
9	Turistas regulares y potenciales del municipio de Alegría	Agradar, simpatizar a los turistas con los nuevos cambios, mantener monitoreado su satisfacción, sus expectativas, etc.
10	Municipios aledaños	Mantener informados e implicados, mostrar disposición en futuras alianzas,
11	Competencia	Tener bajo observación.
12	Población del municipio de Alegría	Dirigir de manera especial los esfuerzos del proyecto a este sector.
13	Tour operadores	Mantenerlos informados acerca de los atractivos, actividades y ferias del municipio de Alegría, coordinar esfuerzos en materia promoción turística.
14	Organizaciones prestadoras de insumos o servicios.	Hay que relación ganar-ganar, en la que se fomente el turismo en el municipio y estén siempre implicados.

Tabla 111 - Listado de involucrados y estrategias a tomar según intereses

Fuente: Elaboración propia

6.1.1.2. MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Involucrado	Relación	Interés	Problema	Recursos
Alcaldía Municipal de Alegría	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo para el municipio y sus habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con las estrategias necesarias para fomentar el turismo en el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo de instituciones de gobierno y de los habitantes del municipio.
Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR)	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la calidad de vida de la población a través del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con las estrategias necesarias para fomentar el turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones y servicios que los involucrados demanden.
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Preservar los recursos naturales Reducir el impacto ambiental de las actividades turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con mucho poder con proyectos del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Leyes, normativas y reglamentos. Permisos.
Ministerio de Agricultura y Ganadería	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la calidad de vida de la población a través de la agricultura y ganadería. 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con mucho poder con proyectos del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Programas (MAG-PRODEMORO).
Restaurantes, hostales, negocios de artesanías y viveros de la localidad	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar sus niveles ingresos y crecimiento de sus negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> No contar con las ganancias esperadas Poca clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> Producto que ofrecen a los consumidores Disponibilidad para crear alianzas estratégicas.
Pequeños comerciantes informales del municipio de Alegría	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en el nivel de sus condiciones económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Bajas ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Productos que ofrece (Gastronomía, Artesanías, Plantas).

Agricultores y caficultores individuales del municipio	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en el nivel de sus condiciones económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Monotonía en sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos agrícolas (cultivos, terrenos, etc.).
Asociaciones gremiales y	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar sus niveles ingresos y crecimiento de sus negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> No contar con los ingresos esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> Negocios (Restaurantes, hostales, viveros, etc).
Turistas regulares y potenciales del municipio de Alegría	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción de necesidades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Donde desarrollar actividades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Recurso financiero.
Municipios aledaños	Neutro	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de sus municipalidades. 	<ul style="list-style-type: none"> No contar con el desarrollo turístico con el que cuenta Alegría. 	<ul style="list-style-type: none"> Diversidad de atractivos turísticos.
Competencia	Opositor	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar o mantener el mercado con el que cuenta actualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> Futuro competidor en el mercado Pérdida de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Productos similares que ofrecen al consumidor. Mercado con el que cuentan.
Población del municipio de Alegría	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en su nivel de ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> No contar con los ingresos esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> Fuerza de trabajo.
Tour operadores	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Vender un producto turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Alegría no es una oferta atractiva en sus productos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Paquetes turísticos.
Organizaciones prestadoras de insumos o servicios.	Interesado	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer o vender un servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> No se están prestando sus servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios que presta para el fomento del turismo en Alegría

Tabla 112 - Matriz de involucrados

Fuente: Elaboración propia

6.1.2. ARBOL DE PROBLEMAS

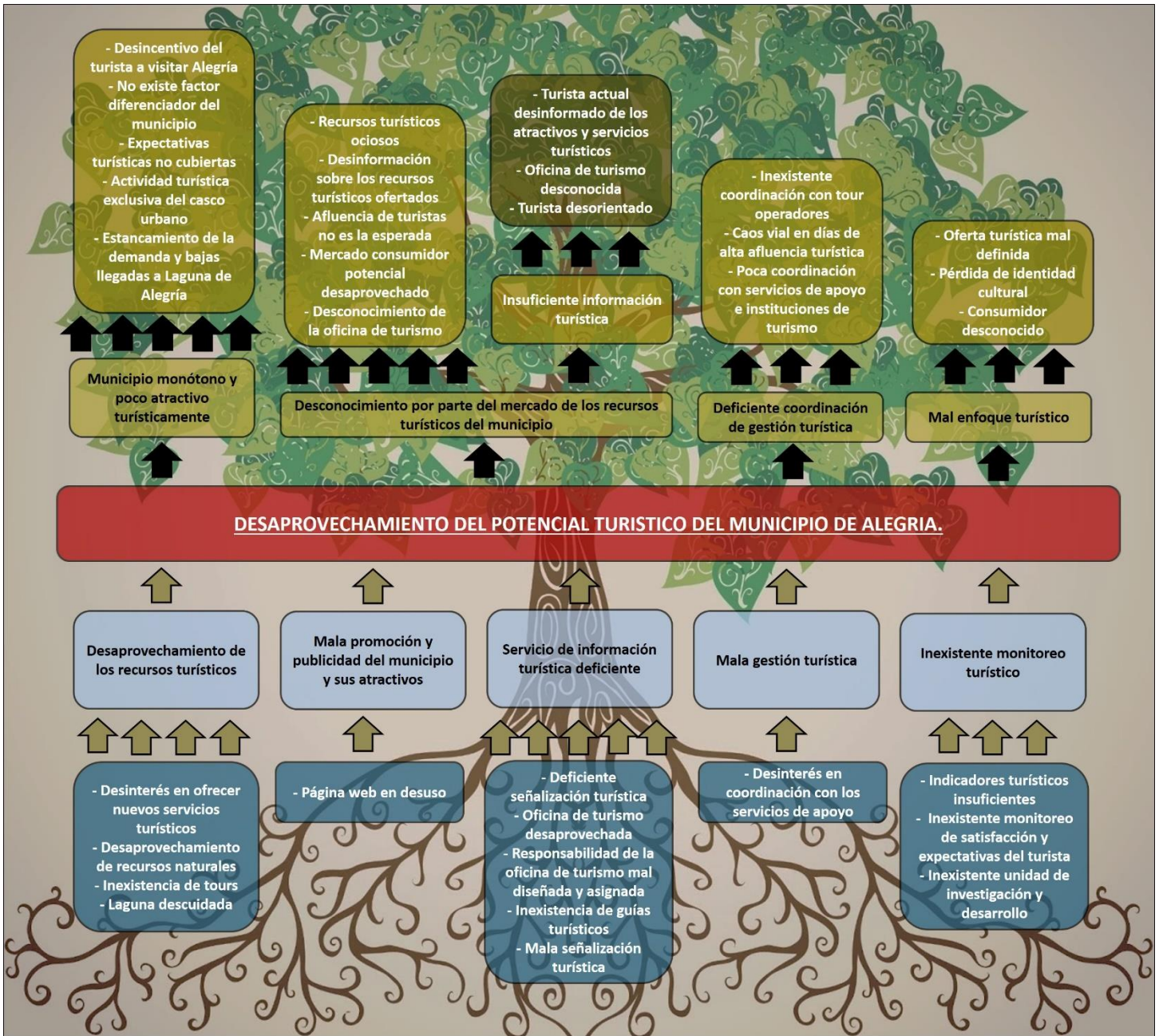


Ilustración 11 - Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

6.1.3. ARBOL DE OBJETIVOS

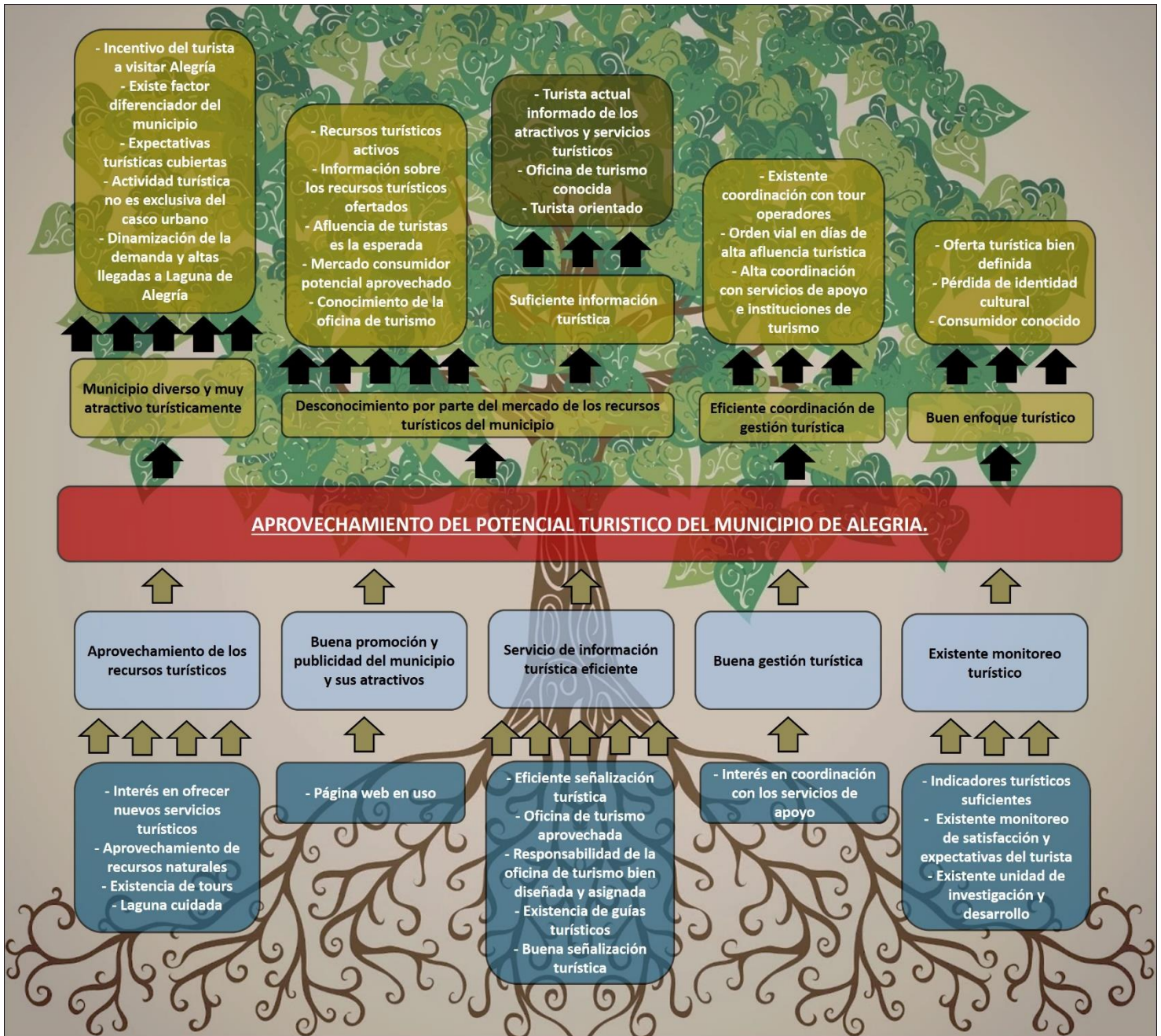


Ilustración 12 - Árbol de objetivos

Fuente: Elaboración propia

6.2. PLANTEAMIENTO GENERAL DEL PROBLEMA

Luego de haber realizado un análisis por medio de las diferentes etapas del marco lógico, se puede elaborar el planteamiento del problema describiendo el estado actual en el que se encuentra el municipio de Alegría y el estado deseado que se conseguiría con la realización del estudio.

Habiendo analizado los antecedentes, los involucrados y los intereses de los involucrados, se muestra a continuación el planteamiento general del problema analizando el estado actual y el estado deseado:

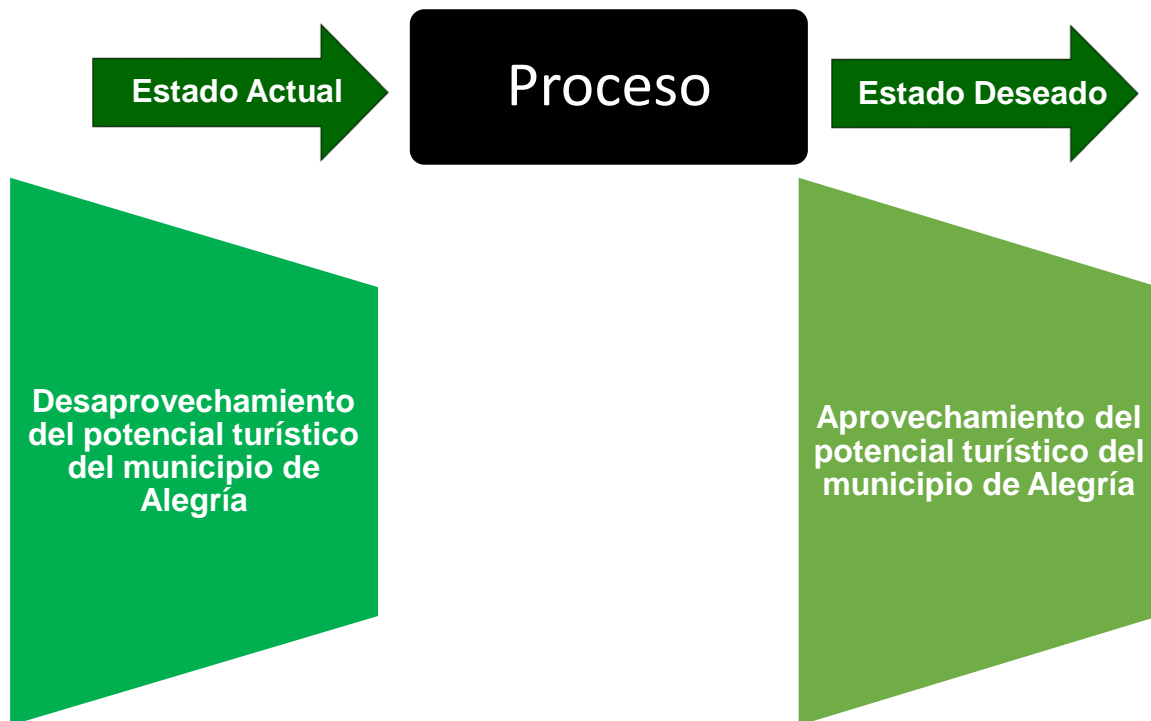


Diagrama 9 - Estado actual y deseado con respecto al turismo en el municipio de Alegría

Fuente: Elaboración propia

¿En qué medida la planificación del desarrollo turístico para el municipio de Alegría hará que los entes involucrados aprovechen los recursos turísticos para contribuir al desarrollo turístico del municipio?

A partir de lo expuesto anteriormente se puede concluir que el problema a resolver es:

“El municipio de Alegría actualmente no cuenta con un plan de desarrollo turístico integral con el cual se aprovechen de la mejor manera los potenciales turísticos con los que cuenta el municipio y de esta manera se contribuya al desarrollo del municipio”

7. CONCEPTUALIZACION DE DISEÑO

7.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

7.1.1. ANÁLISIS FODA

Para ordenar y presentar de una mejor manera la situación actual turística del municipio de Alegría se usa la herramienta de diagnóstico FODA, retomando aquellos elementos destacables que se identificaron y describieron la situación actual del municipio de Alegría, el inventario turístico y el estudio de mercado.

A continuación, se presenta de manera esquemática el análisis FODA, el cual se muestra mediante cuatro tablas separadas que describen los principales hallazgos del municipio de Alegría en cuanto a Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas:

FORTALEZAS

- Clima fresco de altura (temperatura media de 21°C durante el día) como factor diferenciador en la zona oriental del país. (temperatura media de 37°C en San Miguel, La Unión y Usulután durante el día).
- Cuenta con una laguna verde esmeralda debido al azufre de la actividad volcánica en el cráter del volcán Tecapa, única en su tipo en el país.
- Alegría ofrece variedad de servicios turísticos en el casco urbano (alojamiento, alimentación, viveros, artesanías.).
- Buena infraestructura vial de acceso al municipio.
- Reconocido destino turístico a nivel nacional e internacional.
- Cuenta con patrimonio histórico-cultural en el casco urbano del municipio (Iglesia, casa de Alberto Masferrer).
- Municipio calificado como tranquilo y seguro (bajo índice de delincuencia).
- La Laguna de Alegría es el principal atractivo con los turistas identifican al municipio.
- La Laguna de Alegría es un área natural protegida.
- El municipio cuenta con asociaciones gremiales con las cuales se pueden coordinar esfuerzos.
- Participación continua en la estrategia de Pueblos Vivos, en la cual se ha ganado en 2 oportunidades el primer lugar.
- Municipio posicionado y considerado como destino turístico de hecho.
- Atractivos naturales y equipamiento turístico mejor explotado respecto a competencia.
- Festividades con alto nivel de aceptación para municipio y visitantes.
- Concepto de destino turístico para toda la familia bien posicionado.
- Negocios identificados y conceptualizados en función de naturaleza del municipio.
- Existencia de tour operadores que ofrecen servicio hacia Alegría, especialmente a la Laguna de Alegría.
- Se mantienen estrechas y sólidas relaciones con el Ministerio de Turismo y otras entidades turísticas.

OPORTUNIDADES

- Apoyo de instituciones gubernamentales (MITUR, MARN, MAG, otras organizaciones).
- Latente posibilidad de ampliación en alternativas de servicios turísticos ofertados en el municipio.
- Mayor flujo turístico durante los fines de semana y en periodo vacacional.
- El AMSS es un mercado consumidor turístico potencial interesados en visitar el municipio de Alegría.
- La potenciación del turismo en Alegría es una alternativa para generación de empleo contribuyendo al desarrollo del municipio.
- Aprovechamiento del cultivo del café para el desarrollo de nuevas opciones de servicios turísticos.
- Los turistas potenciales del AMSS tienen entre sus preferencias el turismo de aventura y el turismo histórico cultural.
- Utilización de áreas amplias y naturales para diversificación en oferta turística.
- Potenciar sistema de información y guía turística en el municipio.
- La corta distancia entre el centro de Alegría y la Laguna de Alegría.
- Potenciar al Alegría como un municipio con excelentes vistas panorámicas.
- Realización de festivales musicales con artistas nacionales.

DEBILIDADES

- Desconocimiento de los turistas de los servicios de la oficina de turismo.
- Deficiente atención al turista por parte de la oficina de turismo.
- Monotonía de la oferta turística del municipio.
- Desinformación de los turistas con respecto a los atractivos turísticos del municipio.
- No hay esfuerzos orientados en el control y monitoreo de las necesidades y satisfacción de los turistas que visitan el municipio.
- Desmotivación del turista en utilizar el servicio de Alojamiento.
- Orientación turística con oportunidades de mejora.
- El municipio está relativamente lejos del AMSS.
- No hay promoción y publicidad del municipio ni de sus atractivos.
- Centro del municipio desordenado (puestos de venta y caos vehicular en días con alta afluencia de vehículos).
- Falta de cobertura del POLITUR en el municipio.
- Días lunes a viernes, afluencia de turistas baja.
- Atractivos naturales sin potenciar y explotar.
- Gastronomía sin factor diferenciador.
- Fincas y atractivos privados ociosos.
- Captación de mercado estancada.
- Los tours operadores se enfocan en viajes a la Laguna de Alegría y se descuida el casco urbano.
- Los servicios que prestan los tour operadores son de 1 día, es decir, el turista no puede hospedarse.

AMENAZAS

- Agresividad estratégica en materia de turismo de los competidores (ruta de las flores, Suchitoto).
- Municipios aledaños a Alegría (Mercedes Umaña, Berlín y Santiago de María) tienen altos índices delictivos y presencia de pandillas.
- Nuevos destinos turísticos emergentes.
- La situación económica nacional limita la práctica del turismo.
- No hay inversión del gobierno central en el municipio.
- La variabilidad climática y degradación ambiental genera el deterioro de la Laguna de Alegría, produciendo que esta se mantenga con bajos niveles de agua durante todo el año.
- Desinterés de las personas en practicar turismo debido al uso de tecnologías y la transculturización.
- Competencia indirecta y sustituta mermando demanda.
- Competencia fortaleciéndose en materia de capacitación y diversificación.
- Competencia potencia turismo con requerimiento económico muy bajo pero atractivo.

7.1.2. ESTRUCTURACION DEL PLAN

DEFINICIONES

- **DIRECTRIZ:** Conjunto de normas e instrucciones que se establecen o se tienen en cuenta al proyectar una acción o un plan.
- **LINEA DE ACCION:** Se conciben como estrategias de orientación y organización de diferentes actividades relacionadas con un campo de acción, de tal forma que se pueda garantizar la integración, articulación y continuidad de esfuerzos, de manera ordenada, coherente y sistemática.

En coherencia con el análisis del marco lógico y con el análisis FODA desarrollados anteriormente, se plantean a continuación 5 directrices estratégicas a desarrollar con sus respectivas líneas de acción.

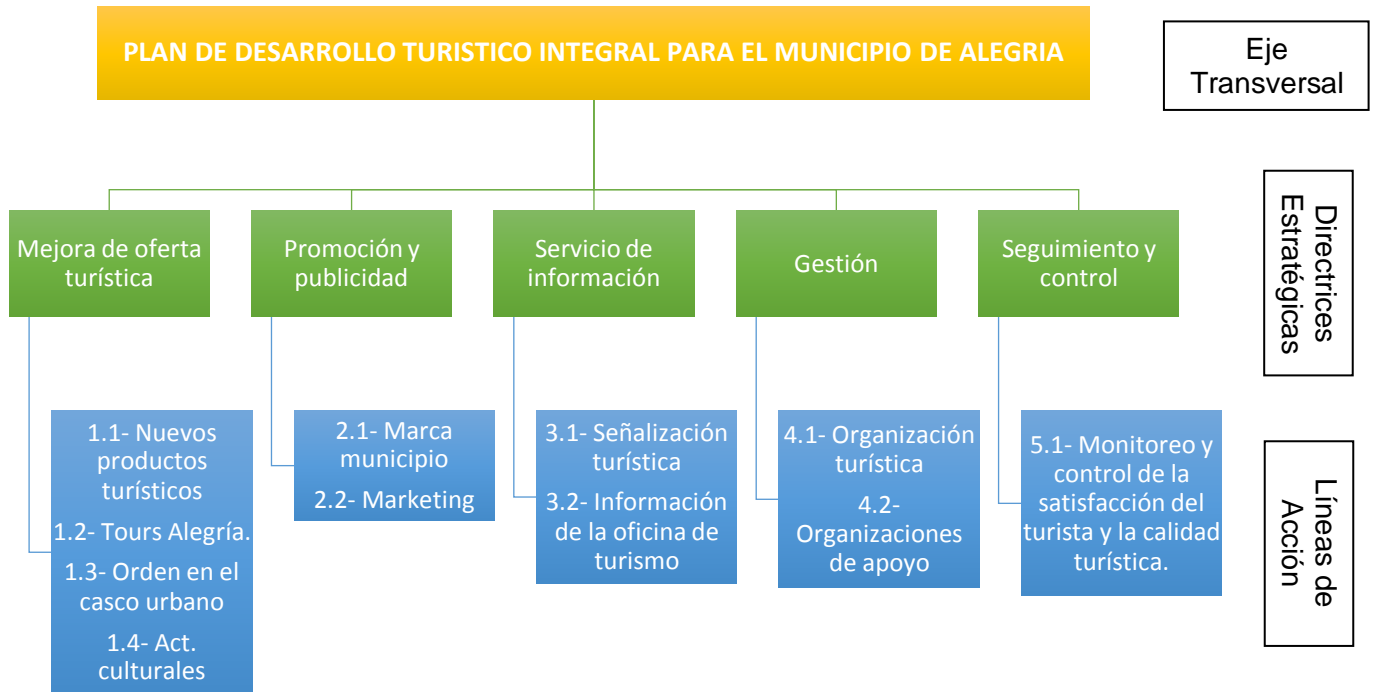


Diagrama 10 - Directrices estratégicas a desarrollar

Fuente: Elaboración propia

7.2. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS DIRECTRICES

El objetivo de la propuesta es un plan de acción que contribuya al desarrollo turístico en el municipio de Alegría de tal manera que se logre el aprovechamiento de los recursos turísticos con los que cuenta el municipio, potenciando el turismo y contribuyendo así al desarrollo local. Las directrices en las que tiene que estar enfocada el plan son 5; las cuales son: Mejora de la oferta turística, promoción y publicidad, servicio de información, gestión y seguimiento y control.

7.2.1. DIRECTRIZ MEJORA DE OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Alegría, como municipio, necesita la implementación de una nueva oferta turística que sea de agrado para los consumidores, de tal forma que aumente sustancialmente la afluencia turística al municipio; y por ende, la inversión que los turistas realizan en los negocios del municipio y esto contribuya al desarrollo de la localidad. Las líneas de acción a desarrollar en la directriz son:

- **Nuevos productos turísticos:** El propósito de esta línea de acción es la implementación de actividades que le den un valor agregado al municipio, haciéndolo más atractivo y tentador para los turistas y de esta manera incentivar al turista a visitar el municipio, tales como camping en la Laguna de Alegría, caminatas y senderismo a través del municipio, áreas de descanso y meditación, sobre todo en la Laguna de Alegría.
- **Tours Alegría:** Línea de acción enfocada en brindarle al turista un recorrido por el municipio, haciéndolo conocer cada uno de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio (Iglesia, museo, casa de Alberto Masferrer, Laguna de Alegría, senderos, miradores turísticos, etc.) aprovechando también a que el turista consuma cada uno de los servicios turísticos con los que cuenta el municipio (alimentación y alojamiento).
- **Orden en el casco urbano:** El aspecto de orden el municipio es importante, por lo que esta línea consiste en proporcionar una solución al tráfico vehicular y el estacionamiento en horas y días pico.
- **Actividades culturales:** Contempla la realización de actos culturales en días estratégicos, como lo son bailes, ferias, etc. como algo que le da valor agregado al municipio.

7.2.2. DIRECTRIZ PROMOCION Y PUBLICIDAD

La promoción y publicidad es un conjunto de técnicas integradas a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y espacio para comunicar los méritos del producto y lograr persuadir al público objetivo de los beneficios del mismo. Por tanto, es un factor primordial para el desarrollo de la industria turística, con el objeto de incrementar la actividad en este rubro y su aportación a la economía. Es por ello importante que Alegría muestre de alguna forma los recursos turísticos con los que cuenta para lograr atraer más turistas e inducir a la inversión local. La directriz contempla 2 líneas de acción:

- **Marca municipio:** Con ello se busca posicionar al municipio en la mente de los consumidores por medio de una marca, con el objetivo que el municipio tenga identidad a través de ella. Para la representación visual de la marca, se necesitará un logotipo y eslogan del municipio.
- **Marketing:** Línea de acción enfocada en el diseño de métodos de promoción y publicidad para que consumidores actuales o potenciales se enteren sobre los recursos turísticos con los que cuenta el municipio y este sea persuadido y se incentive a visitarlo. Tales métodos de promoción y publicidad involucran la difusión de la marca del municipio, elaboración y distribución de crípticos sobre el municipio de Alegría en lugares estratégicos, kioscos publicitarios en centros comerciales con promocionales tales como camisetas, gorras, etc.

7.2.3. DIRECTRIZ SERVICIO DE INFORMACION

Con el directriz servicio de información se pretende que el turista que visite el municipio este correctamente informado y orientado sobre los recursos turísticos que ofrece el municipio, actividades, etc. Dicha directriz contiene las siguientes líneas de acción:

- **Señalización turística:** El principal fin es orientar al turista, con ayuda de una adecuada señalización turística, rótulos informativos en los alrededores del municipio, etc.

- **Mejora de servicios de la oficina de turismo:** Es importante que el turista que visita el municipio de Alegría conozca la oficina de turismo y por medio de ella tenga una adecuada orientación, por ello, esta línea de acción pretende que haya un servicio de guía e información con respecto a los recursos turísticos que ofrece el municipio, sobre todo aquellos días y horas pico de actividad turística en el municipio.

7.2.4. DIRECTRIZ GESTION

El fin principal de la directriz es la organización en materia turística y la coordinación de con agentes de apoyo de la actividad turística en el municipio de Alegría. La directriz presenta las siguientes líneas de acción:

- **Organización turística:** Involucra la creación de un comité encargado de la administración turística en el municipio de Alegría.
- **Coordinación con organizaciones de apoyo:** Esta línea aborda elementos claves de apoyo para el buen desarrollo de la actividad turística del municipio tales como son la coordinación con instituciones gubernamentales en materia de turismo, empresas privadas (tour operadores), servicios de seguridad, salud, etc.

7.2.5. DIRECTRIZ SEGUIMIENTO Y CONTROL

El objetivo de la directriz es observar minuciosamente el comportamiento del consumidor, que tan satisfecho esta con su visita al municipio.

- **Monitoreo y control de la satisfacción del turista y la calidad turística:** Consiste en mantener en vigilancia al consumidor turístico de Alegría, con respecto a sus expectativas, grado de satisfacción, etc.; además de tener un registro del número de turistas que visitan el municipio, en que día y hora realizan la visita, que consumen. Además, esta línea estratégica aborda investigaciones de mercado que concluyan en índices que muestren los avances que se tienen en materia de turismo en el municipio. Finalmente, la línea estratégica aborda también la promoción de la investigación y desarrollo de productos y atractivos turísticos por medio del monitoreo del consumidor y la calidad del servicio turístico brindado

PARTE 3: DISEÑO

8. DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL

8.1. DIRECTRIZ 1: MEJORA DE OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Alegría, como municipio, necesita la implementación de una nueva oferta turística que sea de agrado para los consumidores, de tal forma que aumente sustancialmente la afluencia turística al municipio; y por ende, la inversión que los turistas realizan en los negocios del municipio y esto contribuya al desarrollo de la localidad. Las líneas estratégicas a desarrollar en la directriz son:

- **Nuevas actividades turísticas:** El propósito de esta línea de acción es la implementación de actividades que le den un valor agregado al municipio, haciéndolo más atractivo y tentador para los turistas y de esta manera incentivar al turista a visitar el municipio, tales como servicio de bicicletas hacia la Laguna de Alegría, camping en la Laguna de Alegría, caminatas y senderismo a través del municipio, sobre todo en la Laguna de Alegría.
- **Tours Alegría:** Línea de acción enfocada en brindarle al turista un recorrido por el municipio, haciéndolo conocer cada uno de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio (Iglesia, museo, casa de Alberto Masferrer, Laguna de Alegría, senderos, miradores turísticos, etc.) aprovechando también a que el turista consuma cada uno de los servicios turísticos con los que cuenta el municipio (alimentación y alojamiento).
- **Orden en el casco urbano:** El aspecto de orden el municipio es importante, por lo que esta línea consiste en proporcionar una solución al tráfico vehicular y el estacionamiento en horas y días pico.

8.1.1. DESCRIPCIÓN

Es importante para el municipio de Alegría fortalecer la actividad turística de manera que ésta sea identificada con la municipalidad y sea un fuerte referente para turistas que le visitan y estén por visitar. Una oferta ampliada respecto a lo que ya se ofrece, permitirá en función de las preferencias del mercado potencial y consumidor, captar una mayor cuota de turistas que contribuyan a la expansión de la actividad turística del municipio de Alegría.

Es por lo anterior que se propone una serie de componentes en forma de propuesta que van encaminadas a satisfacer necesidades de la municipalidad en cuanto a oferta turística que ofrecer y a la vez satisface temas de orden, fluidez y demandas de clientes basados en estudios de mercado anteriormente realizados.

8.1.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Crear una propuesta para la municipalidad de Alegría encaminada a satisfacer las necesidades en cuanto a oferta turística basada en el estudio de mercado hecho con anterioridad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Proponer nuevas alternativas turísticas para el municipio de Alegría.
- Diseñar la estructura funcional de las alternativas turísticas propuestas.
- Establecer lineamientos y marcos de acción para las alternativas turísticas propuestas.
- Establecer requerimientos mínimos necesarios para propuestas turísticas y de diseño propuestas.

8.1.3. COMPONENTES

8.1.3.1. LINEA DE ACCION 1.1: NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

8.1.3.1.1. PARQUE ECOTURISTICO LAGUNA DE ALEGRIA.

JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta, tiene su origen en base al recurso natural que posee el municipio de Alegría como lo es La Laguna de Alegría el cual, según previos estudios de campo permiten afirmar que es un recurso poco aprovechado, pero con mucho potencial de manera que el mercado consumidor afirma lograría potenciarse a través de diversificación y mantenimiento. En base a lo anterior, se genera una propuesta enfocada al potenciamiento del atractivo turístico La Laguna de Alegría (LDA).

PRODUCTO TURISTICO

El producto turístico radica en la implementación del servicio de camping en la Laguna de Alegría de manera integral de manera que se ofrezca al usuario una experiencia totalmente diferente y que no deje de lado aspectos importantes mínimos para asegurar a la persona seguridad y un buen servicio. Aunado a lo anterior, se propone un modelo de senderismo en La Laguna de Alegría el cual permita al turista visitante una caminata en el interior de los boscosos senderos del cráter del volcán hasta un punto final que brinde una vista impactante y panorámica, clima fresco que unidos den una experiencia atractiva y única a quienes lo realicen.

DEFINICIÓN DE TURISMO ECOLÓGICO.

Aplicado en un parque, el turismo ecológico o ecoturismo es un estilo del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros.

ESTRUCTURA

Los componentes de la presente propuesta se enuncian a continuación:

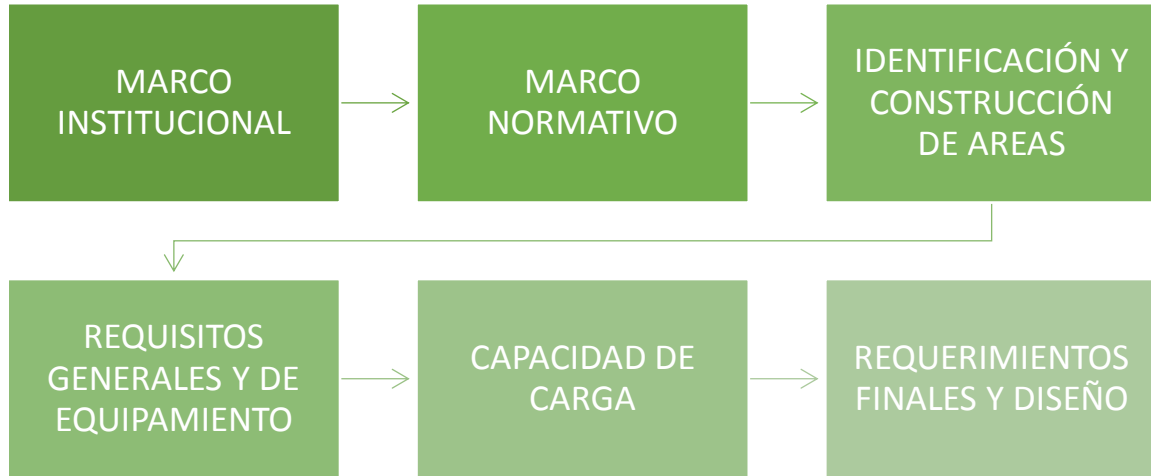


Ilustración 13 - Estructura de propuesta parque ecoturístico
Fuente: Elaboración Propia.

VISUALIZACIÓN DE LOS COMPONENTES

A) MARCO INSTITUCIONAL

En El Salvador existen diferentes instituciones a las cuales se les ha dado la autoridad de regular, prevenir y supervisar proyectos según el área de estudio.

Para el desarrollo de la propuesta camping y senderismo en la Laguna de Alegría, intervendrán no solo la Alcaldía municipal de Alegría, ya que también se considerarán instituciones de Medio Ambiente, turismo, accesibilidad, etc., presentadas en el siguiente apartado.

DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES DE LAS INSTITUCIONES QUE INFLUIRÁN EN EL PROYECTO.

Las funciones de las Instituciones que influirán en la estructura propuesta, se definirán en el siguiente cuadro; el análisis servirá para definir la importancia ambiental y jurídica del atractivo.

INSTITUCIÓN	FUNCIÓN	ILUSTRACIÓN
<p>MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES</p>	<p>Encargado por la protección, conservación y recuperación del medio ambiente así como el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones.</p>	
<p>ALCALDIA MUNICIPAL</p>	<p>Gestionar y administrar de manera óptima el recurso gestionando un buen servicio al usuario y un mantenimiento adecuado del recinto.</p>	
<p>MINISTERIO DE TURISMO</p>	<p>Encargado de proteger, resguardar y promocionar los ambientes naturales para reflejar la trascendencia del turismo en la estabilidad económica, política y social del país.</p>	
<p>POLICIA NACIONAL CIVIL</p>	<p>Brindar apoyo en materia de seguridad en el atractivo municipal.</p>	

Tabla 113 - Cuadro Resumen Marco Institucional

Fuente: Elaboración propia

B) MARCO NORMATIVO

En este apartado se recopilan las leyes de las Instituciones que están involucradas permitiendo conocer los lineamientos normativas a los cuales deben respetarse.

Estas surgen de cada institución involucrada con el medio ambiente, construcción, turismo, etc. dando los alcances y límites para el proyecto.

Dentro del análisis de la información legal se encuentran leyes y normativas las cuales regirán el diseño en áreas específicas como en la que se encuentra el terreno, dichos artículos estudiados y establecidos se respetarán en el diseño.

Para su mejor manipulación se presentará en un cuadro resumen, donde se indica el tipo de documento donde se extrajo (Ley, Normativa, Reglamento, etc.). Para posterior presentar una explicación del artículo con su apartado.

Ley/ Reglamento/ Ordenanza	Articulo
<p>LEY DE MEDIO AMBIENTE:</p> 	<p>Art. 21: Toda persona natural o jurídica deberá presentar el correspondiente Estudio de Impacto Ambiental para ejecutar las siguientes actividades, obras o proyectos. Literal l) Proyectos urbanísticos, construcciones, lotificaciones u obras que puedan causar impacto ambiental negativo.</p> <p>Art. 78: Créase el Sistema de Áreas Naturales Protegidas, donde su función principal es velar por la aplicación de los reglamentos y formular las políticas, planes y estrategias de conservación y manejo sostenible de estas áreas, promover y aprobar planes y estrategias para su manejo y administración y dar seguimiento a la ejecución de los mismos</p> <p>Art. 79: Los objetivos del Sistema de Áreas Protegidas; Literal b) Proveer y fomentar opciones para el estudio, la investigación técnica y científica, dar facilidades para la interpretación y educación ambiental y oportunidades para la recreación, esparcimiento y turismo.</p>
<p>LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS</p> 	<p>Cap. IV. Art.19: Las Zona de amortiguamiento en terrenos públicos o privados se determinaran en el Plan de Manejo del Área Natural Protegida, definirá su extensión y regulando las actividades productivas, de tal manera, que sean compatibles con el objetivo del a conservación de áreas.</p> <p>Art. 6: Literal c) Promover y desarrollar actividades de protección, conservación, restauración y manejo sostenible de recursos naturales contenidas en las áreas, incluyendo la Biodiversidad y la riqueza Genética. Literal g) Ejercer control de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, en la planificación, ejecución y seguimiento de proyectos de investigación, conservación, uso sostenible, desarrollo, educación ambiental, capacitación, divulgación y todos aquellos relacionados con las Áreas Naturales Protegidas.</p> <p>Art. 32: La educación ambiental en las Áreas Naturales Protegidas y sus Zonas de Amortiguamiento, deberá ser enfocada en los sectores de la educación formal, no formal e informal, dentro de un Programa especial que propicie cambios en la conducta de la población para la conservación de los recursos naturales y culturales.</p>
<p>LEY FORESTAL</p> 	<p>Art. 4: DECLARA DE UTILIDAD PÚBLICA la conservación e incremento de los recursos forestales, así como todas las actividades conducentes a dichos fines, tales como: h) ZONAS PROTECTORAS, RESERVAS FORESTALES y PARQUES NACIONALES, entre otros.</p> <p>Art. 14: Se prohíbe cortar, destruir, dañar o arrancar árboles o arbustos de los bosques, tierras forestales y de las zonas protectoras del suelo cualquiera que sea el régimen de propiedad a que estén sujetas, previa autorización de El Servicio para la explotación de los mismos.</p>

	<p>Art. 46: Zonas Protectoras y Reservas Forestales: Podrán efectuarse aprovechamientos en las zonas protectoras, teniendo en cuenta las condiciones particulares de cada predio.</p>
<p>LEY DE TURISMO</p> 	<p>Cap. II. Art. 8: Los Recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren al inventario turístico del país serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones. Los organismos y entidades sean estas Gubernamentales o no Gubernamentales que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier tipo de edificaciones, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de tales recursos y las de su ámbito de influencia para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructura que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas, dentro de las limitaciones que establezca el reglamento respectivo o las disposiciones del decreto que se dicte para establecerlas.</p>
<p>LEY DE SALUD</p> 	<p>Art. 56: El Ministerio por medio de los organismos regionales, departamentales y locales de salud, desarrollaran programas de saneamiento ambiental, encaminados a lograr para las comunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El abastecimiento de agua potable. b) La disposición adecuada de excretas y aguas servidas. c) La eliminación de basura y otros desechos. d) La eliminación y control de insectos vectores, roedores y otros animales dañinos. e) La higiene de los alimentos. f) El saneamiento y buena calidad de la vivienda y de las construcciones en general. g) El saneamiento de los lugares públicos y de recreación. h) La higiene y seguridad en el trabajo. i) La eliminación y control de contaminaciones del agua de consumo, del suelo y del aire. j) La eliminación y control de otros riesgos ambientales.
<p>LEY DE EQUIPARACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LOS PERSONAS CON DISCAPACIDAD</p> 	<p>Art. 2: Las personas con discapacidad tienen derecho a:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3. Facilidades arquitectónicas de movilidad vial y acceso a los establecimientos públicos y privados con afluencia de público. <p>Art. 12: Las entidades responsables de autorizar planos y proyectos de urbanizaciones, garantizarán que la construcciones nuevas, ampliaciones o remodelaciones de edificios, parques, aceras, jardines, plazas, vías, servicios sanitarios y otros espacios de propiedad pública o privada, que impliquen concurrencia o brinden atención al público, eliminen toda barrera que imposibiliten a las personas con discapacidades, el acceso a las mismas y a los servicios que en ella se presten.</p> <p>Art. 13: Los establecimientos públicos o privados, deben contar por lo menos, con un 3% de espacios destinados expresamente para estacionar vehículos conducidos o que transporten personas con discapacidad; estos espacios deben estar ubicados cerca de los accesos de las edificaciones.</p>

Tabla 114 - Cuadro Resumen Marco Normativo

Fuente: Elaboración propia

JUSTIFICACIÓN PERMISIBILIDAD DE REALIZACIÓN DE PROYECTOS EN ÁREAS NATURALES.

LEY DE AREAS NATURALES PROTEGIDAS

Autorizaciones

Art. 33. El Ministerio podrá autorizar a personas naturales o jurídicas para realizar actividades, obras o proyectos, compatibles con los objetivos de las Áreas Naturales Protegidas, sin perjuicio de cumplir previamente con los requerimientos establecidos en la Ley del Medio Ambiente.

DEL MANEJO DE LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

Objetivos de Manejo de las categorías

Art. 16. Los objetivos de manejo de las categorías de Áreas Naturales Protegidas son los siguientes:

- a) Proteger los ecosistemas originales de El Salvador.
- b) Proteger los espacios naturales y los paisajes de importancia local.
- c) Mantener los bienes y servicios ambientales
- d) Promover la Investigación científica
- e) Preservar las especies y la diversidad genética
- f) Proteger las características naturales y culturales específicas
- g) Contribuir al ecoturismo y la recreación
- h) Fomentar la educación ambiental e interpretación de la naturaleza
- i) Utilizar sosteniblemente los recursos derivados de ecosistemas naturales
- j) Mantener los atributos culturales y tradicionales
- k) Recuperar y restaurar los recursos naturales
- l) Contribuir a mejorar la calidad de vida de las poblaciones aledañas.
- m) Contribuir al desarrollo nacional y local.
- n) Armonizar la interacción entre la naturaleza y las actividades humanas.
- o) Disminuir la vulnerabilidad ante la ocurrencia de fenómenos naturales

C) IDENTIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE ÁREAS.

Antes de mencionar las áreas, se identificarán necesidades que se desglosan del diseño considerado para el Eco Parque Laguna de Alegría. Necesidades que van encaminadas a cubrir y facilitar las actividades y operaciones realizables en dicho lugar. Dicha tabla está estructurada de manera que puntualiza una necesidad que deberá ser suplida o se generará consecuencia de algún atractivo en el recinto, comentándose en qué manera estará suplida esta necesidad, o bien a través de que insumo y la cantidad destinada para finalizar con los usuarios que harán uso o consumirán el recurso.

PROGRAMA DE NECESIDADES PARQUE ECOTURISTICO LAGUNA DE ALEGRÍA				
NECESIDAD	ACTIVIDAD	ESPACIO	CANTIDAD	USUARIO
Energía	Alimentación	Cafetería Área de Picnic	1 a 3	Visitantes: Hombres/Mujeres/Niños Visitantes: Hombres/Mujeres/Niños
Reposo	Dormir	Área de Camping Cabañas	1 (Con espacio para 18 tiendas con capacidad de 1-3 personas) 3 cabañas con capacidad para 6 personas máximo.	Visitantes: Hombres/Mujeres/Niños Visitantes. Hombres/Mujeres/Niños
Calor	Elaboración de Fogatas	Área de fogatas	18	Visitantes. Hombres/Mujeres/Niños
Diversión	Caminatas	Senderos	6	Visitantes: Hombres/Mujeres/Niños
Registro y Control de Actividades	Administrativas	Dirección del parque	1	Directivos del parque: Hombres/Mujeres
Seguridad	Vigilancia	Caseta de Vigilancia	1	Seguridad del Parque
Permanencia de vehículos	Estacionar	Estacionamientos	1 (con 20 plazas)	Visitantes y empleados del parque
Diversión (niños)	Jugar	Área de Juegos	1	Visitantes: Niños de 3-12 años
Fisiológicas	-----	Servicios Sanitarios Servicios Sanitarios	2 2	Mujeres Hombres
Limpieza	Ducharse	Regaderas Regaderas	1 1	Mujeres Hombres

Tabla 115 - Programa de necesidades de Parque Ecoturístico Laguna de Alegría

Fuente: Elaboración propia

A partir del programa anterior, se procede a definir Áreas para cada necesidad mencionada; la estructura de la tabla responde a la denominación del área o zona, la sub-zona que es aquella existencia más concreta de lo que se encuentra puntualmente en esa área, espacios que contiene y comprende, la actividad destinada a realizarse en dicho espacio, el número de usuarios requeridos, mobiliario requerido aproximado, el tipo de iluminación con que contará, el área destinada en metros cuadrados, el número de espacios destinados, el subtotal en área y área total.

ZONA	SUB-ZONA	ESPACIO	ACTIVIDAD	# DE USUARIOS	MOBILIARIO	ILUMINACIÓN		ÁREA m ²	# ESPACIOS	SUB-TOTAL	TOTAL
						NAT	ART				
ADMINISTRATIVA	Edificio administrativo	Oficina del director del parque	Coordinar las actividades del parque	1	Escritorio (2) Sillas (4) Computadoras(1) Archivero (1)	x	x	14	1	14	42m ²
		Oficina de coordinación Parque.	Coordinar las actividades del parque	2	Escritorio (1) Sillas (2) Computadoras(1) Archivero (1)	x	x	14	1	14	
		Servicios Sanitarios	Higiene	2	Inodoro (1) Lavamanos (1)	x	x	3	2	6	
		Recepción	Recibir a los usuarios	1	Escritorio (1) Sillas (1) Computadora (1)	x	x	4	1	4	
		Conserjería	Limpieza	2	Botes de basura Bodega para insumos, parque y admón.	x	x	4	1	4	
CAMPING	Área para tiendas de campaña	Espacio para instalación de tiendas	Acampar	18	-----	x	-	18	18	324	559m ²
		Espacio para fogatas	Hacer fogatas	18	Elementos naturales: Troncos Rocas	x	-	4	18	72	
		Servicios Sanitarios	Higiene	4	Inodoros Lavamanos	x	x	7	2	14	
		Cabañas	Descanso	3	3 camarotes, 3 mesas por cabaña.	x	x	36	3	110	
		Abastecimiento	Guardar agua	Total de usuarios del parque	Tanque de captación de agua pluvial	-	-	30 y 9	2	39	
ÁREA RECREATIVA	Área de picnic	Áreas para días de campo	Comer	Usuarios del parque 85 máximo	Mesas para picnic	x		35	2	70	155m ²
	Cafetería	Cocina	Elaborar alimentos sencillos	2	Plancha Refrigerador Lavatrastos	x	x	10	1	10	
		Áreas de mesas	Consumir alimentos	30	Mesas 15 Bancas 30	x	x	20	1	20	
	Área de juegos infantil	Área de juegos infantiles	Jugar	15	Columpios 3 Sube y bajas 3 Gradas 1	x		20	1	20	
	Mirador	Mirador	Contemplar las vistas	5	Bancas 2	x		35	1	35	
COMPLEMENTARIAS	Senderos	Senderos	Caminar	Usuarios totales del parque	-----	x		30% del área total del terrero = 5,829 m ²			6,341 m ²
	Estacionamiento	Plazas de estacionamiento	Estacionar automóviles	Usuarios totales del parque	-----	x		12.5	40	500m ²	

Mantenimiento y seguridad	Cubículo de vigilancia	Proporcionar Seguridad al parque	2	Silla Mesa Sofá-cama	x	x	4	1	4	
	Cubículo boletería	Cobrar la entrada al parque	1	Caja registradora Mesa silla	x	x	3	1	3	
	Mantenimiento general del parque	Mantenimiento del parque	2	Mesa Escritorio Cubetas Escobas Tijeras de podar Palas Materiales de construcción Mangueras	x	x	5	1	5	
TOTAL :							17,987 m ²			

Tabla 116 - Cuadro de Áreas y espacios Parque Ecoturístico Laguna de Alegría (LDA)

Fuente: Elaboración Propia.

Un consolidado final de Áreas tomando en cuenta las áreas de la zona delimitada y tomando en cuenta el factor de seguridad en áreas donde directamente hay flujo y permanencia de personas, es el siguiente:

ZONA	ÁREA m ²	FACTOR	TOTAL PAR m ²
ADMINISTRATIVA	42	1.5	63
CAMPING	559	1.5	838.5
RECREATIVA	155	1.5	232.5
COMPLEMENTARIA	6,341	1.5	9,511.5
ÁREA NO INTERVENIDA DISPONIBLE	9,918.5	1	8798
TOTAL	19,443.5		

Tabla 117 - Consolidado áreas final

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS.

ZONA ADMINISTRATIVA.

OFICINA DE DIRECTOR.

Área destinada para la dirección del parque donde se deban llevar a cabo los procesos administrativos, estratégicos y operativos del parque.

OFICINA COORDINACIÓN PARQUE.

Área destinada para desarrollar actividades de planificación, administración y registros relacionado a atender usuarios externos de manera que se les facilite al mismos el esparcimiento y uso de las instalaciones.

SERVICIOS SANITARIOS

Área destinada a suplir necesidades básicas del usuario y empleado del Eco parque.

RECEPCIÓN

Espacio destinado para el recibimiento de usuarios, registro de los mismos para vender el servicio turístico que deseen, al tiempo que se le provea de la información necesaria para que éste pueda tomar una decisión acertada respecto al servicio requerido.

CONSERJERÍA

Área destinada para disponer de insumos y artículos para limpieza y mantenimiento de los recintos administrativos y naturales del parque, así mismo con acceso y estadía temporal en lapsos del día para personal de limpieza que en este caso denominaremos conserjes.

ZONA CAMPING

ESPACIO PARA INSTALACIÓN DE TIENDAS.

Área natural tropicalizada y destinada para los turistas usuarios que lleguen al parque la cual dispone de espacios para instalación de tiendas de campaña que brinden la experiencia de acampar al aire libre a la sombra de árboles a la intemperie.

ESPACIOS PARA FOGATAS.

Áreas destinadas para los usuarios que han hecho uso de las tiendas de campaña, esto es un complemento imprescindible de las tiendas ya que parte de la experiencia que se ofrece el acampar, es disfrutar del aire libre bajo propicias condiciones una condición es iluminación y calidez ante el clima en las afueras de las tiendas de campaña.

SERVICIOS SANITARIOS.

Áreas destinadas para servicios sanitarios específicamente para usuarios que se encuentren utilizando el servicio de camping o picnic, el objetivo de éstas áreas es lograr suplir necesidades básicas biológicas de los turistas.

ABASTECIMIENTO.

Áreas destinadas para fuentes de abastecimiento de agua para usuarios visitantes y empleados del recinto.

ESTACIÓN AGUA LAVADO

Área destinada a fuente de agua para aseo personal de usuarios.

AREA RECREATIVA.

ÁREA PICNIC.

Áreas destinadas a ser espacios abiertos con lo necesario para poder disfrutar de un día de campo por parte de los usuarios, llegar, instalarse, alimentarse, descansar, etc.

CAFETERIA.

Área destinada a brindar servicio de alimentación a usuarios visitantes a nivel de cafetería, alimentación que podrá catalogarse como básica, aunado a venta de insumos básicos necesarios de higiene personal y de uso diario.

ÁREA DE MESAS

Área destinada para mesas y bancas en las cuales el usuario pueda disponer, descansar y consumir alimentos.

AREA DE JUEGOS INFANTILES

Áreas de esparcimiento destinadas para existencia de juegos rústicos que involucran actividad física para usuarios de edad menor o igual a 12 años.

MIRADOR

Área destinada para esparcimiento, descanso y apreciación de vista a Laguna de Alegría para usuarios turistas que deseen hacer uso de él.

COMPLEMENTARIOS.

SENDEROS.

Áreas definidas para caminatas en alrededores del parque para usuarios turistas que deseen una experiencia de aventura y natural con el medio ambiente.

ESTACIONAMIENTO.

Áreas destinadas a parqueos de automóviles de usuarios turistas y empleados del recinto.

MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD.

Áreas en las que se contará con estructuras funcionales encargadas de dar mantenimiento en infraestructura y cuidado del área natural, brindar seguridad y orden al lugar tanto para empleados como para turistas y área de aseguramiento de recolección y cobro de entradas al parque.

8.1.3.1.2. DISEÑO DE ÁREAS.

UBICACIÓN DE LA ESTRUCTURA PRINCIPAL DEL PARQUE.

Importante aclarar que los siguientes escenarios son propuestas ideales las cuales presentan espacios abiertos entre áreas, sin embargo tales propuestas buscan primeramente un objetivo ilustrativo. En este sentido, la propuesta no involucra deforestación del recinto, y la adecuación a los espacios disponibles en la zona boscosa es el concepto que se busca implantar.

La zona especificada, cuenta con espacios abiertos que permiten el levantamiento de las pareas requeridas según distribución que se observará en posteriores secciones.

La estructura principal del parque está al Sur de La Laguna de Alegría, orientada de Éste a Oeste en las coordenadas aproximadas detalladas:

13°20'20.50"N 13°20'45.32" O, elevación 1298 m.

Aproximadamente el área ilustrada:



Ilustración 14 - Identificación área aproximada destinada para el proyecto

FUENTE: Elaboración propia con herramienta Google Maps

Considerando las áreas abiertas disponibles en éste sector y la boscosidad que caracteriza tal sector, se considera es idóneo para establecimiento de áreas de camping.

Puntualmente, el área destinada aproximada es la siguiente:



Ilustración 15 - Delimitación y cálculo de Área destinada al proyecto.

Fuente: Elaboración propia con herramienta Google Maps

Contando entonces con un área aproximada de 19,660 metros cuadrados para destinar a Eco Parque Laguna de Alegría.

Téngase en cuenta que el área comprende toda la zona de boscosidad para esparcimiento y caminata que no precisamente contendrá infraestructura.

8.1.3.1.3. ESPECIFICACIÓN DE ÁREAS PRINCIPALES.

AREA DE CAMPING.

El área en mención estará provista de 66 unidades de descanso denominadas áreas de tienda, las cuales deberán cumplir requisitos específicos para poder instalar tiendas provisionales de campaña, tal área está ubicada según plano de Plan Maestro Parque ecoturístico Laguna de Alegría.

El área destinada para ésta parte del Eco parque, es de 668 m² y cada unidad de descanso provisional tendrá capacidad para 2-3 personas.

El área especificada, se observa en plano “Parque Ecoturístico Laguna de Alegría Área de Camping”.

Contando con espacios de fogatas, servicios sanitarios regaderas y sistema de abastecimiento por captación de agua,

ÁREA ADMINISTRATIVA.

El área en mención contará con equipo requerido para mantener operativo un departamento de control y administración del parque en sí, contando con el espacio necesario para puestos de trabajo que tendrán los encargados del parque.

El área determinada para el lugar en mención es de 42 m². Las vistas aproximadas e ilustrativas se encuentran en el plano “Parque Ecoturístico Laguna de Alegría Área Administrativa.”

ÁREA RECREATIVA.

El área en mención está destinada a ser un espacio abierto y poblado e árboles de sombra cada 24 m² cada uno por lo menos, sin obstruir la partes destinadas a albergar juegos infantiles para esparcimiento y juegos.

Los juegos recreativos, como requisito deberán ser fabricados a base de recursos naturales y no perder el concepto natural que el parque debe conservar, para el caso deberán responder a “Maderas Duras”.

Maderas Duras.

Maderas duras: Proviene de árboles de crecimiento lento y hoja caduca. Son más pesadas y resistentes que las maderas blandas, ofreciendo mayores prestaciones de aislamiento térmico y de resistencia frente al agua.

Algunos ejemplos de las maderas duras más utilizadas:

- **Roble:** Madera dura y resistente. Existen muchos tipos de roble. Usos muy polivalentes en construcción de viviendas.
- **Fresno:** Destaca por ser una madera fácil de moldear bajo presión. Muy utilizada en chapados y contrachapados.
- **Olmo:** Una de las maderas con mejores prestaciones para la construcción de viviendas.
- **Caoba:** Madera bella, pero también cara, se encuentra en peligro de extinción. Muy utilizada en la construcción de muebles.
- **Castaño:** Madera dura cuyo uso está muy extendido en España, sobre todo en carpintería y elaboración de muebles.

- **Teca:** Está en peligro de extinción, en el mercado legal solo podemos encontrar productos de imitación a esta madera.
- **Cerezo:** Por sus características es ideal para usar en trabajos de interior.

El área total destinada para lo recreativo se ha determinado de: 355 m² entre juegos, espacios abiertos y senderos para caminata.

Las áreas pueden verse ilustradas y definidas en ubicación en plano “Parque Ecoturístico Laguna de Alegría Área Recreativa”.

ÁREA DE CABAÑAS.

El área en mención contará con un área destinada de 110 m² incluida en el área de camping sin embargo en ubicación diferente según se aprecia en plano “Parque Ecoturístico Laguna de Alegría Plan Maestro”.

El objetivo de crear éstas cabañas es proponer una opción al usuario el cual requiere la experiencia de pasar la noche en la naturaleza sin embargo por motivos de salud u otros propios que le impidan dormir a la intemperie en tiendas provisionales, puedan hacerlo en la seguridad de una cabaña, la cual no perderá el concepto de natural y deberá estar construida con lo ya definió “Maderas duras”.

El diseño definido para las cabañas puede apreciarse y observarse en plano “Plantas tipo Cabañas”.

VER EN ANEXO 6 los planos referenciados en la sección anterior.

VENTAS, SERVICIOS Y SOUVENIR

El presente elemento deberá ser sometido a licitación al público comerciante que quiera tomar la administración del mismo bajo las condiciones económicas financieras y políticas que la administración disponga.

D) REQUISITOS GENERALES Y DE EQUIPAMIENTO.

En la presente sección se presentarán los recursos inherentes e inolvidables requeridos para el funcionamiento del parque de tipo ecoturístico el cual destine funciones en función del camping y el esparcimiento.

Para la determinación de los requerimientos antes mencionados, se partirá de una base teórica oficial y aceptada usada en países cuyos fuertes turísticos figura el camping y la explotación turística de áreas naturales, para el caso, los requerimientos estarán apoyados en requerimientos de Ley de la ley de Medio ambiente y Ley de Áreas Naturales; así mismo se tomará de referencia el Reglamento Clasificación y Registro de Establecimientos de alojamiento Turístico denominados Residenciales Campings(Chile 2007). Así mismo se sentarán bases de diseño tomando referencia en Manual de Identificación y construcción de Áreas Camping (Bolivia 2003).

ESPACIO.

El espacio requerido puede variar según el tipo de servicio que se quiere brindar y la afluencia de turistas esperando al sector, para lo cual es importante inicialmente contar con un estudio de mercado que permita determinar las tendencias actuales y las futuras una vez implementado el proyecto.

Según estudio de mercado realizado en etapa previa, en base a preguntas en preferencia de actividades como camping en la Laguna de Alegría, en cuanto al potencial de la misma, se determinó que el 59.1% de las personas entrevistadas del mercado consumidor potencial y el 54.5% del mercado consumidor actual les gustaría participar de actividades como camping en el recinto.

A partir de los datos anteriores, se procede a tomar como base el tope máximo previendo un colapso en el sistema, evitando una capacidad de carga superada, a saber:

- Etapa Diagnostico, días pico la Laguna de Alegría es visitada por 87 personas.
 $87 \text{ personas} * 59.1\% = 51.66 \text{ personas.}$
- Considerando en mercado potencial según etapa Diagnostica, la cantidad de personas que tienen intención de realizar una actividad turística y pernoctar por una noche o más, responde al 34.5%
- $51.66 \text{ personas} * 34.5\% = 17.82 \text{ Personas aproximadamente } 18 \text{ personas.}$

En general se considera un adecuado funcionamiento administrativo a lo siguiente:

CAPACIDAD	MINIMO	MEDIO	MAXIMO
Número de Sitios o tiendas	15	30-40	70
M2 requeridos	3,000	4,000	8,000

Tabla 118 - Consideraciones mínimas para funcionamiento áreas camping

Fuente: Manual de Identificación y construcción de Áreas Camping (Bolivia 2003).

Según requerimientos especificados, se cumple la cantidad mínima para la cual mantener en operación el recinto; así mismo se cuenta con Área necesaria para destinar a Camping, observando los máximos y mínimos, a partir de acá vale la pena mencionar que el área determinada para camping es el necesario puntualizando cantidades exactas y según se observa en distribución de áreas, se cuenta aún con espacios no intervenidos en los cuales al ser necesario se podrá disponer de ello.

ACCESIBILIDAD

La ubicación del centro deberá considerar la cercanía a vías de acceso ya que resulta imprescindible que se minimicen los costos que implican los gastos en caminos, además se cuenta con sendas o áreas anteriormente utilizadas aunque de manera precaria permitirán economizar su habilitación.

Requerimiento anterior, cumplido en base a distancias que dividen casco urbano del municipio y Laguna de Alegría. Según se observa:

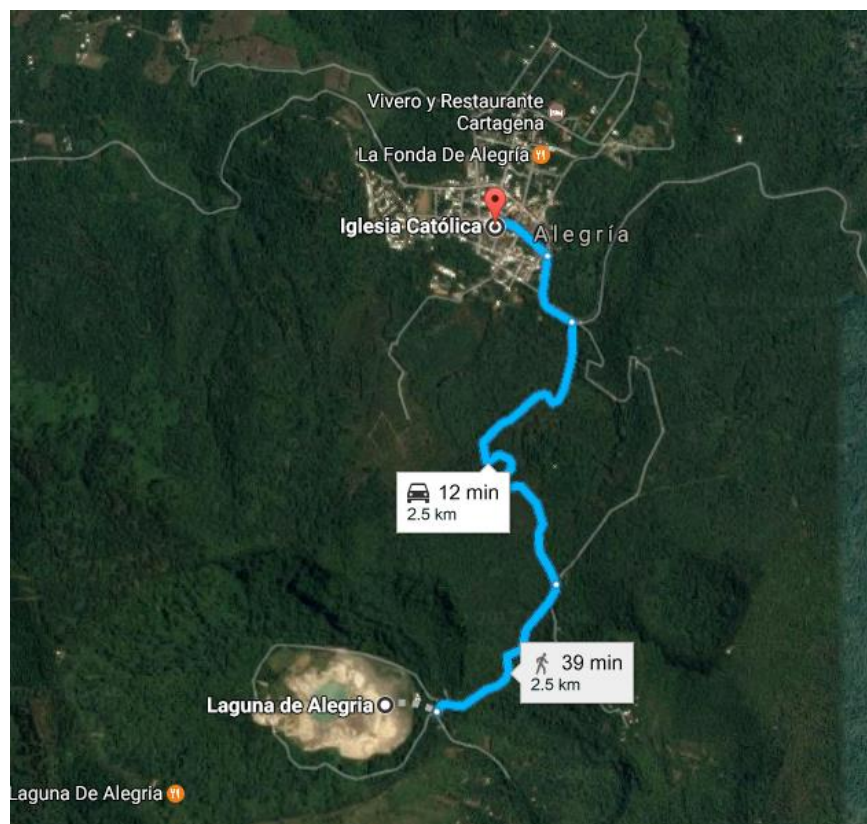


Ilustración 16 - Muestra Accesibilidad entre LDA y municipalidad

Fuente: Google maps

Distancia de 2.5 Km para un tiempo de 12 minutos en vehículo y 39 minutos a pie.

ZONIFICACIÓN.

Se entiende como zonificación a la identificación de áreas según actividades específicas a ser realizadas. Para el caso, éste requerimiento está cubierto en secciones descritas anteriormente llámesele: "Diseño de Áreas" y "Descripción de Áreas" en el cual se describen uno a uno las partes que componen el parque, áreas y finalidad de cada uno.

EQUIPAMIENTO:**UBICACIÓN.**

El área de Camping en general se considera en áreas perimetrales a zonas urbanas y preferentemente: en zonas rurales, en primera instancia está dirigido al turismo de aventura en regiones de potencial turístico que adolecen de servicios de hospedaje.

Por las limitantes en la dotación de servicios en áreas rurales y criterios de seguridad, es necesaria la construcción del camping cercana a estas poblaciones, considerándose ante todo la capacidad máxima, servicios y normas de seguridad. Ej. Cercanos a puestos policiales o entidades de gestión.



Diagrama 11 - Diagrama de relación en distancia de áreas y casco urbano y rural

Fuente: Elaboración propia

Para el presente requerimiento, se tiene cubierta la necesidad de cercanía a seguridad, partiendo del hecho de requerir en necesidades, el servicio de vigilancia y como segundo punto complementario, la distancia y accesibilidad que existe hacia el casco urbano y por ende a entidades de gestión.

SEÑALIZACIÓN:

Existen dos formas de señalización, una se la realiza en ruta y la otra en el área destinada a campamento. En ambas existe una similar simbología que se basa en la metodología de señalización.

Requerimiento abordado en directriz “Señalización Turística”.

DELIMITACIONES:

Las delimitaciones del área de camping se deberán realizar de preferencia físicamente, esto permitirá realizar cobros en lugares de acceso y salida, otorgar seguridad al visitante y proteger las propiedades de los vecinos cuando se instalan en los recintos.

Requerimiento cubierto, teniendo bien delimitadas estas áreas a través de espacios para parqueo y camping en diseño del plan maestro de parque Eco- Turístico.

INSTALACIONES ESPECIALES

ILUMINACIÓN.

Este tipo de servicio se realiza exclusivamente en lugares que cuentan con red pública. Para el caso de Parque Eco-Turístico, la experiencia vendida al usuario no incluye brindarle iluminación artificial si no, un encuentro directo y natural bajo las condiciones que ésta brinde y que se puedan tener de manera natural, con iluminación proporcionada por ellos mismos (lámparas, etc.) y fogatas.

Los únicos lugares que contarán con energía eléctrica, son aquellos destinados a actividades administrativas. Éstas podrán abastecerse a través del sistema de red que existe en las afueras del recinto.

PROPUESTA DE ILUMINACIÓN: USO DE ENERGÍA FOTOVOLTAICA

Para solventar la demanda energética del parque ecoturístico de Alegría, ya que en el terreno existe infraestructura eléctrica, se usará esta red eléctrica únicamente para el alumbrado nocturno de áreas exteriores. Para el consumo interno de cada construcción (cabañas) se usará la energía fotovoltaica. Así se convierte al parque en un lugar autosustentable con gastos mínimos eléctricos.

Este tipo de paneles tiene como característica la capacidad de convertir la luz solar en electricidad. Entre las ventajas de la energía fotovoltaica se tienen:

- Produce energía de manera local, lo que reduce la necesidad de líneas de transmisión de alto voltaje, en donde se pierde mucha energía.
- Es confiable a largo plazo. Sin partes móviles, los sistemas fotovoltaicos fijos duran más que otras fuentes de energía.
- Es limpia silenciosa y atractiva a la vista. Las plantas de energía solar no contaminan, no hacen ningún ruido y no se consideran feas.
- Pueden ser instaladas en prácticamente cualquier parte del mundo, ya que en todos lados hay sol.
- Crea energía limpia y renovable que ayudará a la salud de las futuras generaciones.
- Se crean buenos y nuevos trabajos que ayudan a la economía. De hecho, la energía solar crea más trabajo por megawatt que cualquier otra fuente de energía.
- Energía solar, sistemas fotovoltaicos, energías renovables, plantas de energía solar
- Se elimina la dependencia de energía, ya que se puede producir localmente.

Funcionamiento de los Paneles Fotovoltaicos

Los paneles fotovoltaicos: están formados por numerosas celdas que convierten la luz en electricidad. Las celdas a veces son llamadas células fotovoltaicas, del griego "fotos", luz. Estas celdas dependen del efecto fotovoltaico por el que la energía luminosa produce cargas positiva y negativa en dos semiconductores próximos de diferente tipo, produciendo así un campo eléctrico capaz de generar una corriente.

La irradiación solar es captada en las llamadas "horas sol pico", éstas horas se refieren a la máxima cantidad de luz solar que captan los paneles y varían dependiendo de la región del país, en la Cordillera del Bálsamo es de cinco horas. La mayor parte de El Salvador capta la irradiación solar en cinco horas sol pico.

Dependiendo de la necesidad de cada edificación, así se sujetará la cantidad de paneles solares, éstos serán de 200watts pico (Wp) por cada celda, aunque en construcciones como los módulos de baños, la cantidad de energía a utilizar es menor que las demás ahí se utilizarán paneles de 160 Wp. Estos paneles fotovoltaicos captan la luz solar convirtiéndola en energía y luego la conducen hacia un regulador de carga, convirtiendo los watts pico en vatios.

Aunque existen días nublados y días de lluvia, en estos días también hay irradiación solar, pero es mínima por lo que se hace necesario el uso de baterías, cada una de las baterías será alrededor de 12 vatios (v), así que la cantidad de éstas también dependen de las necesidades de cada edificación.

Luego de este proceso, la energía; que se capta en corriente positiva y negativa, pasa hacia un inversor que convierte los vatios a una corriente de 120 v, que es la que más comúnmente se usa en El Salvador, la cual llega hacia la acometida y al tablero domiciliario. Cada una de las construcciones poseerá su propio sistema de paneles solares.

Dimensionamiento del sistema

a) Determinación del recurso solar disponible

El potencial de radiación solar terrestre. La energía que recibimos del sol es más que suficiente para cubrir toda la demanda energética del mundo. En realidad, la energía que recibimos es 10000 veces el actual consumo de energía en el mundo.

Se define la irradiación como la cantidad de KWh que se pueden generar en relación a la radiación solar sobre 1m².

En la siguiente ilustración se muestra la radiación solar sobre El Salvador y se puede observar que el Municipio de Alegría posee un rango entre 4.93 y 5.16 KWh/m²/día

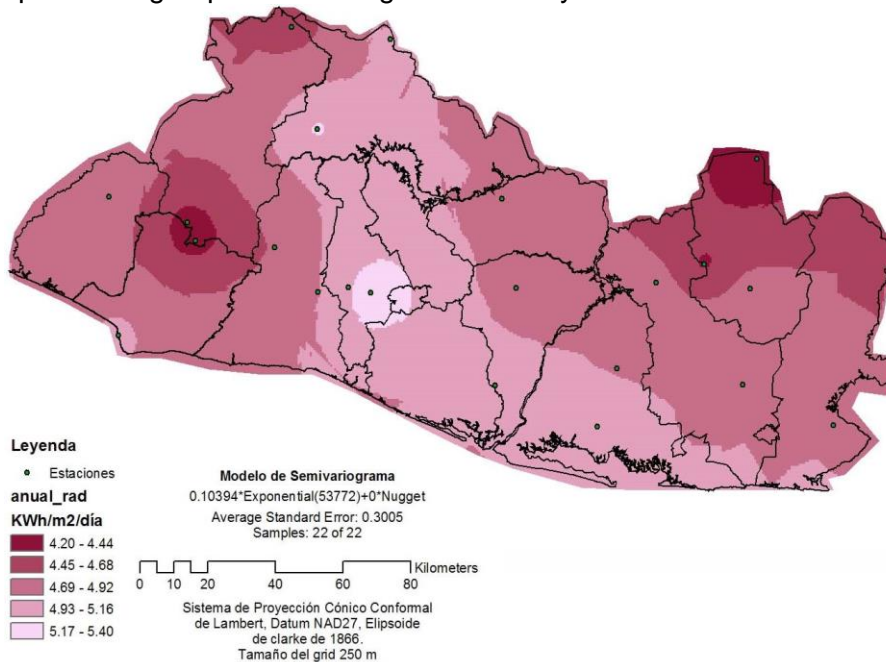


Ilustración 17 - Mapa de Radiación solar en El Salvador

Fuente: Centro Nacional de Energía de El Salvador

b) Determinación de la demanda energética

Zona administrativa: Computadoras

Zona de área recreativa: Plancha y refrigerador

Subzona de Mantenimiento y seguridad: Caja registradora

Puntos de luz: 12

Con lo anterior, se procede a realizar el cálculo para determinar los diferentes componentes del sistema fotovoltaico:

Zona/Subzona	Equipo	Cantidad (Unidades)	Potencia (W)	Uso diario (h/día)	Energía (Wh/día)
Administrativa	Computadoras	3	300	8	7200
Área recreativa	Plancha	1	1000	0.5	500
	Refrigerador	1	400	8	3200
Mantenimiento y seguridad	Caja registradora	1	100	8	800
Puntos de luz		12	20	3	720
Carga total diaria					12420

Tabla 119 - Carga total diaria en Wh/día requerido en el Parque ecoturístico de la LDA

Fuente: Elaboración propia

- c) Cálculo para el total de cargas en Corriente Continua**, para ello se utiliza un factor inversor del 1.2, es decir que, por las pérdidas de rendimiento del sistema, se toma un 20%, por lo que:

Carga total = Carga total diaria *factor inversor

Carga total = 12420 *1.2

Carga total = 14904 Wh/d

- d) Cálculo de la carga pico**

Zona/Subzona	Equipo	Cantidad	Potencia (W)	Energía (Wh/día)
Administrativa	Computadoras	3	300	900
Área recreativa	Plancha	1	1000	1000
	Refrigerador	1	400	400
Mantenimiento y seguridad	Caja registradora	1	100	100
Puntos de luz		12	20	240
Carga total pico				2640

Tabla 120 - Carga total pico en Wh/día requerido en el Parque ecoturístico de la LDA

Fuente: Elaboración propia

Consideraremos que la tensión del sistema será de 12 V, entonces se calcula la corriente en continuo con la siguiente fórmula:

Carga diaria de corriente = Carga Total / Tensión del sistema

Carga diaria de corriente = 14904 WH/ 12 V

Carga diaria de corriente = 1242Ah

Tomando en cuenta el factor de corrección (factor inversor) de 1.2, se tiene:

Corriente corregida = Carga diaria de corriente * factor inversor

Corriente corregida = 1242 Ah * 1.2

Corriente corregida = 1490.4Ah

Con la información que se muestra en Ilustración 1 en la que la radiación de la LDA se encuentra entre 4.93 y 5.16 KWh/m²/día, se procede a calcular la corriente pico del sistema, además considerando que las horas de irradiación solar en la LDA oscilan entre 4 y 5 horas.

Radiación solar total = Radiación solar * horas de irradiación

Radiación solar total = 5*5

Radiación solar total = 25

Por lo tanto, la corriente pico del sistema resulta:

Corriente pico del sistema = Corriente corregida / Radiación solar total

Corriente pico del sistema = 1490.4 / 25

Corriente pico del sistema = 59.62

Se toma el valor de la corriente pico del sistema 59.62 A, se revisa un catálogo de paneles para fijar los valores máximos de la corriente que generan los diferentes paneles solares

Sistema básico de 200 Wp, con batería de 200 Ah


<p>ESPECIFICACIONES Y REQUERIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conjunto solar de 200Wp. • Estructura metálica sobre techo. • Control de carga de 15 amperios/12VDC. • Banco de Batería Ciclo-Profundo de 200Ah/12VDC. • Caja de protección para la batería. • 6 focos LED/12VDC. • Salida tipo USB para carga de Cel. • Toma corriente hembra del tipo Banana para 12 VDC. • Inversor 110VAC/500Watts • Materiales de instalación. • Mano de obra

Tabla 121 - Paneles solares 200 Wp

Fuente: Catálogo Tecnosolar El Salvador

Número de Paneles Fotovoltaicos:

$$\text{Número de módulos} = 59.62A / 15A = 3.97 \approx 4$$

En total se necesitan 4 paneles fotovoltaicos, lo que representa una inversión de **\$1800.00**¹⁷

EQUIPAMIENTO ESPECIAL

Se considera equipamiento especial aquel servicio que se ofrece alternativo en la recreación y esparcimiento del lugar.

PRIMEROS AUXILIOS.

La Administración de Salud y Seguridad Ocupacional (OSHA), en la Norma CFR 1910.151, establece que los empleadores deben garantizar personal capacitado y con los recursos necesarios disponibles para brindar atención de primeros auxilios en los lugares de trabajo. A su vez OSHA establece lo dispuesto en la Norma ANSI Z308.1 como contenido mínimo para los botiquines de primeros auxilios en los lugares de trabajo.

El citado contenido consiste en los siguientes elementos:

- Compresas absorbentes.
- Venditas adhesivas.
- Cinta adhesiva.

¹⁷ http://www.asolanosolar.com/precios_fv/sistemas_solares_aislados

- Antiséptico.
- Tratamiento para quemaduras.
- Guantes de examen médico (de látex o nitrilo).
- Apósitos o gasas estériles, mínimo 7,5cm X 7,5 cm.
- Vendaje triangular, de tamaño mínimo 101 cm X 101 cm X 142 cm.
- Vendaje elástico mínimo de 2 pulgadas de ancho.
- Parche o vendaje ocular.
- Enjuague para lavado de ojos.
- Compresa en rollo mínimo de 2 pulgadas de ancho.
- Dispositivo de barrera para RCP.
- Adicional pero opcional, una compresa para aplicar frío.
- Camillas.
- Medicamentos de marca comercial de uso genérico para malestares comunes.

Botiquín básico a requerir:

MEDICINAS	EQUIPO Y OTROS	VENDAS
Alcohol	Pinza	Vendas
Algodón	Tijera para uso exclusivo	Venda de gasa
Tintura de Yodo	Agujas descartables	Esparadrapo
Jabón desinfectante	Mascarillas descartables	Gasa estéril
Sal de Andrews	Guantes descartables	Curitas
Sal oral rehidratante	Termómetro	Toallitas húmedas
Analgésicos	Baja lenguas	
Antisépticos (Betadine)	Manual de primeros auxilios	
Antiinflamatorios	Lista de teléfonos de emergencia	
Antiácidos	Aguja e hilo	
Antidiarreicos		
Tranquilizantes		
Crema para quemaduras		
Crema para picaduras		
Crema para lesiones		
Colirio monodosis		

Tabla 122 - Requerimientos primeros auxilios.

Fuente: Manual de clasificación y diseño Áreas Camping Bolivia 2003

DESCANSO.

Para el presente caso, se requerirá lo siguiente:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
TIENDA DE CAMPAÑA CAPACIDAD MAXIMA DE 3 PERSONAS	18
BOLSAS DE DORMIR (Éste debe ser un elemento de uso personal y exclusivo del usuario, sin embargo debe tenerse disponibilidad ante necesidades imprevistas).	18

Tabla 123 - Requerimientos para descanso Tiendas y bolsas de dormir

Fuente: Elaboración propia

LOCALES ADMINISTRATIVOS, INSUMOS Y PERSONAL REQUERIDO.**ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO**

Es uno de los elementos fundamentales para el éxito en la implementación del negocio, centro, etc., de su buen manejo se define su futuro funcionamiento razón por la cual se debe capacitar permanentemente a los recursos humanos.

Éste requerimiento ya está especificado en el programa de necesidades, y definidas funciones en Directriz de gestión y control.

SERVICIOS BÁSICOS.

Los servicios destinados a suplir necesidades biológicas, responderán al modelo de fosa séptica tal cual se manejan hasta el día de ahora, basados en la carencia de sistema de aguas residuales y potables en el lugar.

PROPUESTA DE DISEÑO DE DISPOSICION DE EXCRETAS

Para el diseño de la disposición de excretas del Parque Ecoturístico Laguna de Alegría se tomará de base al manual "Propuesta de reglamento técnico salvadoreño para el diseño y construcción de sistemas de letrinas sin arrastre de agua y manejo de desechos a nivel domiciliario en la zona rural" que la Asociación Salvadoreña de Ingenieros y Arquitectos (ASIA) elaboró en octubre de 2015 dirigido al Ministerio de Salud Pública de El Salvador.

Tipos de sistemas para disposición de excretas y desechos sólidos.

Las letrinas secas sin arrastre de agua constituyen una solución ambientalmente adecuada para el tratamiento y disposición sanitaria de excretas. Los tipos de letrina son las siguientes:

1) Letrina de hoyo: LH

Es una letrina de hoyo simple, que posee una taza sanitaria. La orina es infiltrada al suelo por medio de un pozo resumidero que se ubica a un lado de la letrina. Se instalan en sitios donde el nivel de agua debajo del suelo es profundo y permite la excavación del hoyo. La letrina funciona hasta alcanzar su nivel de relleno previsto para un mínimo de 10 años y un máximo de 15 años.

2) Letrina de doble cámara: LDC

Es una letrina que cuenta con dos tazas sanitarias y dos cámaras de desecación que se usan de forma alterna. La orina es conducida hacia pozos resumideros ubicados a los costados de la letrina. Es usada en sitios donde el nivel freático está cerca de la superficie, o en terrenos donde no se puede hacer excavaciones.

3) Letrina de doble cámara elevada: LDCE

Es una letrina que cuenta con dos tazas sanitarias y dos cámaras de desecación que se usan de forma alterna. La orina es conducida hacia pozos resumideros ubicados a los costados de la letrina. Se diferencia de la letrina de doble cámara en que posee una mayor elevación de las cámaras secantes debido a que es utilizada en zonas donde en época lluviosa o desastres naturales el nivel del agua sube causando inundaciones y que la extracción del material desecado se realiza por la parte superior de las cámaras.

4) Letrina solar: LS

Es una letrina de una sola cámara, posee taza sanitaria. La orina es conducida a un pozo resumidero ubicado a un costado de la letrina y las heces a un colector solar que acelera el proceso de desecación.

Descritos anteriormente los sistemas para disposición de excretas y desechos sólidos y haciendo un breve análisis de la naturaleza de la zona en la cual se requiere la construcción de las letrinas, se llega a la conclusión que la letrina ideal que se necesita es la **letrina de doble cámara**.

CARACTERIZACION DE LA LETRINA DE DOBLE CAMARA

✓ Componentes de la LDC

- 2 cámaras secantes,
- 2 compuertas para extracción
- 2 losas superiores
- 2 tazas sanitarias
- Urinario
- Caseta
- 2 pozos resumideros
- Gradas

✓ Criterios técnicos y dimensiones internas mínimas de la LDC

- Cámaras
 - Período de diseño de llenado de cámara: 1 año/cámara.
 - Volumen heces desecadas al interior de la cámara: 75 l/p x año
 - Forma: Rectangular.
 - Ancho: 0.75 m por cámara
 - Largo: 1.20 m
 - Altura mínima: 0.80 m
- Caseta, medidas internas mínimas
 - Altura (parte frontal): 2.0 m
 - Altura (parte posterior): 1.80 m
 - Ancho: 1.60 m
 - Largo: 1.20 m
 - Hueco ventana: 0.4x0.4 m
- Aleros del techo
 - Anterior y posterior: 0.30 m
 - Lateral: 0.20 m

✓ **Criterios para la ubicación de LDC**

Para la ubicación de LDC, deben cumplirse los criterios siguientes:

- a) Que exista riesgo de contaminar cuerpos de agua con otro tipo de letrina u otro tipo de sistema de disposición de aguas negras.
- b) Que las características del predio de la vivienda no permitan la construcción de otro tipo de letrina u otro tipo de sistema de disposición de aguas negras.
- c) La distancia mínima entre la letrina y líneas de colindancia será de 2.0 m. En caso contrario el delegado del Establecimiento de Salud correspondiente deberá evaluar cada caso para considerar la instalación de la misma.
- d) Para su localización, debe tomarse en cuenta el patrón de lluvia de la zona, a efecto de evitar al máximo la introducción de agua en su interior.
- e) Se deben instalar prioritariamente en zonas en las que el nivel de las aguas subterráneas se encuentre como mínimo a 1.00 m del nivel del suelo o en terrenos que no permitan excavación.

✓ **Criterios para construcción de LDC**

Para la construcción de LDC, deben cumplir lo establecido en los planos tipo correspondientes y los siguientes criterios:

- a) Se limpiará un área de 2.50 m de ancho por 2.50 m de largo para realizar el trazo y la nivelación del suelo en el terreno donde se ubicará la letrina.
- b) Cuando el suelo sea arcilloso, arenoso, u orgánico se realizará una excavación de 0.45 m de profundidad a partir del nivel de suelo de forma rectangular con dimensiones mínimas de 1.25 m de ancho y 1.85 m de largo.
- c) Cuando el suelo sea arcilloso, arenoso, u orgánico se realizará, compactación con suelo cemento 1:20. Partiendo de los 0.45 m de profundidad del nivel del suelo de excavación con una altura de 0.30 m como mínimo.
- d) La losa de fundación será de concreto reforzado de 210 kg/cm², y varillas de hierro de 3/8" en ambos sentidos a cada 0.15 m teniendo en cuenta las dimensiones mínimas de 1.80 m de ancho y 1.20 m de largo y espesor de 0.10 m y se colocará sobre el área compactada.
- e) Las paredes de las cámaras secantes tendrán un espesor mínimo de 0.10 m, se construirán de mampostería con refuerzo integral, considerando las dimensiones mínimas en rostros internos de pared igual a 0.75 m. de ancho y 1.00 m. de largo. La altura mínima de las paredes de la cámara será de 0.80 m. a partir del nivel de la losa de fundación; si las paredes son elaboradas de bloque de concreto, estos deberán ser rellenados con concreto.
- f) En las dos cámaras se asegurará el espacio para las compuertas para extracción de excretas desecadas de mínimo 0.40 por 0.40 m. elevada a 0.20 m. de la losa de fundación.
- g) La tapadera será de concreto de 210 Kg/cm², con acero de refuerzo de 6.35 mm, varilla de 1/4" en ambos sentidos a cada 0.15 m. la cual será empotrada en la compuerta de la cámara de 0.40 por 0.40 m. y dimensiones externas de 0.50 por 0.50 m. para garantizar el pegado y evitar filtración de humedad, esta deberá tener un espesor mínimo de 0.05 m., con un agarradero de varilla de hierro liso de 6.35 mm, varilla de 1/4" para facilitar la manipulación, ver detalle en planos tipo.

- h) Deberá considerarse un bisel al interior de la cámara, a partir de la losa de fundación, del mismo ancho de la compuerta con una pendiente del 45° ubicado a 0.20 m. de altura y con 0.20 m de largo; para facilitar para la extracción de las excretas desecadas.
- i) Las dos cámaras serán repelladas y afinadas en su interior y exterior.
- j) Para permitir el paso de la tubería de conducción de orina, se harán perforaciones a una altura mínima de 0.70 m respecto al nivel del suelo natural en ambas paredes laterales de las cámaras.
- k) La losa superior de cada cámara podrá ser prefabricada o construida “in situ”, ésta será de concreto reforzado de 210 kg/cm² con un espesor de 0.05 m. como mínimo, la losa deberá soportar las cargas aplicadas a esta.
- l) La taza sanitaria, el pozo resumidero y el urinario deberán cumplir con las especificaciones mencionadas en los apartados 5.6, 5.7 y 5.8 de este reglamento.
- m) Las gradas serán independientes a la letrina, se deben construir con una dimensión de 0.30 m de huella y 0.21 m. de contra-huella ancho mínimo 1.00 m considerando un descanso al frente de la puerta de acceso de mínimo 1.00 m por 1.00 m. El largo de gradas se ubicará frente a la puerta de la caseta y coincidirán con el nivel de la losa superior, deberá garantizarse la durabilidad, efecto antideslizante y acceso de las mismas.
- n) La caseta de la letrina deberá ser construida con mampostería con refuerzo integral u otro sistema que garantice la integridad estructural de las paredes, el material de la caseta será elegido considerando las condiciones climáticas de la zona, con especial atención en las zonas costeras. Tendrá una altura frontal mínima de 2.00 m de alto y posterior de 1.80 m de alto, el ancho frontal y posterior será de 1.60 m y largo 1.20 m; en una de las paredes (laterales) se deberá dejar un hueco para la instalación de una ventana mínimo de 0.40 m de ancho y 0.40 m de alto cerrada con celosía a una altura de 1.20 como mínimo; el hueco de la puerta tendrá las dimensiones mínimas de 0.70 m de ancho y 2.00 m de alto.
- o) La estructura del techo será de acero o madera tratada y la cubierta de lámina metálica u otro material adecuado; poseerá una pendiente mínima de 16% con caída hacia la parte posterior de la letrina y aleros frontales y posteriores de 0.30 m. y aleros laterales de 0.20 m.
- p) La puerta deberá tener unas dimensiones mínimas de 0.70 m de ancho y 1.80 m de alto, dejando un claro de 0.05 m. entre la puerta y la losa superior. Será metálica o madera tratada con estructura de acero, deberá protegerse con pintura anticorrosiva. Considerar la instalación de un pasador interno y uno externo. La puerta se sujetará a la pared con 2 bisagras. Las mochetas serán de un material duradero y protegido de la corrosión con especial atención a la zona costera del país.

✓ **Criterios de uso y mantenimiento**

Para el uso y mantenimiento de las LDC los usuarios deberán seguir las indicaciones establecidas en el manual elaborado por el MINSAL.

En caso de contratistas o desarrolladores de proyectos estos deberán incluir en sus proyectos un rubro de capacitación, las cuales se darán utilizando los procedimientos establecidos en el manual emitido por el MINSAL, cuyos costos de reproducción y realización de las capacitaciones a los usuarios correrá por cuenta del ejecutor del proyecto.

A continuación, se presenta una ilustración (ejemplificación) de la letrina de doble cámara:

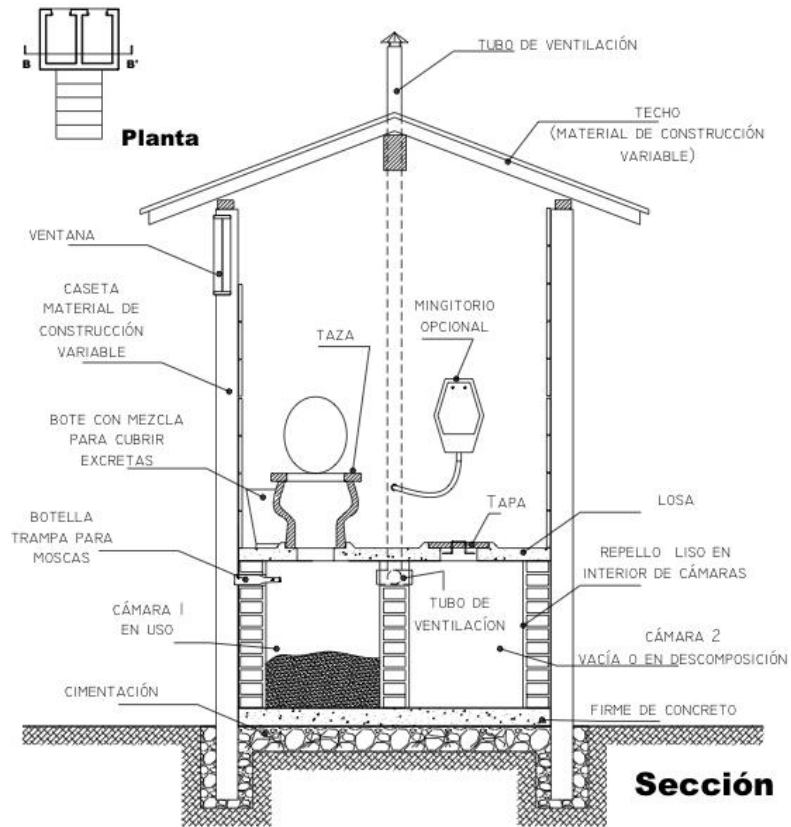


Ilustración 18 - Ejemplificación de letrina de doble cámara.

Fuente: Imágenes Google – Letrina de doble cámara

Teniendo en cuenta que la capacidad de carga del Eco parque Laguna de Alegría es de 142 personas y que el Ministerio de Salud de Perú en su manual programa de capacitación: curso para inspectores técnicos – Norma técnica de edificaciones S.200 recomienda que en los establecimientos de baños para uso público haya 1 sanitario por cada 100 personas, se determina que se requieren 2 sanitarios (letrinas) para en el Eco parque.

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS

Descripción	Cantidad	Costo (Aproximado)
Inversión		
Letrina de Doble Cámara	2	\$1,200.00
Mano de Obra	1	\$200.00
TOTAL		\$1,400.00
Periódicos (anuales)		
Mantenimiento	2	\$400.00
TOTAL		\$400.00

Tabla 124 - Requerimiento de recursos para diseño de disposición de excretas LDA

Fuente: Elaboración propia

ABASTECIMIENTO DE AGUA.

El presente requerimiento es de suma importancia, y para garantizar el abastecimiento de agua para necesidades básicas de aseo personal y varios que se requieran, se propone un sistema de captación pluvial.

Se recomienda se realice la instalación, manejo y adecuación según Guía Práctica de Captación de Agua Lluvia del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador, la cual se puede encontrar en la página web de la entidad en mención.

Puntualmente se propone una estructura de madera y Lámina acanalada para el sistema de captación de agua, la presente propuesta se basa en 3 tanques de captación dividido en dos zonas, uno para área administrativa y otra área compuesta de dos tanques para área Camping y parque.

Los detalles, especificaciones e ilustración se observan en plano “PROPUESTA SISTEMA DE CAPTACIÓN DE AGUA”.

Requerimientos y cálculos para tanques de captación de agua:

SISTEMA DE CAPTACIÓN DE AGUA LLUVIA EN LA LAGUNA DE ALEGRÍA PARA EL ÁREA DE CAMPING.

Para conocer el diseño del sistema de captación de agua para el área de camping, se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones, criterios y requerimientos:

- Debido a que no existe un registro bibliográfico de la cantidad de precipitación que cae mes a mes en la Laguna de Alegría, se usan 3 datos para su cálculo:
 - a) La cantidad de precipitación mensual y anual que cae en San Salvador (cuya referencia está en la sección clima, El Salvador de la página https://es.wikipedia.org/wiki/El_Salvador)
 - b) El porcentaje de precipitación que cae en San Salvador mensualmente con respecto al anual (calculado en base a los datos anteriores),
 - c) La precipitación que se presenta anualmente en la zona de Laguna de Alegría (que es de 1900 mm de lluvia y fue extraída del mapa de precipitación anual de la República de El Salvador del Informe de precipitación anual de la Republica de El Salvador, C.A. del MAG 2013).
- Para conocer la demanda de personas que realizarían camping, primero utilizando los datos de las personas que visitaron la Laguna de Alegría para el año 2015 (Tabla 25 de la etapa de diagnóstico del presente trabajo) y se multiplico por el factor 1.62 para diseñar el sistema con la demanda proyectada para 5 años (El factor resulta de la división 127,419/78,354 que es entre la demanda de turistas del año 2015 y la demanda de turistas del 2021 extraídos de la tabla 30 de la etapa de diagnóstico del presente trabajo) para luego multiplicarse por un factor del 20% (que resulta de multiplicar el 59.1% de personas del mercado de consumo potencial que les gustaría encontrar la actividad de camping en el municipio de Alegría y el 34.5% de personas del mercado de consumo potencial en el cual sus visitas turísticas duran más de 1 noche; estos datos fueron extraídos de la encuesta al mercado de consumo potencial de la etapa de diagnóstico del presente trabajo).
- Para conocer el requerimiento de consumo de agua mensual, se multiplico la demanda de personas que realizarían camping por el factor de consumo 10L de agua/persona.

Para simplificación de cálculos, se aproximaron los datos de la precipitación de Alegría, teniendo en cuenta 6 meses donde no habría lluvia (noviembre-abril) y 6 meses con lluvia (mayo-octubre).

- Los litros de agua lluvia almacenada, se calcularon multiplicando la lluvia asumida por un factor de 30 m² (número obtenido por iteración considerando los litros de agua requeridos para cubrir la demanda los meses que no haya lluvias)
- Para el cálculo del agua almacenada, se resta el consumo de agua de la precipitación caída durante el mes y a eso se le suma lo que quedo almacenado el mes anterior (para el primer mes, el almacenamiento es CERO).
- Se tiene que considerar que para el último mes en el que haya precipitaciones (de noviembre a abril), quede suficiente agua almacenada para cubrir la demanda de los próximos 6 meses. Dicha necesidad de agua, resulto ser de 37,704 litros.
- El almacenamiento empieza a contar desde el primer mes que se presentan las precipitaciones (mayo).

Toda la información anteriormente descrita, se resume en la tabla que se presenta a continuación:

Descripción	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	Total Anual
Precipitación San Salvador (mm)	190	322	304	297	325	220	35	7	5	3	8	60	1776
Porcentaje de lluvia anual	10.7%	18.1%	17.1%	16.7%	18.3%	12.4%	2.0%	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	3.4%	95.7%
Precipitación Alegría (mm)	203	344	325	318	348	235	37	7	5	3	9	64	1900
N° personas que visitan Laguna de Alegría (Actual)	1,395	1,020	826	1,164	473	494	671	1,068	2,783	1,425	2,034	3,656	17,009
N° personas proyectada a 5 años	2,260	1,652	1,338	1,886	766	800	1,087	1,730	4,508	2,309	3,295	5,923	11,520
Personas visitante con camping	452	330	268	377	153	160	217	346	902	462	659	1,185	2,304
Consumo de agua (10 L/persona)	4,520	3,305	2,676	3,771	1,533	1,601	2,174	3,460	9,017	4,617	6,590	11,845	23,040
Precipitación asumida (mm)	250	350	350	350	350	250	0	0	0	0	0	0	1,900
Litros que se almacenan con lluvia	7,500	10,500	10,500	10,500	10,500	7,500	0	0	0	0	0	0	57,000
Queda almacenado	2980	10175	17999	24728	33695	39595	37421	33960	24943	20326	13736	1891	---

Tabla 125 - Resumen datos necesarios para cálculos consumos de agua Zona Camping

Fuente: Elaboración propia

Basado en lo anterior, el diseño del sistema de captación de agua lluvia para la zona de camping de la Laguna de Alegría deberá contener:

- Para la época seca, las necesidades de agua resultaron ser de 77,704 litros, por ello lo ideal sería 1 Tanque de almacenamiento de 40,000 litros; pero debido a la dificultad para su adquisición, se proponen 2 tanques con capacidad para almacenamiento de 22,000 litros (correspondiente a un tanque con 3.00m de diámetro por 3.52m de alto).
- El área de captación de agua lluvia correspondería a 30 m².

SISTEMA DE CAPTACIÓN DE AGUA LLUVIA EN LA LAGUNA DE ALEGRÍA PARA EL ÁREA DE ADMINISTRATIVA.

Para conocer el diseño del sistema de captación de agua para el área administrativa, se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones, criterios y requerimientos:

- Se retomaron los datos de precipitación en Alegría de la tabla anterior.
- La demanda es de 3 personas (los empleados encargados del local de recepción de la Laguna de Alegría y los 2 encargados de actividades turísticas).
- Se toma el consumo diario de agua como de 15 litros de agua/persona o 45 litros en total por los 3.
- Se retoman los días que contienen cada uno de los meses.
- Para conocer el requerimiento de consumo de agua mensual, se multiplico el consumo diario por los días del mes.
- Para simplificación de cálculos (al igual que en la tabla anterior), se aproximaron los datos de la precipitación de Alegría (lluvia asumida), teniendo en cuenta 6 meses donde no habría lluvia (noviembre-abril) y 6 meses con lluvia (mayo-octubre).
- Los litros de agua lluvia almacenada, se calcularon multiplicando la lluvia asumida por un factor de 9 m² (número obtenido por tanteo para cubrir la demanda los meses que no haya lluvias).
- Para el cálculo del agua almacenada, se resta el consumo de agua mensual de la precipitación caída y almacenada durante el mes y a eso se le suma lo que quedo almacenado el mes anterior (para el primer mes, el almacenamiento es CERO).
- Se tiene que considerar que para el último mes en el que haya precipitaciones (de noviembre a abril), quede suficiente agua almacenada para cubrir la demanda de los próximos 6 meses. Dicha necesidad de agua, resulto ser de 8,145 litros.
- El almacenamiento empieza a contar desde el primer mes que se presentan las precipitaciones (mayo).

Toda la información anteriormente descrita, se resume en la tabla que se presenta a continuación:

Descripción	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	Total Anual
Precipitación Alegría (mm)	203	344	325	318	348	235	37	7	5	3	9	64	1900
Consumo de agua (15 L/persona)	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	360
Días del mes	31	30	31	31	30	31	30	31	31	28	31	30	365
Consumo mensual (litros/mes)	1395	1350	1395	1395	1350	1395	1350	1395	1395	1260	1395	1350	16425
Lluvia asumida	250	350	350	350	350	250	0	0	0	0	0	0	1900
Litros que se almacenan con lluvia	2250	3150	3150	3150	3150	2250	0	0	0	0	0	0	17100
Queda almacenado	855	2655	4410	6165	7965	8820	7470	6075	4680	3420	2025	675	---

Tabla 126 - Cuadro resumen datos precipitación pluvial, consumos y almacenamiento

Fuente: Elaboración propia

Basado en lo anterior, el diseño del sistema de captación de agua lluvia para la zona de camping de la Laguna de Alegría deberá contener:

- Para la época seca, las necesidades de agua resultaron ser de 8,145 litros, por ello se proponen 1 tanque con capacidad para almacenamiento de 10,000 litros (correspondiente a un tanque con 2.24m de diámetro por 3.1m de alto).
- El área de captación de agua lluvia correspondería a 9 m².

Para observar el detalle de la propuesta de captación de agua pluvial **VER ANEXO 6.**

SISTEMA DE ABASTECIMIENTO DE AGUA ALTERNATIVO.

La presente propuesta tiene por objeto ser una alternativa al sistema de abastecimiento de agua por captación pluvial.

Debido a las posibilidades que existen de un desabastecimiento por causa de no cumplimiento de pronósticos realizados dada la dependencia de lluvia, o bien un comportamiento diferente de la demanda; se prevé tal situación y se determina la siguiente alternativa de solución la cual está pensada para dos casos específicos:

- Desabastecimiento
- Necesidad de renovación de agua ante fenómenos de degradación o contaminación de la misma o del contenedor que la resguarda.

Para efectos de suavización de éste comportamiento se considerará necesidad de renovación cada 3 meses, por lo que se trabaja para 4 renovaciones en el año.

Se parte de las siguientes premisas:

- El máximo requerimiento de agua a abastecer o sustituir es de 1 tanque de captación de 22,000 litros y 1 tanque de captación de 10,000 litros; esto corresponde a la mitad de la capacidad definida para áreas de camping y para el área de oficina.
- El origen del agua a abastecer se transportará en pipa.
- El agua se tomará del sistema de abastecimiento de la Alcaldía municipal.

Del Decreto de Tarifas por los servicios de Acueductos y alcantarillados y otros El Salvador 2017 se tiene:

- Tarifa de acueducto para 22,000 litros = 22 m³ → 0.254 \$ /m³
- Tarifa mensual de alcantarillado para 22,000 litros = 22 m³ → \$1.8
- Tarifa de acueducto para 10,000 litros = 10 m³ → 0.21 \$/m³
- Tarifa mensual de alcantarillado para 10,000 litros = 10 m³ → \$0.10

M ³ xTarifa acueducto	Tarifa de alcantarillado	Factura Mensual
22*0.254= 5.58	1.8	\$7.38
10*0.21= 2.10	0.1	\$2.30
TOTAL FACTURA MENSUAL		\$9.68

Tabla 127 - Costo mensual por servicios de acueductos y alcantarillado El Salvador

Fuente: Elaboración propia

Precio en base a sondeo realizado en páginas de venta de servicios:

\$35 x8 M3	\$9xKm en pipa	Costo Total transportación
35*4= 140	9*5*4=180	\$320

Tabla 128 - Costo de transporte de abastecimiento de agua alternativo

Fuente: Elaboración propia

Lo cual para un año se tendría el siguiente costo, teniendo en cuenta que se requerirá el servicio un estimado de 4 veces en el año.

COSTO ABASTECIMIENTO DE AGUA	
COSTO POR AÑO	\$1,318.72
COSTO MENSUAL	\$109.89

Tabla 129 - Costo de abastecimiento de agua alternativo

Fuente: Elaboración propia

REQUISITOS MINIMOS REQUERIDOS PARA CAMPINGS.

A continuación, se presentan los requisitos mínimos generales a tener en cuenta para campings los cuales se deberán tener en cuenta durante funcione el centro turístico y a tener en cuenta ante cualquier cambio que en futuras ocasiones se realice.

REQUISITOS GENERALES Y DE EQUIPAMIENTO.

1. Un 15% de su superficie destinada a espacios libres, juegos o instalaciones de uso común, excluidas las circulaciones.
2. El 2% de la superficie del establecimiento deberá estar plantada con árboles, arbustos u otras formas de vegetación, adaptadas al medio natural del área.
3. Elementos de iluminación en los recintos de uso común.
4. Botiquín de primeros auxilios.

REQUISITOS ESPECIFICOS DE SUS INTALACIONES.

1. Acceso vigilado, con control de entradas y salida de personas y vehículos.
2. Recinto de recepción y administración donde se prestará servicio de encargos y entrega de correspondencia.
3. Estacionamiento general para un vehículo por cada sitio, dentro del recinto del establecimiento.
4. Los sitios para acampar estarán delimitados y cada uno dispondrá de una superficie mínima de 30 mts², excluida el área de estacionamiento.

E) CAPACIDAD DE CARGA.

Basados en la demanda calculada en etapa diagnostica, las áreas delimitadas y servicios definidos con limitantes establecidas, la capacidad de carga del recinto se define en la siguiente tabla:

VISITANTES TIPO	CANTIDAD
USUARIOS CAMPING	54 PERSONAS
USUARIOS CABAÑAS	18 PERSONAS
USUARIOS PICKNICK	70 PERSONAS
TOTAL CARGA	142 PERSONAS

Tabla 130 - Capacidad de carga

Fuente: Elaboración propia

Los usuarios anteriormente cuantificados, han sido calculados tomando en cuenta el caso extremo en que cada destino del recinto esté ocupado en su máxima capacidad, para el caso: Camping:

- Tiendas con el máximo de 3 personas cada uno.
- Cabañas con el máximo de 6 personas cada una.
- Espacios abiertos, recreación y áreas de pick Nick según demanda máxima calculada en días pico de flujo de usuarios.

F) BUENAS PRACTICAS DE ECOTURISMO Y DE DESECHOS

La presente guía tiene su base teórica fundamentada en el Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible del instituto Machupichu, Lima, Perú 2006.

La implementación de las Buenas Prácticas aquí propuestas, pretende corregir o mejorar la actual gestión operativa del Parque Ecoturístico Laguna de Alegría a fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante.

De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales del turismo sostenible:

- Mejorar la calidad de vida de la población anfitriona
- Brindar al visitante una experiencia de alta calidad
- Conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística: poblaciones locales, visitantes y empresas

PLANIFICACIÓN.

IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y/O IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES

En la operación turística se producen impactos positivos y negativos.

Los impactos negativos de la operación turística dependen, principalmente, de las características del lugar, del tipo de actividad que se realiza, del número de turistas, de la infraestructura disponible, de la accesibilidad y de los medios de transporte.

Es recomendable que se identifiquen los impactos respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Qué recursos naturales requiere la operación que se va a llevar a cabo? ¿En qué cantidades? Considere agua, energía, combustible, insumos para la elaboración de alimentos, uso de suelo.
- ¿Qué recursos naturales requiere la operación que se va a llevar a cabo? ¿En qué cantidades? Considere agua, energía, combustible, insumos para la elaboración de alimentos, uso de suelo (para infraestructura, senderos, áreas verdes), entre otros.
- ¿Cómo interactúa la empresa con el ambiente? ¿Qué impactos negativos se ocasionan? y ¿Cuáles se pueden evitar?
- ¿Qué subproductos y en qué cantidad genera la operación? Evalúe todos los procesos, desde la adquisición, transporte, manipulación, almacenamiento y controles de entrada y salida de los recursos hasta el producto final, incluyendo los subproductos. Considere residuos sólidos (basura), aguas residuales: negras (de inodoros) y grises (de lavaderos y duchas), ruidos, humos, alteración del paisaje, etc.
- ¿Qué tratamientos existen para disminuir los impactos negativos? ¿Están disponibles?

Independientemente de las operaciones efectuadas en el campo o la ciudad, si la empresa tiene oficinas, no olvidar el control del consumo de papel, agua, electricidad, generación de basura, preparación en caso de emergencias (sismos, incendios, inundaciones).

POLITICAS

POLITICA DE SOSTENIBILIDAD.

La política resume el compromiso de la entidad con respecto al ambiente y a la sociedad. Todas las acciones posteriores deben estar dirigidas a lograr el cumplimiento de una política de sostenibilidad.

La política debe documentarse, implementarse y comunicarse a todos (trabajadores, proveedores, clientes y comunidad), de lo contrario se corre el riesgo de que ella no cumpla su función y que los esfuerzos en definirla sean inútiles.

¿Cómo establecer la política de Sostenibilidad?

- Evaluar los principales impactos negativos ambientales y sociales que la operación genera. Identificar cuáles son los más peligrosos, priorizarlos y mencionar en la política el compromiso para controlarlos.
- La redacción debe ser breve y concisa para que se logre un documento entendible por todos. Traducirlo a los idiomas necesarios.
- Reunir al personal para definirla, que todos participen para que sientan la política como propia.
- Incluir un compromiso para cumplir las leyes ambientales, lograr la mejora continua y revisar los objetivos y metas.
- Comunicar a través de páginas web, material publicitario, “brochures”, en pizarras, vitrinas, “souvenirs” en las habitaciones, en los vehículos, etc.
- El personal debe comunicar la política a los clientes.
- Revisar y actualizar la política por lo menos una vez al año, así como la evolución de la empresa con respecto a los compromisos asumidos.

POLITICA DE SOSTENIBILIDAD SUGERIDA:

“En el municipio de Alegría se fomenta la conservación de los recursos naturales a través de buenas prácticas ambientales en las que se toma en cuenta la participación de todos, promoviendo el sano esparcimiento turístico a todo usuario sin comprometer el bienestar ambiental para ésta y las generaciones futuras”

La presente política incluye una serie de operaciones las cuales se describen en secciones siguientes.

PLAN DE ACCIÓN Y REGISTRO

Plan de acción es el documento donde se establecen los objetivos, metas y las acciones a seguir, los responsables y el presupuesto para lograrlos en un tiempo determinado. Los registros permiten verificar en el tiempo el cumplimiento de los planes.

Es muy importante tener por escrito los planes, acciones, cronogramas, objetivos y metas. Los documentos no tienen que ser complejos, mientras más simples sean, más fácil será su uso.

¿COMO ESTABLECERLOS?

- Analizar la situación inicial: dónde está la organización y a dónde se quiere llegar.
- Mientras más personal se involucre, será mejor.
- Para establecer los planes, objetivos y metas tome como base los compromisos de la política.

- Hacer planes de acción para cada área operativa y/o para cada objetivo o compromiso de la política.

Será necesario tener en cuenta y hacer lo siguiente.

1. Apuntar acciones hacia consecución de objetivos establecidos, para el caso serán:
 - Reducir la generación de basura y recolectar en un 100% la misma.
 - Clasificar y tratar basura recolectada según naturaleza.
 - Reducir consumo de agua y Luz.
 - Mejorar la satisfacción del turista a través de ambientes libres de contaminación sobre lo cual ellos también son partícipes.
2. Apunta acciones a metas concretas cuantificadas.
3. Asignar responsables de seguimiento a acciones encaminadas al cumplimiento de objetivos.
4. Se debe nombrar un coordinador, que establezca un vínculo con los trabajadores.
5. El coordinador debe tener cualidades como: liderazgo, experiencia, iniciativa, honestidad, facilidad de comunicación y preparación (de ser posible) en manejo de registros e indicadores.
6. Asegurarse que TODO el personal conozca y entienda la política, planes, objetivos y metas. En especial que cada uno sepa sus responsabilidades y la importancia de su participación.
7. Reunirse permanentemente con el personal para identificar las áreas o procesos que están generando problemas.
Empezar por proponer metas simples y fáciles de lograr. Incremente progresivamente la exigencia a medida que éstas se vayan alcanzando. No proponga metas inalcanzables
8. Controlar el cumplimiento de fechas límite y las acciones establecidas para cada plan de acción.
9. Revisar siempre el cumplimiento de los objetivos y las metas. Cuando no se logren, investigar qué pasó y reunir al personal para solucionar el problema.
10. Premiar el logro de los objetivos y las metas, especialmente la creatividad, iniciativa y participación de los trabajadores.
11. Se debe tomar en cuenta que los planes, objetivos y metas no son inflexibles, pueden ser revisados y ajustados.
12. Para hacer seguimiento de los planes de acción se debe elaborar registros.

REGISTROS.

1. Es preferible que se generen resultados per-cápita, es decir, la división de variables como luz, agua, basura, etc. entre el número de turistas (pernoctes en caso de hospedajes, pasajeros/día en tour operadores, etc.) y entre el número de días del mes.
2. Comparar los resultados per-cápita entre meses, años, áreas operativas y, de ser posible, con otras empresas similares.
3. Hacer y publicar cuadros estadísticos que puedan ser entendidos por el personal, los clientes y los proveedores.

REGISTROS PROPUESTOS:

- PARA MEDIR EL PESAJE DE BASURA.

FECHA	PROCEDENCIA	# USUARIOS	TIPO DE RESIDUO					PESO TOTAL	NOMBRE DE PROCESADOR
			ORGANICO	PLASTICOS	LATAS	PAPELES	OTROS		

- PARA CONTROLAR EL CONSUMO DE ELECTRICIDAD

FECHA	ÁREA	Nº DE PERNOCTES	CONSUMO (KW-h)	CONSUMO PER-CAPITA	RESPONSABLE	OBSERVACIONES

- PARA HACER MANTENIMIENTO

FECHA/HORA	UBICACION	INSTALACION	DAÑO ENCONTRADO	ACCIONES	RESPONSABLE

DELIMITACIÓN DE ACTIVIDADES Y ASEGURAMIENTO

Aspectos que se deben tomar en cuenta desde la concepción del establecimiento, campamentos, senderos, etc. hasta la construcción y ampliación, considerando las características propias del lugar.

En cuanto a Diseño:

1. Si se encuentra en un Área Natural Protegida se debe indagar qué actividades se pueden realizar, dónde y cómo operar responsablemente.
2. Contratar especialistas para hacer los estudios necesarios y ejecutar las obras en forma amigable con el ambiente.
3. La infraestructura debe estar pensada para temporada de lluvias y para prevenir: derrumbes, aluviones, etc.
4. Hacer una evaluación del impacto ambiental de las obras de construcción y/o ampliación.
5. Contribuir con el diseño a la revaloración del patrimonio cultural y natural de la región. Usar materiales locales y respetar la arquitectura de la zona.
6. En caso de construir en casonas antiguas, conservar y restaurar. No destruir para volver a construir.
7. Procurar tener edificaciones y campamentos que se mimeticen o “pierdan” en el paisaje. Preferir construcciones pequeñas. Modificar lo menos posible el lugar original.
8. Aprovechar la luz natural al máximo. Usar ventanas grandes, tragaluces y paredes con colores claros. Así se reducirá el consumo de energía.
9. No poner luces externas fuertes. Si no es posible evitarlo, instalarlas al menos a 50 cm del suelo y poner cercos vivos (plantas) que eviten la luz directa sobre los animales nocturnos.
10. Dentro de lo posible, tener en cuenta a visitantes discapacitados con requerimientos especiales (rampas, servicios higiénicos, etc.).

EJE AMBIENTAL

Este eje trata sobre la relación de la municipalidad con el ambiente, es decir, los seres vivos (animales, plantas, etc.), los no vivos (agua, aire, suelo, energía, etc.) y sus interacciones.

En este eje se incluye:

- Agua
- Consumo de energía
- Consumo de productos
- Manejo de residuos sólidos
- Emisiones atmosféricas

AGUA

Esta sección trata sobre el consumo de agua, y el tratamiento de aguas residuales.

El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y cada vez está más escasa. Es responsabilidad de todos cuidarla.

ACCIONES.

1. Sensibilizar y capacitar al personal sobre la importancia del agua y su correcto uso.
2. Detectar y controlar las áreas de mayor consumo. Instalar medidores.
3. Si no se tiene medidores de agua, calcular el volumen del tanque de agua multiplicando su área por la altura, y contar el número de veces que se llena en un mes. Multiplicando ambos números se tendrá la cantidad aproximada de agua consumida mensualmente.
4. Usar jabones que no requieren mucha agua para disolverse (espumas, jabones líquidos, entre otros).
5. Comprar inodoros de bajo consumo de agua o colocar una piedra o botellas de plástico en los actuales.
6. Establecer planes de revisión y mantenimiento. Capacitar al personal para detectar fugas, informar y/o dar solución al problema.
7. Llevar registros de consumo mensual de agua por áreas y listas de verificación de mantenimiento.
8. Colocar anuncios en las oficinas, habitaciones y/o servicios higiénicos para cerrar el caño, detectar fugas de agua, etc.
9. Instalar filtros para purificar y ablandar el agua.

AGUAS RESIDUALES (NEGRAS Y GRISES)

1. Usar productos naturales y/o biodegradables. No echar comida, aceites usados o sustancias corrosivas al desagüe.
2. No arrojar papel higiénico y en ningún caso toallas higiénicas o basura a la taza del inodoro.
3. Tratar por separado las aguas negras (desagüe del baño) de las grises (cocina, lavandería, duchas y lavamanos).
4. Para aguas negras instalar tanques sépticos y pozos de filtración. Éstos deben estar por lo menos a 50 metros de aguas subterráneas, ríos, lagos, etc.
5. Para zonas secas, con mucho sol y poca agua, se debe usar baños composteros, biodigestores, entre otros.
6. Las aguas grises pueden ser reusadas para regar plantas después de ser tratadas. Construir un desarenador o filtros a base de piedra pómez.
7. Si se encuentra cerca de pantanos o zonas contaminadas, poner carteles que señalen las zonas de riesgo para evitar accidentes.

CONSUMO DE ENERGIA

Esta sección trata sobre el uso de energía (eléctrica, fotovoltaica).

El consumo de energía es uno de los mayores costos de operación. El petróleo y el kerosene son contaminantes y escasos.

ACTIVIDADES

1. Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía.
2. Preferir calefacción y maquinaria a gas. Tener planes de prevención y manejo de emergencias contra fugas, incendios y explosiones.
3. En zonas frías evitar tener ventanas grandes y asegurarse de que todas las rendijas estén herméticamente cerradas.
4. Colocar avisos para mantener cerradas las ventanas y puertas para evitar pérdidas de frío o calor.
5. Usar fluorescentes y/o focos ahorradores. Instalar sensores de movimiento para prender y apagar las luces.
6. Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, gas, carbón, leña, petróleo, kerosene, gasolina y otros; listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento.
7. Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias, no dejar los equipos eléctricos prendidos, entre otros.
8. Apagar los monitores de las computadoras cuando no van a ser usadas por más de 2 horas. Ponerlos en estado de “suspensión” o apagar la pantalla.

CONSUMO DE PRODUCTOS

Esta sección trata sobre las compras de productos o insumos necesarios para dar servicios al turista.

Si los servicios son excelentes, pero se compran insumos de baja calidad, el turista no se irá satisfecho y se puede perder clientes; asimismo, aumentarán la basura y el gasto.

LINEAMIENTOS

1. No comprar más de lo necesario. Elaborar tablillas o listas de compras para cada tipo de comida que se planea servir.
2. Identificar y contratar a proveedores “ecológicos” (de productos orgánicos, biodegradables, amigables con el ambiente, etc.). Preferir aquellos que tienen algún tipo de certificación.
3. Preferir alimentos frescos y de producción local. Evitar alimentos envasados.
4. Antes de comprar revisar las etiquetas de los productos. Asegurarse de que todos los insumos o ingredientes son saludables.
5. No usar pinturas con plomo, preferir la azúcar rubia a la refinada.
6. Comprar al “por mayor”. Usar dispensadores y empaques que pueden ser reusables (de tela).
7. Usar canastas de compras y bolsa de papel y/u hojas de plantas en lugar de bolsas plásticas. Usar envases de vidrio y cartón.
8. Acordar con los proveedores para devolver y/o cambiar sus productos en caso de deterioro o vencimiento de fechas.
9. Regresar las medicinas obsoletas a la farmacia donde se compraron o llevarlas a al puesto del Ministerio de Salud más cercano para incinerarlas.
10. No usar aerosoles o “sprays”, preferir atomizadores que pueden ser recargados.

11. Usar papel reciclado, especialmente en las tarjetas de presentación, folletos y “brochures”.

MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS

Esta sección trata del manejo de los residuos sólidos (basura). Desde la generación, recolección, segregación, almacenamiento, reuso y reciclaje hasta la disposición final.

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente.

ACTIVIDADES

1. Sensibilizar y capacitar al personal para manejar la basura adecuadamente. Existen ONGs y entidades públicas que pueden dar charlas gratuitamente.
2. Informar a los turistas sobre la forma de botar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
3. Identificar en qué actividades se genera más basura.
4. Hacer concursos de creatividad con los trabajadores sobre la mejor forma de disminuir y reaprovechar la basura.
5. Colocar tachos con tapas de diferentes colores y con etiquetas para: 1) basura orgánica, 2) botellas plásticas 3) vidrio 4) latas, etc. Los recipientes pueden ser colocados en áreas que usan todos.
6. Ubicar los tachos en una zona fresca, de fácil acceso y evacuación, alejada de almacenes y zonas de manipulación de alimentos.
Imprimir sólo lo necesario. No imprimir en ambas caras para no arruinar la impresora. Colocar un contenedor de papeles para volver a usarlos (impresos por una cara). Reusar este papel para escribir notas, hacer libretas de apuntes, etc.
7. Colocar otro contenedor para papeles que ya fueron usados por ambos lados y que serán enviados al reciclador.
8. Los cartuchos de tinta son peligrosos porque contienen plomo. Recárguelos hasta 3 veces como máximo y después véndalos a recicladores especializados
9. En los servicios higiénicos colocar dispensadores de jabón líquido. Prefiera secadores de aire caliente o toallas de papel reciclado para las manos.
10. Hacer abono (compostaje) con la basura orgánica de la cocina y jardines.
11. Los recipientes de vidrio pueden reusarse para envasar mermeladas, como floreros, etc.
12. Vender las botellas plásticas a recicladores autorizados.
13. Verificar que los recicladores hagan un manejo adecuado de su basura.
14. Por ninguna razón echar la basura a los ríos y/o a la calle.
15. No quemar plásticos ni enterrar la basura inorgánica en zonas con vegetación, ni cerca de campos de cultivo.
16. Utilizar servilletas de tela en vez de papel.
17. Las pilas son peligrosas. Preferir las recargables; si no, usar alcalinas. Pedir a los turistas que regresen sus pilas usadas a su país de origen.
18. Almacenar las pilas usadas en una caja de madera o cartón. Periódicamente cubrirlas con cal para neutralizar los líquidos ácidos que puedan salir.
19. Encapsular las pilas con cemento. Usarlas como cascajo (piedras) para hacer bloques o construcciones.

EJE TURISTA.

Este eje brinda consejos para mejorar la satisfacción de los turistas y la manera de dar a conocer los esfuerzos por tener buenas prácticas.

El turista es la razón de ser de toda empresa, dar un servicio de buena calidad debe ser su objetivo prioritario para que los turistas estén contentos y nos recomienden en su país.

Se desarrollarán en este eje los siguientes temas:

- Satisfacción del turista
- Salud y seguridad
- Comunicación y participación

SATISFACCIÓN DEL TURISTA.

En esta sección se encontrará buenas prácticas para dar un servicio de calidad y mejorar la satisfacción de los turistas.

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o sobrepasar sus expectativas.

ACTIVIDADES Y LINEAMIENTOS

1. Hacerse las siguientes preguntas: ¿Quiénes son los clientes? ¿Qué necesitan? ¿Qué se les puede brindar además de lo que ellos han contratado?
2. Todos deben ser tratados como un cliente VIP (Very Important Person: persona muy importante).
3. Dar al turista más de lo que se le ofrece. Es preferible sorprenderlos gratamente con detalles que no fueron mencionados al momento de la venta.
4. Hacer que los clientes se sientan seguros durante los servicios. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
5. Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
6. Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.
7. Diseñar formularios para comentarios, quejas sugerencias. Es mejor dar opciones para marcar, evitándose así que el turista tenga que escribir mucho.
8. Enviar correos electrónicos pidiendo su opinión sobre los servicios recibidos.
9. Solicitar a los turistas, al personal y proveedores recomendaciones y sugerencias para mejorar.
10. Reunir al personal semanalmente para evaluar los comentarios.
11. Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

SALUD Y SEGURIDAD

Esta sección se refiere al cuidado del ambiente en que se opera y al bienestar de los turistas. La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los moradores locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias.

ACTIVIDADES

1. Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.

2. Identificar y controlar los riesgos durante los servicios.
3. Llevar un botiquín de primeros auxilios. Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo. Preferir la medicina natural
4. Prepararse para tratar infecciones estomacales, son comunes en los turistas.
5. En zonas andinas, prepararse para tratar males de altura. En la selva cuidar a los turistas de serpientes y arañas. Siempre tener oxígeno.
6. Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias (desastres naturales, incendios y explosión, evacuación, primeros auxilios, entre otras).
7. Conformar una brigada de emergencias, asignando responsabilidades específicas y equipos disponibles.
8. Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas.
9. Difundir las prácticas de higiene y buena salud, especialmente para los que manipulan alimentos. Conseguir carnés sanitarios para ellos en las postas de salud más cercanas.

COMUNICACIÓN Y PARTICIPACION

Esta sección da recomendaciones para involucrar al personal, turistas y otros interesados en las buenas prácticas.

No se conseguirá la mejora continua si no participan los trabajadores, proveedores, turistas y la comunidad en general.

ACTIVIDADES

1. Identificar la mejor forma de comunicar las buenas prácticas.
2. Predicar con el ejemplo. Usar productos de bajo impacto, por ejemplo: papel reciclado.
3. Comunicar la política de sostenibilidad, los códigos de conducta, las instrucciones de trabajo y los proyectos que se realicen.
4. Comunicar los resultados del manejo de basura (cuánto ha disminuido, lo que se recicla, etc.), consumo de agua, energía y otras buenas prácticas.
5. Hacer participar a los trabajadores encargándoles algún objetivo o actividad ambiental planificada.
6. Administrar honestamente las donaciones de los turistas. Informar a los visitantes sobre las necesidades básicas de las comunidades vecinas y señalar cómo se distribuirán sus donaciones.
7. Para comunicar usar páginas web, vitrinas (en patio de operaciones, salas de espera, recepción, etc.) y material impreso publicitario, “souvenirs” (“stickers”, polos, gorras, etc.).

REQUERIMIENTOS COMPLEMENTARIOS A POLITICAS Y BUENAS PRÁCTICAS.

PROPÓSITO	ARTICULO	CANT	MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
DE INVERSIÓN					
RECOLECTAR BASURA Y MANTENIMIENTO	BASUREROS CON SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE DESECHOS	18	UNIDAD	\$ 12.50	\$ 225.00
	CONTENEDOR DE DESECHOS SOLIDOS 800 LITROS	2	UNIDAD	\$ 234.00	\$ 468.00
	CARRETILLA RECOLECCIÓN	2	UNIDAD	\$ 31.50	\$ 63.00
	PALA	2	UNIDAD	\$ 4.25	\$ 8.50
INFORMACIÓN	LETREROS CONCIENTIZACION	8	UNIDAD	\$ 15.00	\$ 120.00
	PIZZARRONES INFORMATIVOS	2	UNIDAD	\$ 21.00	\$ 42.00
TOTAL APROXIMADO					\$ 926.50

Tabla 131 - Requerimientos de buenas prácticas ecoturísticas y manejo de solidos

Fuente: Elaboración propia

PROPÓSITO	ARTICULO	CANT	MEDIDA	PRECIO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
GASTOS FIJOS MENSUALES					
INFORMACIÓN	BROSHURES INFORMATIVOS	3	PAQUETES X100	\$ 11.50	\$ 34.50
	HOJAS VOLANTES	2	PAQUETES POR 50	\$ 9.00	\$ 18.00
LIMPIEZA	BOLSAS BIODEGRADABLES	3	PAQUETES X100	\$ 4.50	\$ 13.50
	CAL	5	LIBRA	\$ 1.25	\$ 6.25
	DETERGENTE	10	KG	\$ 1.75	\$ 17.50
	ROLLO DE PITA NYLON	0.5	ROLLO	\$ 1.50	\$ 0.75
MANTENIMIENTO	ABONO ORGÁNICO	2	KG	\$ 5.70	\$ 11.40
	ALAMBRE DE AMARRE	0.5	ROLLO	\$ 2.30	\$ 1.15
TOTAL APROXIMADO GASTO MENSUAL					\$ 103.05

Tabla 132 - Gastos fijos mensuales buenas practicas ecoturísticas y manejo de desechos

Fuente: Elaboración propia

G) REQUERIMIENTOS FINALES Y DISEÑO.

CONSTRUCCIONES

i. Mirador en la parte más alta del Volcán Tecapa

La vista panorámica que ofrece la parte más alta del cráter del volcán Tecapa es de muy amplio espectro ya que desde allí se puede observar la bahía de Jiquilisco y otros sectores llamativos y vistosos del oriente de El Salvador, a partir de ello, se propone la realización de una estructura que incluya un espacio donde turistas y visitantes puedan alquilar el uso de instrumentos ópticos como lo son los binoculares por medio de un valor relativamente accesible. Entre tanto, en la siguiente imagen se puede apreciar básicamente la estructura, que sería muy similar a la que se propone como un nuevo tipo de mirador turístico ubicado en la parte más alta del volcán Tecapa.



Ilustración 19 - Estructura mirador turístico con alquiler de telescopio y binoculares

Fuente: www.cesnatur.com

Datos del Mirador:

Área: 2mx3m

Altura desde el suelo hasta la parte superior del mirador: 3.10m

Elaborado de madera de pino

Se cuenta con 8 telescopios

Incluye alquiler por persona de:

- 1 Telescopio, 0.5h (30 minutos) c/telescopio, \$1 c/telescopio

Para ambos tipos de alquiler, se necesitará la documentación personal del solicitante.

Características de los instrumentos ópticos:

- Telescopio:

Celestron SkyMaster Giant 15X70 con trípode \$67.89

Se propone el alquiler de telescopios en mirador, se toma como parte de inversión de infraestructura ya que serán fijos en el lugar; así mismo se propone alquiler de binoculares en área administrativa para usuarios que realizaren caminatas.

Las especificaciones de éstos últimos son:

8 Celestron SkyMaster duo mini \$41.90

Alquiler de 1 binocular, 0.5h (30 minutos) c/u, \$1 c/binocular

Requerimientos de construcción del Mirador:

Madera de Pino 80 Varas, \$138.4

Mano de Obra: 3 operadores \$13 por día c/u, Total: \$39.00

Resumen requerimientos Mirador

Equipo, mano de Obra y materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Equipo:			
Binoculares celestron	8	\$ 41.90	\$ 335.20
Materiales:			
Tablas Madera de pino	80 (varas)	\$ 1.73	\$138.40
Clavos	4(lb)	\$0.48	\$ 1.92
Mano de Obra:			
Mano de Obra	3 operadores	\$13 por día c/u (3 días c/u)	\$117.00

Tabla 133 - Resumen requerimientos y costos de Mirador Turístico Volcán Tecapa

Fuente: Elaboración propia

ii. Puesto de venta de comida en la Laguna de Alegría

Servicios que se pretende brindar con el puesto de venta:

- Desayuno y almuerzo con bebidas incluidas todos los días
- Alimentos varios y productos empacados

Se subcontratará una empresa cuyo giro sea elaboración, venta y distribución de productos alimenticios para poder brindar los servicios que se requieren en el puesto de venta y llevar a cabo la administración del mismo.

A continuación, se muestra una ilustración del puesto de venta:

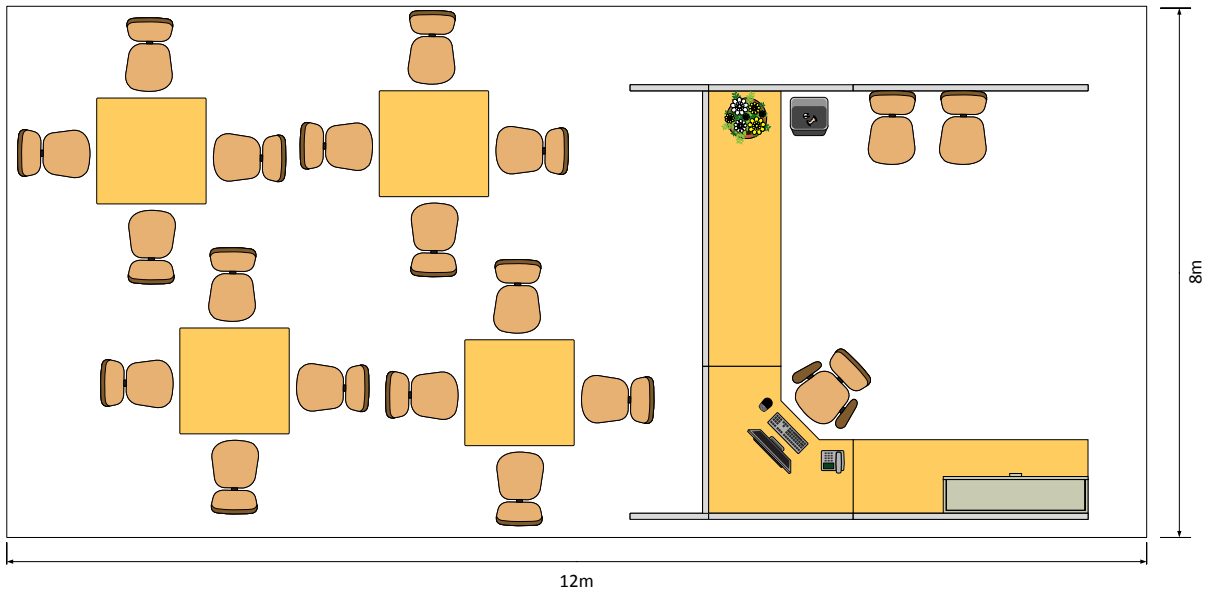


Tabla 134 - Diseño Puesto de Venta en la Laguna de Alegría

Fuente: Elaboración Propia

REQUERIMIENTOS PARA EL PUESTO DE VENTA

Equipo y Materiales	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Equipo:			
Licuadora	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Refrigerador	1	\$299.00	\$299.00
Microondas	1	\$ 89.00	\$ 89.00
Cafetera	1	\$ 59.00	\$ 59.00
Computadora	1	\$479.00	\$479.00
Impresora	1	\$ 29.00	\$ 29.00
Mobiliario:			
Sillas	18	\$ 40.00	\$720.00
Mesas	4	\$ 60.00	\$240.00
Mueble interno del puesto	1	\$ 80.00	\$ 80.00
Silla interna del puesto	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Total			\$2110.00

Tabla 135 - Requerimientos para el puesto de ventas

Fuente: Elaboración propia

DISEÑO FINAL LAGUNA DE ALEGRÍA

El diseño completo final de parque Eco-Turístico Laguna de Alegría se observa en plano "Parque Ecoturístico Laguna de Alegría Plano de Planta" (VER ANEXO 6).

REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL

AREA ADMINISTRATIVA DE PARQUE					
DESCRIPCION	MATERIAL	ÁREA (m²)	UNIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Paredes	Bloques de cemento	63		\$ 3.00	\$ 189.00
Ventanas	Ventanas de paleta celosía		2	\$ 65.00	\$ 130.00
Piso	Concreto alisado cemento Portland	12		\$ 8.39	\$ 100.68
Techo	Lámina ZincAlum (5 x 1) m		4	\$ 25.75	\$ 103.00
Puertas	Madera		1	\$ 35.00	\$ 35.00
Mano de obra				\$ 90.00	\$ 90.00
Lámparas			2	\$ 30.00	\$ 60.00
TOTAL					\$ 707.68
ÁREA DE ESPARCIMIENTO, RECREACION, CABAÑAS Y CAMPING					
DESCRIPCION	MATERIAL	ÁREA (m²)	UNIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Juegos infantiles	Bases de concreto Cemento Portland N°1.	20		\$7.28	\$145.60
	Costanera 3"x6"X 6 varas		15	\$0.74	\$11.10
	Cuerda de 1 ½" Nylon		100 m	\$0.37	\$37.00
Áreas Camping.	Agregados Grava		15m3	\$34.91	\$523.65
	Agregado Fino Arena		7m3	\$15.40	\$107.8
	Manejo Arbóreo (5)		2 días	\$10.62	\$106.2
Explanación Terreno	Madera común riostra 6 varas		60	\$0.54	\$32.40
	Estacas 6" hierro		¼ qq	\$53.95	\$13.48
	Niveles		10	\$1.39	\$13.90
Llenos Compactación	Arenilla		20 m3	\$15.40	\$308.00
Bancas	Bancas tipo Prisma		20 u	\$19.03	\$380.60
	Anclajes epóxidos		34 u	\$0.37	\$12,58
	Concreto de 21 MPa		6 bols.	\$7.28	\$43.68
	Mesa concreto Circular.		5 u	\$24.7	\$123.50
Cabañas (Materiales para las 3 requeridas)	Madera de Pino vara 1"X4" x 4 varas		1,200	\$7.00	\$8,400.00
	Techo duralita		36	\$20.00	\$720.00
	Ventana celosía		9	\$65.00	\$585.00
	Puerta madera		3	\$35.00	\$105.00
Mano de obra				\$900.00	\$900.00
TOTAL					\$ 12,569.49
TOTAL OBRA CIVIL					\$ 13,277.17

Tabla 136 - Requerimientos aproximados de obra civil,

Fuente: Elaboración propia con datos de CASALCO y fuentes varias

8.1.3.2. LINEA DE ACCION 1.2: TOURS ALEGRÍA

La presente propuesta tiene por objeto presentar una serie de alternativas concretas al visitante de manera que cuente con una gama de opciones atractivas que le brinden la oportunidad de hacer turismo según una vía definida en el municipio de Alegría, con facilidades en guía y que al mismo tiempo sea un factor diferenciador respecto a otros municipios, ofertando directamente los fuertes del municipio. Se consideran para cada tour una capacidad máxima de 25 personas.

Para la presente propuesta se tienen las siguientes rutas propuestas:

8.1.3.2.1. TOUR FINCAS, CAFÉ Y ALEGRÍA.

El presente tour se enfoca en conocer una muestra del más representativo recurso natural del municipio de Alegría como lo es el café. Realizando visitas a por lo menos 3 de las fincas del municipio cuyos propietarios mostrasen apertura al público y turismo a cambio de un valor sea simbólico o negociado para mantenimientos y un margen positivo de ganancia.

Las fincas preliminarmente seleccionadas por ser atractivas y enfocadas en parte total o parcial al cultivo del café son:

- FINCA LA PALMA.
- FINCA LAS TRES MARIAS
- FINCA DE CARTAGENA

8.1.3.2.1.1. FINCA LAS 3 MARIAS.

Ubicada a 1.4 KM de la alcaldía municipal por carretera RN14.



Ilustración 20 - Ubicación Geográfica Finca las tres Marias

Fuente: Elaboración propia con herramienta Google Maps

Es una finca ubicada a 1090 msnm que cuenta con una extensión de 5 manzanas.

El fuerte de la finca es el cultivo de café y hortalizas, cuenta con clima fresco que se mantiene entre los 26 y 29 °C, vistas panorámicas y viscosidad que se compone de árboles frutales y árboles de café sobre terrenos empinados pero con senderos bien definidos, resulta ser una primera parada atractiva e introductoria al tour en la que las actividades principales se basan en:

- Caminata sobre senderos predefinidos de finca.
- Uso de mirador incorporado en casa que posee la finca para disfrutar vistas panorámicas.
- Ronda por las cosechas de hortalizas y conocimiento de los procesos de siembra y cosecha por parte del personal del lugar.



Ilustración 21 - Vista de costado Finca Las tres Marías

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 22 - Vista en clima nublado hacia Rio Lempa, Finca Las tres Marías

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.1.2. FINCA LA PALMA.

Ubicada a 1 km de la alcaldía municipal, por calles principales y ruta única en las afueras del municipio hacia el Oeste del Norte.



Ilustración 23 - Ubicación geográfica Finca La Palma

Fuente: Elaboración propia

A una elevación de 1019 msnm, mantiene temperaturas frescas de entre 27 y 30 °C. Su extensión es de aproximadamente 50 manzanas.

Siendo el fuerte de ésta finca la cosecha y procesamiento del café, se vuelve idóneo ofrecerle al usuario un recorrido por las principales y más accesibles senderos de la finca en medio de espesa boscosidad y árboles de café tanto de avanzada como corta edad, un recorrido por las instalaciones físicas del lugar las cuales son abastecidas de energía eléctrica través de energía solar captada a través de paneles solares y para finalizar en la pequeña planta procesadora de café que se ha montado, resulta una experiencia de un siguiente nivel a la finca antes visitada en la cual los fuertes a apreciar y disfrutarse son:

- Caminata en finca.
- Descanso en rústicas instalaciones.
- Conocimiento de maneras alternativas de generar energía eléctrica.
- Visita a planta procesadora de café que inicia desde procesos de lavado hasta secado a pergamino del fruto.



Ilustración 24 - Planta procesadora de café La Palma

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.1.3. CARTAGENA.

Cartagena es un recinto ubicado al Norte de Alegría, Usulután ubicada a 1105 msnm y a una distancia de 500 m a partir de la alcaldía municipal del municipio.

Siendo ésta el último destino del tour propuesto, el objeto es ofrecer descanso y un paseo por una oferta más vistosa y comercial, Cartagena cuenta con vistas panorámicas, viveros y artesanías, servicio de restaurante y hospedaje; resulta una experiencia agradable al turista el cual después de conocer en anteriores visitas sobre la cosecha del café, fincas de café, proceso de café en uva hasta secado del mismo encuentra en éste lugar la forma consolidada del café a través del servicio que este oferta de brindar la experiencia al cliente de poder observar y participar en el proceso de tostado y molido del café oro.



Ilustración 25 - Ubicación geográfica Cartagena

Fuente: Elaboración propia con ayuda de la herramienta Google Maps

Siendo un lugar completo que puede ofertar visitas en su finca, el objeto principal de esta estación va enfocado a ofrecer descanso, consumo y experiencia consecuente a las antes experimentadas.

Las principales actividades a ofertarse en Cartagena se definen:

- Visita y recorrido a finca.
- Consumo de café y alimentos.
- Visita al mini zoológico.
- Visita al vivero
- Vistas panorámicas.
- Conocer proceso de tostado y molido de café.
- Servicio de hospedaje en cabañas.

Algunas imágenes del lugar se presentan a continuación.



Ilustración 26 - Cabañas Cartagena

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 27 - Zona natural de Cartagena

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 28 - Instalación principal Cartagena

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.2. TOUR CIUDAD, HISTORIA, VIVEROS Y VISTAS

El presente tour, es una ruta a seguir la cual tiene los principales atractivos que se mencionan:

- Visita Casa Alberto Masferrer
- Visita museo Municipal
- Visita Iglesia de Alegría.
- Circuito de recorrido a principales calles del municipio
- Visita artesanías del municipio (intercalado con recorrido calles)
- Visita Viveros rurales y urbanos del municipio (Intercalado con recorrido de calles).
- Visita mirador las 100 gradas.
- Visita a restaurantes y café del casco urbano.

El presente tour pretende ser una ventana para una vista completa del municipio resumido en sus atractivos más representativos en caso urbano y rural, permitiendo dar a conocer la historia del lugar, cultura tomando como referencia al célebre personaje conocido a nivel nacional Alberto Masferrer; al tiempo que se realizan recorridos por partes estratégicas que permiten a usuarios visitar lugares urbanos y rurales de artesanías y viveros lo cual permite se dé comercio entre ambas partes mencionadas.

8.1.3.2.2.1. VISITA CASA ALBERTO MASFERRER.

Ubicada a una cuadra del parque central, el objeto de ésta parte del tour es dar a conocer a través de un guía turístico, el lugar de nacimiento del célebre personaje, con una pincelada de historia a cerca del acontecimiento que dio lugar al nacimiento del gran escritor, fechas y situación actual del lugar.



Ilustración 29 - Casa donde nació y vivió Alberto Masferrer
Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.2. VISITA MUSEO MUNICIPAL

El objeto de ésta estación es permitirle al usuario conocer la oficina municipal de primera mano, consecuentemente el museo municipal el cual permite dar un vistazo a la historia del municipio, reseñas, y objetos que guardan historia del municipio, acompañado de un pequeño espacio en el cual se transmita al usuario de manera verbal parte principal de la historia del municipio y el honor a su nombre.



Ilustración 30 - Museo Municipal de la Ciudad de Alegría
Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.3. VISITA IGLESIA DEL MUNICIPIO.

La visita a la iglesia parroquial tiene dos objetivos:

-Permitir conocer al turista la arquitectura del recinto la cual conserva rasgos de época republicana post colonial.

A personas de la religión católica un momento de oración y encuentro con Dios en el recinto.

Así mismo resultará necesario una pequeña reseña de la historia del lugar y los cambios más significativos que ha sufrido a lo largo de la historia.



Ilustración 31 - Iglesia San Pedro Apostol

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.2.4. CIRCUITO CALLES DEL MUNICIPIO

El objetivo de ésta actividad radica en poder llevar a conocer a través de caminata en el municipio, al turista, las principales calles del mismo, tomando vías en zonas rurales predefinidas de manera que se haga escala en viveros y tiendas de artesanías urbanas y de la zona rural; de manera que se logre llevar al turista a la parte menos favorecida (no menos atractiva) del lugar y se pueda comercializar entre ambas partes.

8.1.3.2.2.5. VISITA MIRADOR LAS 100 GRADAS.

Como penúltima estación, se pretende llevar al usuario a mirador las 100 gradas, de manera que disfrute de cada uno de los atractivos que aquí se experimentan y ofrecen:

- Clima fresco
- Vegetación
- Vistas panorámicas
- Consumo de alimentos y bebidas de micro empresarios.



Ilustración 32 - Mirador de las 100 gradas, Alegría, Usulután

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.2.6. VISITA RESTAURANTES Y CAFÉS CASCO URBANO

El objetivo de ésta parte es dar descanso y oportunidad de consumir a los turistas, tanto en restaurantes y cafés del municipio como en sectores destinados a comercio de gastronomía del lugar de los cuales son los microempresarios los artífices del mismo. Permitiendo la oportunidad de comercio tanto a micro como pequeños empresarios, dando indicaciones al usuario de cada lugar, brindando las características y precios aproximados de cada uno.

8.1.3.2.3. TOUR LAGUNA DE ALEGRÍA.

El presente Tour consta de un circuito que tiene su inicio en la entrada principal de calle hacia la Laguna de Alegría, siendo una experiencia de turismo de aventura que radica en actividad física.

El inicio del camino y final se observan a continuación:

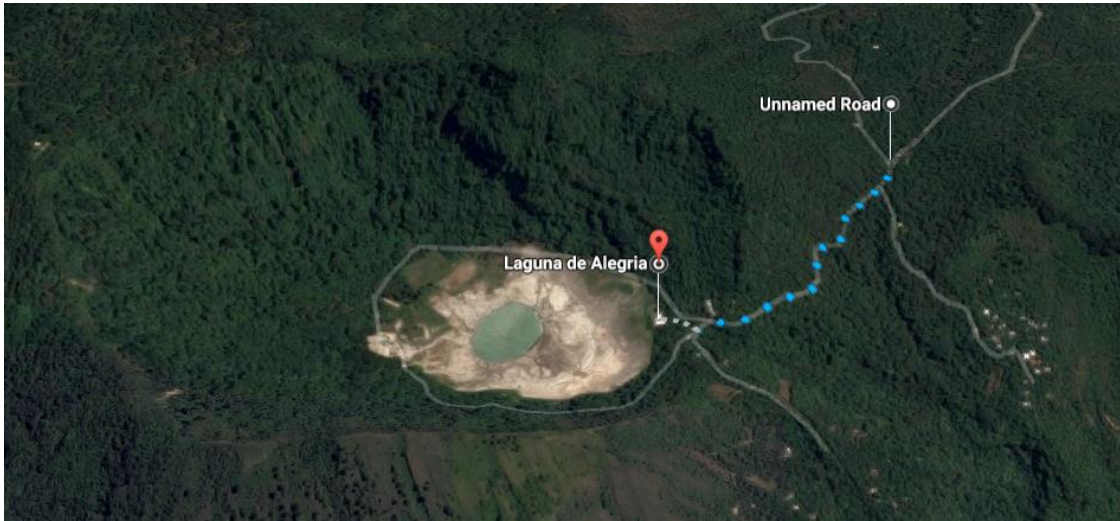


Ilustración 33 - Ruta hacia la laguna de Alegría

Fuente: Elaboración propia con ayuda de la herramienta Google Maps

Cabe mencionar que la ruta tomada es a través de sendero predefinido cuya entrada está 30 metros después de entrada vehicular y el motivo es porque éste acceso es propiamente para senderismo.

El atractivo siguiente es después de un breve descanso, emprender caminata hacia el cráter del volcán a través de rutas previamente definidas que permiten a la persona disfrutar de las bajas temperaturas e impactantes vistas que en ese lugar se encuentran, puntualmente a 1,890 msnm.

Posteriormente, emprender camino hacia La Laguna nuevamente, tomar descanso en Parque Ecoturístico y posteriormente regresar a casco urbano.



Ilustración 34 - Sendero hacia la Laguna de Alegría

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 35 - Vistas panorámicas desde el borde del cráter del Volcán Tecapa
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 36 - Vista hacia la Laguna a través de sendero hacia cima del Volcán Tecapa
Fuente: Elaboración propia

8.1.3.2.4. PAQUETES TOURS TURISTICOS ALEGRÍA.**DETALLE DE PAQUETES POR CADA TOUR**

TOUR FINCAS, CAFÉ Y ALEGRÍA.		
PAQUETE 1: DE UN DÍA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Oficina de turismo.	Recepción, registro y charla explicativa sobre tour.
9:00 am	Finca las tres Marías	Visita Guiada a finca, senderos y procesos de hortalizas.
10:00 am	Finca La Palma	Visita Guiada a finca La Palma, senderos y procesos de tratamiento de café hasta secado
12:00 m	Casco Urbano	Almuerzo
1:30 pm	Cartagena	Visita a zona finca de Cartagena, actividades recreativas en recinto, visita de vivero local y acceso a procesos de tostado y molido de café.
4:00 pm	Restaurante Cartagena	Un breve descanso en instalaciones del lugar con espacio para consumir en restaurante y café.
05:00 pm	Retorno a casco urbano	Retorno a oficina de turismo.

Tabla 137 - Tour fincas café y alegría de un día.

Fuente: Elaboración propia

TOUR FINCAS , CAFÉ Y ALEGRÍA		
PAQUETE 2: DOS DIAS Y UNA NOCHE		
DIA 1		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Oficina de Turismo	Recepción, registro y charla explicativa sobre fincas y tour general
9:00 am	Finca las Tres Marías	Visita Guiada a finca y senderos predefinidos
11:00 am	Estación de Cosechas	Visita Guiada a lugar de cosechas con experiencia de “cosecha tus hortalizas”
12:00 m	Almuerzo	Almuerzo
1:30 pm	Finca La Palma	Visita a finca y principales senderos predefinidos
2:30 pm	Visita paneles y planta de energía solar	Visita e inducción sobre sistema de captación de energía a través de luz solar.
3:30 pm	Procesos de tratado de café	Presentación de productos, procesamiento hasta secado.
4:30 a 5:30 pm	Descanso y retorno	Refrigerio y retorno a oficina municipal. Previa alternativa de alojamiento en el recinto o en hostales previamente definidos.
DIA 2		
8:00 am	Restaurante Cartagena	Desayuno en restaurante Cartagena
9:00 am	Finca Cartagena	Visita y recorrido guiado a principales senderos de finca
10:30 am	Visita de vivero local	Visita guiada hacia oferta en vivero local.
11:30 am	Artesanías	Visita guiada a artesanías y curiosidades del recinto
12:00 m	Almuerzo	Opcional en lugar o acudir a casco urbano
1:30 pm	Procesos de café	Profundización en proceso de tostado y molido de café con experiencia: “Procesa tu propio café”
3:00 pm	Descanso refrigerio	Espacio para descanso y café en restaurante del recinto.
4:00 pm	Visita Zoológico	Visita a mini Zoológico del recinto
05:30pm	Retorno	Retorno a oficinas de turismo.

Tabla 138 - Tours fincas, café y alegría paquete de dos días

Fuente: Elaboración propia

TOUR CIUDAD, HISTORIA, VIVEROS Y VISTAS		
PAQUETE 1: UN DIA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Oficina de Turismo	Recepción, registro y charla explicativa sobre tour.
8:30 am	Casa de Alberto Masferrer	Recorrido por las calles de municipio hacia ex residencia de Alberto Masferrer, charla sobre orígenes, cambios e historia breve de Alberto Masferrer
9:30 am	Visita Museo Municipal	Visita a museo municipal y exposición breve de la historia del municipio y principales reseñas representativas a lo largo de la historia.
10:00 am	Visita Iglesia del municipio	Visita y estadía en iglesia para apreciar arquitectura y tiempo de meditación. Breve reseña histórica del recinto cambios en la historia y situación actual
11:00 am	Recorrido por calles	Recorrido por calles visitando zonas rurales y urbanas específicamente viveros.
12:00 m	Casco urbano	Almuerzo en establecimientos del centro urbano o restaurantes a elegir.
1:00 pm	Recorrido calles	Recorrido por principales calles del municipio haciendo estación específicamente en locales de artesanías tanto zona urbana como rural.
2:30 pm	Mirador las 100 gradas	Tiempo de esparcimiento post visita a mirador las 100 gradas
4:15 pm	Restaurantes y casco urbano	Visita a lugares de consumo del municipio y disfrutar de actividades llevadas a cabo en parque.
5:00 pm	Oficina de turismo	Retorno y agradecimientos.

Tabla 139 - Tour ciudad historia viveros y vistas, paquete de 1 día.

Fuente: elaboración propia

TOUR LAGUNA DE ALEGRÍA		
PAQUETE 1: UN DÍA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Oficina de Turismo	Registro y breve introducción sobre el Tour ofrecido.
8:30 am	Entrada Sendero hacia laguna de Alegría	Preparación charla sobre caminata, divulgación de medidas de precaución. Caminata hacia cráter el volcán Tecapa.
10:00 am	Parque Ecoturístico Laguna de Alegría	Descanso post caminata, espacio para esparcimiento breve y consumo de alimento o bebidas.
10:30 am	Sendero bosque Laguna de Alegría	Inicio de Caminata hacia cráter del Volcán.
12:00 am	Cima cráter	Descanso en cima del cráter y espacio de esparcimiento, toma de fotografías y exploración en cercanía.
12:30 m	Inicio sendero hacia cráter	Retorno a Laguna de Alegría desde cima.
1:30 pm	Parque Ecoturístico LDA	Almuerzo y descanso en parque Ecoturístico
3:00 pm	Parque Ecoturístico LDA	Esparcimiento en parque ecoturístico, mirador e instalaciones.
4:00- 05:00 pm	Sendero hacia municipio.	Retorno a municipio mediante caminata por sendero.

Tabla 140 - Tour laguna de alegría paquete de un día

Fuente: Elaboración propia

TOUR LAGUNA DE ALEGRÍA		
PAQUETE 2: DOS DIAS Y UNA NOCHE		
DIA 1		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Oficina de Turismo	Registro y breve introducción sobre el Tour ofrecido
8:30 am	Entrada Sendero hacia laguna de Alegría	Preparación charla sobre caminata, divulgación de medidas de precaución. Caminata hacia cráter el volcán Tecapa.
9:30 am	Parque Ecoturístico Laguna de Alegría	Descanso post caminata, espacio para consumo de alimento o bebidas.
11:00 am	Parque Ecoturístico LDA	Esparcimiento en instalaciones de parque.
12:00 am	Cafetín Parque	Almuerzo en parque LDA
1:30 am	Oficina de Parque	Entrega de equipo de camping y capacitación general ensamblado de tiendas y prevención y control de conatos de incendio.
2:30 pm	Parque LDA zona Camping.	Identificación y asignación de áreas de tienda, armado de tiendas e instalación de campamento
3:30 pm	Senderos LDA	Actividad de Caminata por senderos de bosque de Laguna de Alegría, con guía de guardabosques
4:30 pm	Punto referencia bosque LDA	Descanso y retorno a área de camping.
5:00 pm	Área de Camping.	Descanso y esparcimiento
6:30 pm	Cafetín parque LDA	Cena
7:30 pm	Área fogatas	Experiencia fogatas al aire libre.
8:00 pm	Parque LDA	Libre
DIA 2		
7:00 am	Cafetín LDA	Desayuno
8:00 am	Sendero hacia cima	Caminata hacia borde de volcán
9:30 am	Cima cráter volcán	Descanso y esparcimiento con vistas en cima.
10:30 am	Sendero hacia LDA	Retorno a LDA
11:30 am	LDA	Descanso
12:00 pm	Cafetín LDA	Almuerzo, servicio domicilio Restaurante de elección casco urbano.
1:30 pm	Área juegos	Esparcimiento
2:30 pm	Zona azufre LDA	Espacio para charla sobre historia de la LDA, el fenómeno de vapor, área de azufres y por último enriquecimiento cultural Leyenda Sirena de alegría
3:30 pm	Área camping	Levantamiento de equipo y desarmado de camping
4-5 pm	Sendero LDA	Retorno a casco urbano vía caminata.

Tabla 141 - Tour alegría paquete de dos días una noche

FUENTE: Elaboración propia

PROPUESTA BBTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS PARA TOURS TURISTICOS

La finalidad de un botiquín de viaje es ni más ni menos que brindar "primeros auxilios" y evitar que las heridas y los síntomas leves pasen a mayores, por lo menos hasta que podamos ser asistidos correctamente por personal capacitado.

El botiquín estándar para el turista en tours: El botiquín básico estará conformado por:

- Agua oxigenada
- Iodopovidona
- Algodón
- Gasas esterilizadas
- Dramamine (para prevenir mareos, náuseas y vómitos)
- Tela adhesiva
- Tijeras (pueden ser de punta redondeada para mayor seguridad)
- Termómetro
- Aspirinas
- Apósitos protectores
- Vendas
- Antiinflamatorios,
- Antihistamínicos

Estos elementos deberían ser suficientes para asistirte en caso de que te sientas mal durante un tour turístico. Sin embargo, al realizar un tour de índole largo se recomienda no escatimar esfuerzos para visitas a centros de salud. Para atención por vacunas necesarias u otro tipo de medicamentos.

Los malestares más comunes durante un tour:

- Fiebres
- Náuseas o dolores de cabeza
- Mareos
- Diarrea

Si experimentas estos síntomas durante un tour, bastará con tomar Dramamine para aliviar las náuseas y los mareos, analgésicos o antiinflamatorios para aliviar las migrañas y la fiebre (si es muy alta se puede ayudar aplicar compresas frías), y pastillas de carbón para aliviar la diarrea.

Por supuesto que estas son soluciones transitorias, lo primero que se debe hacer en caso de que los síntomas persistan es visitar a un médico lo más rápido posible.

Elementos que se deben llevar por precaución:

- Repelente de insectos
- Protector solar
- Gel post-solar o aloe vera

Requerimiento	Cantidad anual	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Botiquín	4	100.00	400.00

Tabla 142 - Requerimiento de materiales para tours

Fuente: Elaboración propia

8.1.3.3. LINEA DE ACCION 1.3: ORDEN EN EL CASCO URBANO

La presente propuesta tiene por objeto establecer una estructura de distribución automovilística que permita flujo libre y seguro de turistas en las arterias principales del pequeño municipio de Alegría.

8.1.3.3.1. SITUACIÓN ACTUAL MUNICIPIO.

Según investigación realizada mediante exploración en visita técnica realizada, se ha determinado por observación directa, que la mayor concentración de automóviles de turistas que arriban al municipio, toman las calles principales.

La distribución aproximada se observa en la figura “Detalle calles habitualmente usadas como parqueo”.

Las calles saturadas en días de alto flujo y su capacidad en distancia son:

CALLE	METROS LINEALES
1ª Calle oriente	84.10
Calle Alberto Masferrer	218.76
Calle Manuel Enrique Araujo	155.96
1ª calle poniente.	164.04
Primera ave. Norte	161.84
TOTAL	784.7

Tabla 143 - Metros lineales de parqueo utilizado actualmente.

Fuente: Elaboración propia

Actualmente el municipio de Alegría carece de un sistema de distribución vial adecuado que permita optimizar los espacios en parqueo, para el caso actualmente la capacidad utilizada en metros es: 784.7 m.

El espacio mínimo para estacionamiento de automóvil es de 5.5m. Por tanto, la capacidad aproximada de automóviles actualmente es 142 vehículos.

Cabe mencionar que el uso actual no es el adecuado ya que el sistema vial colapsa en días pico de flujo de turistas. Para visualizar de una mejor manera la problemática **VER ANEXO 6**

8.1.3.3.2. PROPUESTA.

La propuesta actual supone los siguientes requerimientos:

- Personal en entradas principales del municipio, indicando a personas que arriban las nuevas disposiciones de parqueo.
- Señalización adecuada para indicar lugares donde el parqueo no es permitido, donde es permitido y hacia donde se encuentran las áreas permitidas en mención.

Se propone un sistema de distribución vial para parqueos que:

- Restrinja parqueo en Calle Alberto Masferrer
- Restrinja parqueo en Calle Manuel Enrique Araujo
- Restrinja parqueo en 1ª calle oriente
- Restrinja parqueo en 1ª calle poniente.

De manera que las calles habilitadas para parqueo sean:

CALLE	METROS LINEALES
1ª Ave. Norte	241
3ª Calle oriente.	142.53
3ª Calle poniente	197.49
Avenida Golgota	204.05
4ª Ave. Norte	199.53
2ª Calle Poniente	171.62
TOTAL	1,156.22

Tabla 144 - Metros lineales de parqueo, calles propuestas

Fuente: Elaboración propia

Según sondeo realizado 2 de cada 8 casas observadas poseen cochera lo cual supone una restricción para parqueo frente a éstos lugares. Para el caso y bajo esta consideración se tiene la siguiente cantidad de metros: $1,156.22 \text{ m} * (100\% - 12.5\%) = 1,011.69 \text{ m}$

El espacio mínimo para estacionamiento de automóvil es de 5.5m. Por tanto la capacidad aproximada de automóviles actualmente es 183 vehículos.

8.1.3.3.3. COMPARATIVO.

Con la nueva propuesta se tienen los siguientes valores ganados:

- 226.99 metros de la propuesta respecto a situación actual.
- 41 espacios para estacionamiento extra respecto a situación actual
- 29% más de espacio físico en metros lineales y en espacio respecto a situación actual.
- Calles principales y más visitadas por turistas despejadas, de manera que, ante emergencia, el flujo de automóviles vaya de extremos hacia el centro y posteriormente hacia salidas del municipio que para el caso se encontrarán despejadas.

Capacidad de personas respecto a parqueo: 732 personas considerando un promedio de 4 usuarios por vehículo (VER ANEXO 6 la propuesta aproximada).

8.1.3.4. LINEA DE ACCION 1.4: ACTIVIDADES CULTURALES

Alegría es un municipio que, por su historia, costumbres y tradiciones, goza de un amplio reconocimiento a nivel nacional y mantiene intacta la imagen en cuanto a su cultura, que se visualiza muy de cerca en las políticas de comercialización al ser un municipio en donde no se puede encontrar un restaurante que no sea originario de Alegría.

Para la realización de actividades culturales en el municipio de Alegría se proponen las siguientes estrategias:

ESTRATEGIA N° 1: “FESTIVAL DE POSTRES Y CAFÉ”

Objetivo:

Realizar un evento de carácter permanente, que sea diferente a los festivales gastronómicos de los otros pueblos, con el objeto de crear una demanda permanente en Alegría.

Descripción:

Este festival se pretende que sea realizado cada fin de semana que es cuando más afluencia de turistas hay en Alegría. Contará con diversidad de postres y tipos de café preparados ya sea por los establecimientos o por las habitantes de la ciudad. Se debe asignar un lugar permanente ya sea una calle, cancha o lugar al aire libre en donde se pueda realizar este evento. Se debe utilizar ambientación colorida y llamativa para que las personas se sientan satisfechas y contentas de participar en algo diferente. La organización de este evento deberá estar a cargo del comité de desarrollo turístico de Alegría.

Metodología:

- Exponer la idea al Comité de realizar un evento permanente denominado: “Festival de Postres y Café”.
- El Comité convocará a los inversionistas y lugareños a una reunión para presentar la idea y se determinarán los diferentes tipos de postres y cafés a ofrecer. El Comité será el encargado de organizar a los participantes, coordinar la seguridad del lugar con la Policía Nacional Civil (PNC) y gestionar la obtención de mesas y sillas para acondicionar el lugar en donde los visitantes puedan comer y descansar. Se acordará con el Comité realizar el festival por la tarde todos los domingos cada cuatro meses, con la posibilidad de ampliarlo al sábado a largo plazo, dependiendo de los datos obtenidos.

ESTRATEGIA N° 2: “FESTIVAL DE LAS FLORES DE ALEGRÍA”

Objetivo:

Realizar un evento que diferencie a la ciudad de Alegría de los otros pueblos de la zona por medio de la flora con la que cuenta el municipio, con el objeto de atraer a nuevos visitantes y lograr la participación de todos los barrios.

Descripción:

En esta estrategia se desarrollará un festival en el cual participarán cada uno de los barrios del pueblo. Se contará con la participación de lugareños de la zona que produzcan plantas y que deseen exponerlas. Se espera que cada uno de los participantes exponga tipos de plantas y flores diferentes a las de los demás barrios. De igual manera se contará con diferentes tipos de comida y música como complemento de las flores, por ejemplo, comida típica, carne asada,

postres de ingredientes naturales con café, marimba, combos musicales, entre otros. Las exposiciones estarán ubicadas en la calle principal de cada barrio para que los visitantes puedan conocer y caminar por todo el pueblo.

Metodología:

- Exponer la idea al Comité de realizar un evento denominado: “Festival de las Flores de Alegría”, el cual se podrá llevar a cabo en los diferentes barrios del pueblo.
- Establecer que en cada uno de los barrios habrá exposiciones de flores y plantas, ya sea de viveros o lugareños de la zona que deseen exponer especies de flores y plantas distinta a las de los demás.
- Se propondrá al Comité que los stands sean ramadas elaboradas con varas de bambú y veraneras o en su defecto toldos, los cuales serán utilizados por cada uno de los participantes.
- El Comité convocará a los inversionistas y lugareños a una reunión para presentar la idea.
- Determinar los diferentes tipos de comida y música que ambientaran los diferentes barrios.
- El Comité será el encargado de organizar a los participantes propietarios de los viveros, coordinar la seguridad del lugar con la Policía Nacional Civil (PNC)¹⁸, adquirir el material para la elaboración de los stands y establecer en cada barrio un área acondicionada con mesas y sillas, para que los visitantes puedan comer y descansar.
- El Comité deberá reunir a los participantes para comunicar el costo de participación y el porcentaje que aportaran de las ganancias obtenidas en el evento.
- El festival se llevará a cabo en los períodos de semana santa en el mes de marzo/abril, en las vacaciones Agostinas y fiestas patronales en el mes de septiembre.

ESTRATEGIA N° 3: “HISTORIA Y ARTE DE ALEGRÍA”

El objetivo que se persigue con ésta estrategia es descubrir a aquellas personas del municipio de Alegría que tengan talento, logrando la participación en distintas áreas como el canto, el manejo de instrumentos musicales, el baile o danza, la pintura, el dibujo, la poesía, la oratoria, elaboración de artesanías o manualidades; además, contar con la participación de todos los centros educativos del municipio para un concurso de historia. La modalidad del concurso será por nivel: primaria, secundaria y tercer ciclo, se espera que al menos concursen 1 alumna y 1 alumno por grado. Con lo anterior, hacer exposiciones de arte para turistas y lugareños con la posibilidad de que puedan tener un poder adquisitivo de los mismos en las áreas que lo permitan, siendo éste establecido por los artistas responsables (incluyendo estudiantes del concurso) más sobresalientes y evaluados, previamente por un jurado calificador. Se les otorgará reconocimientos representativos a los más destacados que consistirán en un premio económico valorado en \$50.00 para el primer lugar y \$35.00 para el segundo lugar en cada modalidad y área antes mencionada.

Lugar: Cancha de basquetbol del municipio de Alegría las participaciones, concurso y evaluaciones; las exposiciones en los alrededores del parque municipal.

Tiempo: Cada 4 meses las participaciones, concurso y evaluación; cada 5 meses las exposiciones

Organización llevada a cabo por el Comité de Desarrollo Turístico de Alegría.

¹⁸ Línea de acción: Coordinación con Organizaciones de Apoyo

ESTRATEGIA N° 4: “FESTIVAL DE MÚSICA DE ALEGRÍA Y SUS ALREDEDORES”

Desarrollar un festival de música con la participación de todos los artistas originarios de Alegría y sus alrededores (Berlín, Santiago de María, Mercedes Umaña) que, como cada fin de semana, se cuenta con los servicios de pocos artistas que tocan sus canciones en el casco urbano del municipio, el objetivo que se persigue es generar un ambiente agradable para los turistas por lo que, dicho festival será llevado a cabo cada seis meses. El festival será organizado por el comité de turismo de Alegría en colaboración con la Alcaldía municipal y de la oficina de turismo.

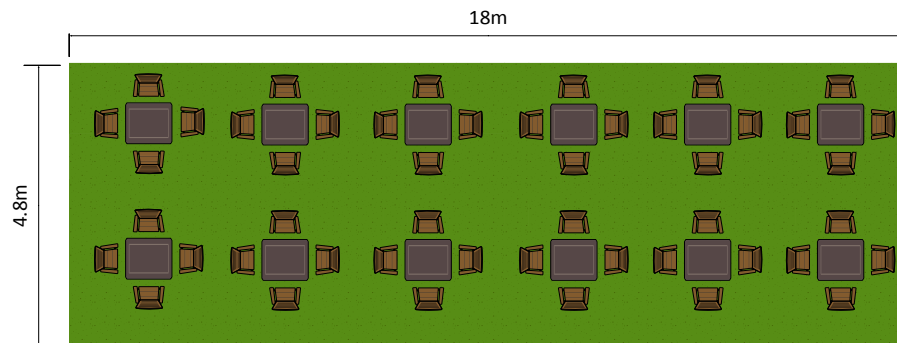
Se elaborarán los formatos respectivos que informarán sobre la participación del festival y se pegarán en postes del casco urbano del municipio.

Organización: se colocará una tarima (7mX3mX1m) en un espacio del parque municipal, el equipo y demás instrumentos de sonido será responsabilidad de cada artista, el orden de participación será desde el artista que tenga menos años de trayectoria, como solista o agrupación, hasta el que tenga más.

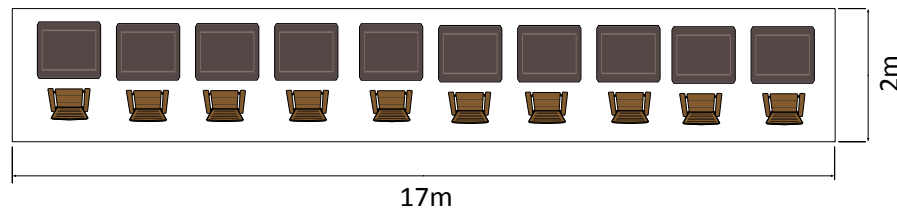
REQUERIMIENTOS DE LINEA DE ACCIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES

REQUERIMIENTO DE ESPACIO

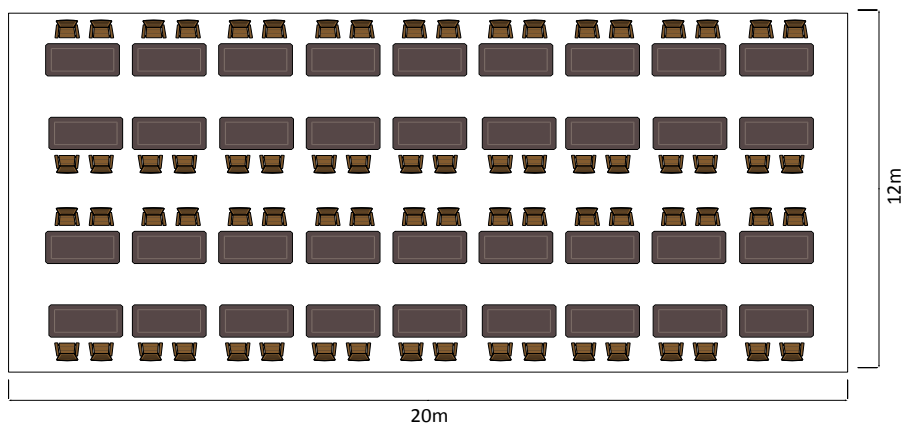
a) Festival de Postres y Café



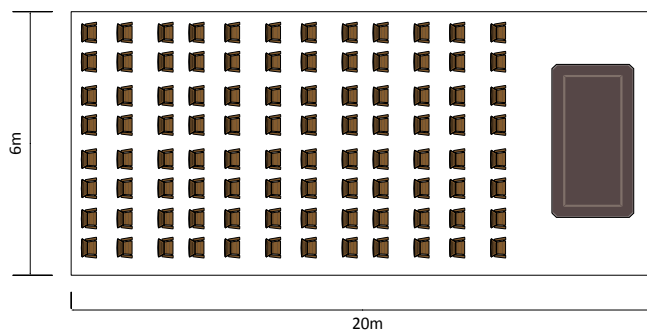
b) Festival de Flores de Alegría



c) Concurso de Historia y Arte de Alegría



d) Festival de música de Alegría y sus alrededores



Estrategia	Área o espacio necesario	Equipo	Cantidad
Festival de Postres y Café	18mX4.8m	Mesas (1mX1mX1m)	12
		Sillas	48
Festival de Flores de Alegría	17mX2m	Mesas (1.3mX1mX1m)	10
		Sillas	10
Concurso Historia de Alegría	18mX4.8m	Mesas (1.5mX1mX1m)	36
		Sillas	72
Festival de música de Alegría	20mX6m	Sillas	96
		Tarima	1
Equipo de sonido			1
Banners(anuales)			13

Tabla 145 - Requerimiento de recursos línea de acción de actividades culturales

Fuente: Elaboración propia

8.2. DIRECTRIZ 2: PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

8.2.1. DESCRIPCION

La promoción y publicidad busca incrementar el consumo de un producto o servicio. Por ello, son un pilar importante en el presente plan; ya que lo que se quiere lograr, es fomentar la difusión de información acerca de los atractivos turístico con los que cuenta Alegría, la creación de expectativas y el incentivo a visitar dicho municipio; para de esta manera, incrementar el flujo de turistas que visitan el municipio de Alegría, estos inviertan en su visita y de esta manera se genere un mayor ingreso económico para los habitantes de la localidad.

La presente directriz tiene como finalidad servir como una guía de que es lo que se tiene que realizar en el municipio de Alegría en materia de promoción y publicidad para posicionar la imagen del municipio de Alegría, aumentar el flujo de turistas al municipio y de esta manera contribuir al desarrollo de la economía local de sus habitantes.

8.2.2. OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar una propuesta de promoción y publicidad que promueva estratégicamente el posicionamiento del municipio de Alegría como un destino turístico para contribuir al crecimiento del flujo turístico en el municipio y así lograr el desarrollo del municipio por medio del turismo.

Objetivos Específicos:

- Definir los conceptos de marcas, los tipos de marcas, marca municipio, marca país para tener una idea clara de su estrecho vínculo con la promoción y publicidad.
- Retomar el caso Nahuizalco como un caso exitoso de la aplicación de la marca municipio para posteriormente buscar su aplicación en el municipio de Alegría.
- Elaborar la propuesta de diseño de la marca municipio para el municipio de Alegría que sea la imagen, identifique y posicione al municipio como un destino turístico.
- Definir los pasos necesarios a realizar para el registro de la marca municipio de Alegría.
- Establecer los conceptos de promoción y de publicidad, los objetivos y estrategias de cada uno de ellos para posteriormente aplicarlo en una línea de acción de Marketing para el municipio de Alegría.
- Establecer y diseñar los medios publicitarios para el municipio de Alegría con el propósito de llamar la atención del mercado de consumo potencial y atraer un mayor número de turistas a dicho municipio.
- Definir y diseñar promoción necesaria para el municipio de Alegría por medio de propuestas de artículos promocionales.

8.2.3. COMPONENTES

8.2.3.1. LINEA DE ACCION 2.1: MARCA MUNICIPIO

Según la ley de marcas y otros signos distintivos de la Republica de El Salvador en su artículo 2 define “**MARCA**” como cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.

TIPOS DE MARCAS

MARCAS DE TITULAR

- **Marca Individual:** Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se aplican frente a los de su misma especie o clase.



Ilustración 37 - Ejemplo de marcas individuales

Fuente: Google imágenes – Queso Petacones y Pizza Hut

- **Marca Colectiva:** Una marca cuyo titular es una persona jurídica que agrupa a personas autorizadas por el titular a usar la marca con base en un reglamento.



Ilustración 38 - Ejemplo de marca colectiva

Fuente: Google imágenes – Cooperativa San Lorenzo

- **Marca de Certificación:** Una marca que se aplica a productos o servicios cuya calidad y otras características han sido controladas y certificadas por el titular de la marca.



Ilustración 39 - Ejemplo de marcas de certificación

Fuente: Google imágenes – Certificación de marca ISO:9001

MARCAS POR ELEMENTOS QUE LA COMPONEN

- **Marcas normativas:** Son las marcas que identifican un producto o servicio a partir de una palabra o un conjunto de palabras. Estas marcas deben distinguirse fonéticamente de los productos o servicios de su misma especie. Es decir, no deben tener semejanza con marcas que pertenezcan a productos o servicios de su misma clase. En su mayoría son descriptivas del servicio o producto. Otra característica de este tipo de marcas es que suele utilizar nombres propios.
- **Marcas figurativas o innominadas:** Son imágenes o logotipos que distinguen visualmente una marca. Es decir, son figuras distintivas que no pueden reconocerse fonéticamente, sólo visualmente. A veces, el color (o colores) de la imagen o logotipo ayuda a reconocer la marca.
- **Marcas mixtas:** Son el resultado de la combinación de tipos definidos en los dos párrafos anteriores. En la mayoría de los casos son combinaciones de palabras con diseños o logotipos. Un ejemplo vivo de esto podría ser una marca simple con un logotipo.

NIKE®



Marca Nominativa

Marca Innominada

Marca Mixta

Ilustración 40 - Ejemplo de marca normativa, figurativa y mixta

Fuente: Google imágenes – Marca Nike

MARCA MUNICIPIO: Concepto extra-jurídico propio del marketing, pero que produce efectos jurídicos. Además, es una herramienta para la promoción de los municipios que tiene como objetivo impulsar el turismo, productos locales, la gastronomía, arte y cultura, etc., a nivel nacional e internacional.



Ilustración 41 - Marca municipio de los municipios de Comasagua y San Vicente

Fuente: Google imágenes – Marca municipio Comasagua y San Vicente

MARCA PAIS: es un concepto utilizado en marketing y la comunicación para referirse al valor intangible de la reputación e imagen de marca de un país a través de múltiples aspectos, tales como sus productos, el turismo, la cultura, los deportes, las empresas y los organismos públicos, que determinan los valores que se asocian a ese país.



Ilustración 42 - Marca país de los países de Latinoamérica

Fuente: Google imágenes – Marcas de países Latinoamericanos

CASO MARCA MUNICIPIO DEL MUNICIPIO DE NAHUZALCO

Como parte del proyecto denominado “*Propiedad Intelectual y Desarrollo Municipal: Registro Marcas Municipio*”, que desarrolla el Centro Nacional de Registros (CNR) a través del Registro de la Propiedad Intelectual (RPI), y que busca contribuir a la ejecución del proyecto quinquenal de desarrollo 2014-2019, potenciar el desarrollo económico local mediante el uso estratégico del sistema de propiedad intelectual, el día jueves 30 de junio de 2016, se llevó a cabo el acto de entrega de la primera Marca Municipio denominada “***Nahuizalco tradiciones y cultura que te encantarán***”.

El acto fue presidido por el Director Ejecutivo del CNR, quien entregó el certificado correspondiente sobre esta marca al Alcalde Municipal de Nahuizalco, el cual se mostró muy complacido de ser el primer municipio del país en recibir este instrumento, ***constituyéndose en una herramienta para la promoción del municipio, que tiene como objetivo impulsar el turismo, productos locales, gastronomía, arte y cultura, etc., a nivel nacional e internacional.***

Asimismo, el director ejecutivo del CNR reiteró que esta acción forma parte del proyecto que apoya a la ejecución del plan de gobierno y a las políticas públicas nacionales que tienen dentro de sus líneas estratégicas desarrollar o impulsar marcas destino, propiciar el desarrollo local, fortalecer y posicionar la marca país. Dentro de estas políticas públicas se pueden mencionar: la *Política Nacional de Turismo, la Política Nacional de Fomento, Diversificación y Transformación Productiva de El Salvador y la Política Nacional de Propiedad Intelectual.*

Entre tanto, el alcalde de Nahuizalco dijo que este es uno de los lugares con mayor asentamiento indígena se conoce que desde la época colonial sobresalió por ser un pueblo nativo, trabajador y creativo, el cual se enfocó en la agricultura y la fabricación de canastos y estereras, las cuales son bien valoradas por su belleza y durabilidad.

Nahuizalco se caracteriza porque en el recorrido de sus calles se pueden escuchar los sonidos de los martillos y tornos, los olores de barniz y madera, las alfombras de aserrín, los altares de muebles bien tallados.

Vestuarios de manta y añil, collares, llaveros, adornos de cerámica y barro, objetos de mimbre, cuero y tule son sólo algunas de las de los productos que se pueden encontrar. Sin lugar a duda los artesanos nahuizalqueños son personas que día a día trabajan en lo que más les gusta y por ellos son los que mejor producen, más que un puñado de dólares por su trabajo, vale más el reconocimiento, porque su arte requiere paciencia, creatividad, sacrificio, pasión, la cual da identidad a un pueblo que guardo como un tesoro su más grande herencia que es la artesanía.

Como es común en todos los mercados de El Salvador, las actividades comienzan desde la mañana, sin embargo, Nahuizalco, su mercado es más que un simple lugar de compra y venta, también es un espacio con mucha tradición, la peculiaridad que ha llamado la atención de turistas nacionales e internacionales es por hacerse a la luz de la luna.

Según las vendedoras, el mercado nocturno nació por la necesidad del consumo por parte de las personas que iban a trabajar a la capital y otros lugares lejanos del municipio, quienes cuando regresaban en horas de la noche al pueblo buscaban productos para alimentarse.

En 2013, la ciudad tomó gran importancia a nivel turístico, económico, social y cultural, ya que la remodelación del mercado y la construcción de la plaza gastronómica hicieron que el parque Benjamín Bloom tomara más auge con su embellecimiento.

En el mercado nocturno se pueden encontrar productos como mango cumbia, semita, cabeza de pescado, panza de vaca, elotes locos, verduras y frutas, sopa de mondongo, panes con pollo, tripa, longanizas y demás productos que otorgan una identidad carismática del pueblo nahuizalqueño.

El mercado nocturno es un reflejo que Nahuizalco es un pueblo con pasos firmes, con gente que amanece y anochece trabajando un pueblo que suda y se sacrifica, un lugar donde la cultura y las costumbres son conservadas, y su tradición se transforma en producción de manos luchadoras, trabajadoras y servidoras. Otro de los atractivos es el parque de Nahuizalco, y es que, su encanto no sólo se debe a la arquitectura e idiosincrasia, sino también a su naturaleza, pues en este lugar para 1932 fue el levantamiento de los indígenas, muchos de ellos fueron asesinados por los militares y luego enterrados en las partes de la ermita y del parque, por lo que se considera que estas almas eran de gente humilde y luchadora, que ahora florecen en un lugar que conquista y cautiva a todo aquel que lo visita.

La vigencia de las marcas es por diez años, renovables por iguales periodos de tiempo, y goza de protección en el país de origen.



Ilustración 43 - Marca municipio del municipio de Nahuizalco

Fuente: Google imágenes – Marca municipio Nahuizalco

DISEÑO DE UNA MARCA

Una marca debe transmitir personalidad y carácter. Es la primera impresión que se lleva un cliente de la organización o producto y define inevitablemente su futura relación con estos.

El diseño final debe ser claro, estar construido con verdades, comunicar emoción. El logotipo de una organización hace que sea reconocida por sus clientes actuales o potenciales, la diferencia de la competencia de manera única y clara, y transmite sus valores a la sociedad.

Para el desarrollo de una buena marca, tiene que tomarse en cuenta lo siguientes aspectos:

1. **Simple:** fácil de identificar y escribir
2. **Práctico:** utilidad en todo tipo de medio
3. **Único:** no crear una imagen similar al de alguien más
4. **Consistente:** coherencia y armonía en cada uno de los elementos

5. **Memorable:** fácil de recordar
6. **Adaptable:** apegarse al mercado meta
7. **Reflejo:** proyectar los valores y objetivos de la organización
8. **Sustentable:** contemporáneo pero algo clásico

PROPUESTA DE MARCA MUNICIPIO PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRÍA

Tomando en cuenta los antecedentes y la base anteriormente descritos, la propuesta de marca municipio que se ha elaborado para el municipio de Alegría es la siguiente:



Ilustración 44 - Propuesta de marca municipio para Alegría

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA DE MARCA MUNICIPIO

- **MONTAÑA COLOR VERDE:** Simboliza el Volcán Tecapa, lugar en donde en su cúspide se asienta la ciudad de Alegría.
- **CENTRO DE LA MONTAÑA VERDE ESMERALDA:** Representa la Laguna de Alegría y toda la belleza natural que alberga el municipio.
- **RACIMO DE CAFÉ:** Principal recurso agropecuario con el que cuenta Alegría. Además, indica que la ciudad está a gran altura sobre el nivel del mar y es poseedora de un clima fresco.
- **IGLESIA COLONIAL BLANCA:** Representa todo el patrimonio histórico cultural que se puede encontrar en el casco Urbano de la ciudad de Alegría.
- **FRASE “ALEGRÍA, UN TESORO EN LA CUMBRE”:** Eslogan de la marca municipio con la cual se espera vender al municipio de Alegría y llegar a la mente de los turistas.

REGISTRO DE UNA MARCA EN EL SALVADOR

Centro Nacional de Registros (CNR)

Es la institución gubernamental de El Salvador encargada de garantizar los principios de publicidad, legalidad y seguridad jurídica de los registros de propiedad raíz e hipotecas, de comercio, propiedad intelectual, garantías mobiliarias, cartográficas y catastrales.

El Centro Nacional de Registro está integrado por cinco direcciones principales:

- Registro de la Propiedad Raíz e Hipotecas
- Registro de Comercio
- Instituto Geográfico y del Catastro Nacional
- Registro de Garantías Mobiliarias
- Registro de Propiedad Intelectual

El CNR a través del Registro de la Propiedad Intelectual (RPI) administra la Propiedad Intelectual en El Salvador (Base legal: Art. 104 LMOSD, Art. 98 y Art. 184 ALPI)

El Registro de Propiedad Intelectual es la autoridad administrativa encargada de llevar el Registro y Depósito de los derechos de Propiedad Intelectual en El Salvador, para brindar seguridad jurídica sobre los mismos, y en algunos casos específicos previstos por la ley, se encarga de supervisar a los usuarios y titulares o administradores de derechos.

Propiedad Intelectual (PI)

Rama del derecho que busca por una parte fomentar la innovación, la creación y la transferencia tecnológica, a través de la protección de: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio.

Clasificación de la propiedad intelectual

- Propiedad industrial:
 - Signos y distintivos (marcas)
 - Patentes
- Derechos de autor:
 - Derechos de autor
 - Derechos conexos

¿Por qué se debe registrar una Marca?

Toda persona o empresa que quiera proteger y diferenciar sus productos, bienes o servicios de los de otras personas o empresas debe registrar sus marcas por las siguientes razones:

- La protección de una marca nace con su registro.
- Si se es dueño de una marca se puede impedir que otros usen una marca igual o semejante y que podría generar confusión.
- Por parte de los consumidores, las marcas ayudan a que éstos familiaricen un producto o servicio con elementos muy importantes como el precio, la calidad, durabilidad, etc.
- Las marcas permiten a los propietarios desarrollar prestigio y reputación en un mercado, pues los consumidores asocian las características del producto con el origen empresarial a través de la marca.
- Es un activo intangible que puede llegar a adquirir un alto valor económico.
- La marca puede incrementar las posibilidades de contrataciones del producto o servicio que generarán muchas ganancias para la persona o empresa propietaria.

- Una marca permite la posibilidad de rentabilizar un producto con bienes o servicios derivados, como las franquicias que se vuelven rentables con el tiempo. Por ejemplo, una empresa puede registrar una marca relacionada con una serie animada, y crear una franquicia millonaria con la venta de juguetes en diferentes materiales como lana, tela, plástico, etc.

¿Dónde registrar una marca?

En el Registro de la Propiedad Intelectual ubicada en las instalaciones del Centro Nacional de Registros (CNR).

- Dirección: 1a Calle Poniente y 43 Av. Norte #2310, San Salvador, El Salvador
- Horarios de atención: De 7:30 a.m. a 4:00 p.m., sin cerrar ventanillas de atención al cliente al medio día.

¿Cómo registrar una marca en el CNR?

Paso 1: Se debe de realizar una búsqueda de anterioridad para asegurarse que no ha sido inscrita antes por alguien más. Actualmente, la búsqueda de anterioridad tiene un costo de US\$20.00.

Paso 2: Si en nuestra búsqueda de anterioridad no existe registro alguno, presentaremos una solicitud de registro cumpliendo los requisitos señalados en el Art. 10 de LMOSD, Anexando 2 copias de la solicitud y 15 facsímiles debidamente cortados en un sobre.

Dentro de 5 días hábiles podemos consultar al CNR por la solicitud presentada, pudiendo ocurrir tres situaciones:

- a) Denegación: por incurrir en alguna de las prohibiciones de los Arts. 8 y 9 de LMOSD.
- b) Previsión: el registrador hace observaciones por no cumplir alguno de los requisitos del Art. 10 de LMOSD.
- c) Aceptación: se inicia el proceso de inscripción.

Paso 3: Dependiendo de la respuesta en el paso anterior, debemos hacer lo siguiente:

- a) En caso de denegación: en un plazo de 4 meses debemos contestar la objeción. El Registrador podrá confirmar la denegación o decidir que la denegación no fue procedente y aceptar la solicitud antes negada.
- b) En caso de prevenciones: en un plazo de 4 meses debemos presentar un escrito enmendando (subsanando) las observaciones realizadas. El Registrador podrá estimar que no han sido corregidas las observaciones y denegar la solicitud o, considerando subsanadas las prevenciones, aceptar la solicitud.
- c) Aceptada la solicitud: se nos entrega el cartel original, al que sacaremos una copia que publicaremos en un diario de mayor circulación y el original lo publicaremos en el Diario Oficial, ambas por tres veces alternas.

Paso 4: Pasado 2 meses de nuestra primera publicación en el Diario Oficial, presentaremos un escrito al CNR en el que incluiremos las primeras publicaciones hechas en el diario de mayor circulación y en el Diario Oficial o copias de dichas publicaciones certificadas por notario. Pueden ocurrir dos escenarios:

- a) Existir oposición por tercera persona: se suspenderán las diligencias de registro mientras se conoce el incidente de oposición.

- b) Cumplido con los requisitos de ley, sin haber sido presentada oposición por ninguna persona o haberse resuelto a nuestro favor el incidente de oposición, se nos dará orden de registro, previo pago de los derechos de registro correspondientes.

Paso 5: Dentro de los 3 meses próximos se tiene que presentar el recibo de los derechos de registro por un valor de US\$100.00. Posteriormente se entrega el auto de inscripción y el certificado de registro original. La marca queda protegida por 10 años y deberá renovarse durante el último año de vigencia.

REGISTRO DE UNA MARCA MUNICIPIO EN EL SALVADOR

El registro de una marca municipio se desarrolla de la misma manera que el registro de una marca comercial común y corriente; únicamente se tiene que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El tipo de marca puede ser marca individual o marca mixta (Nombre del municipio, diseño con figuras o colores alusivos al municipio, frase de publicidad)
- La titularidad de la marca es de la Alcaldía municipal
- La cobertura de la marca es tanto de productos como de servicios
- La vigencia de las marcas es de diez años
- La marca es renovable por iguales periodos de tiempo
- Las municipalidades exentas de pago de derechos de registro
- Únicamente deben cancelar las publicaciones en el Diario Oficial y en periódico de mayor circulación nacional (el costo depende del tamaño de la publicación entre más extenso el edicto aumenta el coste)
- Los derechos de propiedad intelectual son territoriales (marca únicamente goza protección en el país de origen)
- Para poder conceder licencias de uso la marca debe estar registrada

8.2.3.2. LINEA DE ACCION 2.2: MARKETING

Según Stanton, Etzel y Walker, "El **marketing** es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, **promover, publicitarlos** y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización" (Del libro: Fundamentos de marketing, 13a Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Pág. 7)

Publicidad: Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

Objetivos de la publicidad:

- Informar al consumidor sobre los beneficios de un determinado producto o servicio, resaltando la diferenciación por sobre otras marcas.
- Busca inclinar la balanza motivacional del sujeto hacia el producto anunciado por medios psicológicos, de manera que la probabilidad de que el objeto o servicio anunciado sea adquirido por el consumidor se haga más alta gracias al anuncio. Se hace necesario crear la preferencia por el producto anunciado a partir de argumentos rápidos intentando convencer a los consumidores a adquirir ciertos productos.
- Tiene la necesidad de crear demanda o modificar las tendencias de demanda de un producto ya sea bien o servicio.

Algunas estrategias para la realización de una publicidad efectiva son:

- Asociación psicoemotiva al consumidor. Por medio de estética (imágenes, música, personas, etc.), humor (transmitiendo una sensación positiva acerca del producto), sentimientos o evocación (no hace referencia directa al producto, sino la sensación que te produce), dramatización o testimonio (representa un episodio de la vida real).
- Imagen de marca: se recurre a un símbolo para asociarlo sistemáticamente al producto o a la marca. Como consecuencia se producirá un reconocimiento automático del símbolo (color, eslogan, elemento simbólico, etc.) por parte del consumidor.
- Enigma o suspenso: Presenta una incógnita, que con el tiempo se te va desvelando, hasta que en un momento dado presenta la solución. Produce un deseo, una expectativa.

Promoción: es una herramienta o variable de la comunicación comercial, consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

Los objetivos están asociados generalmente con resultados como la venta de corto plazo, y no con resultados permanentes.

- Romper la lealtad de clientes de la competencia.
- Lograr mayor apoyo del equipo de ventas para futuras campañas.
- Influir en las actitudes y comportamientos del público objetivo a favor de los productos y de la empresa que los ofrece.
- Dar a conocer las características, ventajas y beneficios de un producto (informar), conseguir que los potenciales clientes actúen comprando el producto (persuadir) y mantener el nombre de marca en la memoria de los clientes (recordar).

Existen numerosas herramientas utilizadas en la promoción de ventas, entre estas están:

- Muestras: Entrega gratuita y limitada de un producto o servicio para su prueba.
- Cupones: Vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del producto o servicio.
- Rembolsos: oferta de devolución de parte del dinero pagado por el producto o servicio. Generalmente en la siguiente compra.
- Precio de paquete: Rebaja de precios marcada directamente en el envase o etiqueta.
- Premios: Bienes gratuitos o a precio reducido que se agregan al producto o servicio base.
- Regalos publicitarios: Artículos útiles con la marca o logo del anunciante que se entregan gratuitamente a sus clientes, prospectos o público en general.
- Premios a la fidelidad: Premio en dinero, especie o condiciones por el uso habitual de los productos o servicios de una compañía.
- Promoción en el lugar de ventas: Exposiciones y demostraciones en el punto de venta.
- Descuentos: Reducción del precio de un producto o servicio, válido por un tiempo.
- Eventos: Ferias y Convenciones para promocionar y mostrar productos y servicios.
- Concursos de venta: concursos entre vendedores o entre miembros del canal.
- Asociación de producto: regalar una muestra o un obsequio al cliente que aliente la venta y compra.

8.2.3.2.1. PUBLICIDAD PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA

8.2.3.2.1.1. CREACIÓN DE LA FAN PAGE

Una Red Social es una página web en la que los internautas intercambian información personal y contenidos multimedia de modo que crean una comunidad de amigos virtual e interactiva. En la actualidad, las redes sociales más populares son: Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, etc.; de las cuales Facebook es la red social con más usuarios alrededor del mundo. Para las empresas u organizaciones Facebook se vuelve una oportunidad de realizar marketing y dar a conocer sus productos o servicios; y a su vez, tener comunicación directa con los clientes o usuarios. Para ello, Facebook contiene una herramienta que da soporte al Marketing de una empresa u organización; las cuales son las Fan Page.

Fan page o Páginas de Fans es una herramienta de marketing de Facebook destinada para organizaciones, empresas o personas emprendedoras que permite la interacción entre la entidad y sus seguidores, usuarios o clientes llegando a crear comunicación directa con su público o mercado objetivo. La principal clave en todo esto está en escribir contenido que resulte interesante para el público, usuario o cliente y establecer relaciones a largo plazo con estos.

¿Para qué sirven las Fan Pages?

En pocas palabras sirven para dar a conocer una marca, negocio o causa en Facebook y conectar con personas interesadas en ello; pero además de ello, para una organización se pueden enlistar las siguientes utilidades:

- **Generar prospectos (clientes potenciales):** Con una página de Facebook se puede construir paulatinamente una base de datos de personas interesadas en el producto/servicio ofertado, de manera que se pueda seguir en contacto y estar presente cuando sea el momento de que el cliente tome la decisión de compra.
- **Fortalecer la relación con clientes actuales:** El que alguien ya sea cliente no es garantía de que seguirá siendo cliente. La relación con los clientes debe cultivarse

todos los días y para eso una página de Facebook es una excelente herramienta. Aunque seguramente la comunidad en Facebook estará conformada mayoritariamente por personas que aún no son clientes, también se tendrá una buena porción de clientes actuales, para quienes estar al tanto de las novedades y del valioso contenido les valida que tomaron la decisión correcta.

- **Incrementar el tráfico a la página web (en dado caso exista):** Una página de Facebook es un medio, no un fin. Es un poderoso medio de interacción, pero su finalidad (desde el punto de vista empresarial), es generar clientes potenciales. Es por eso que el siguiente paso en muchos casos es movilizar personas hacia la página web, el centro de operaciones donde tiene más información de valor y donde el visitante podrá dar el siguiente paso que lo acercará a una compra futura.
- **Educar a clientes potenciales:** Compartir constantemente contenido con los clientes potenciales permite forjarse un posicionamiento e informar sobre aspectos relevantes de la industria y su negocio (razones de preferencia). Se pueden utilizar múltiples formatos como texto, video, imágenes o audios para que los clientes conozcan o descarguen información complementaria.
- **Hacer más visible la marca o empresa:** En otras palabras, una página de Facebook permite exponerse al mercado objetivo. Si bien es cierto que una Fan Page en Facebook no es del todo gratis, hay que pagar para atraer fans y para la promoción de su contenido, es una forma efectiva y accesible de construir una comunidad de prospectos calificados.



Ilustración 45 - Ejemplo de Fan Page: CNR de El Salvador

Fuente: Fan Page CNR El Salvador

Por ello, se hace la propuesta de la creación de la Fan Page relacionada al turismo en el municipio de Alegría, en la cual debe ser diseñada, mantenida y administrada por el encargado de comunicaciones de la Oficina de Turismo (ver Línea de acción 4.1: Organización Turística). Para la creación de la Fan Page, el encargado de comunicaciones debe de tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- El nombre de la Fan Page debe de ser “Alegría, un tesoro en la cumbre”
- La foto de perfil de la página tiene que ser la marca municipio de Alegría.
- La foto de Portada tiene que ser una foto representativa del municipio de Alegría.
- Las publicaciones (afiches, videos, etc.) tienen contener la misma línea gráfica que las vallas publicitarias, mupies, brochure, etc.
- La Fan Page tendrá funcionamiento permanente.

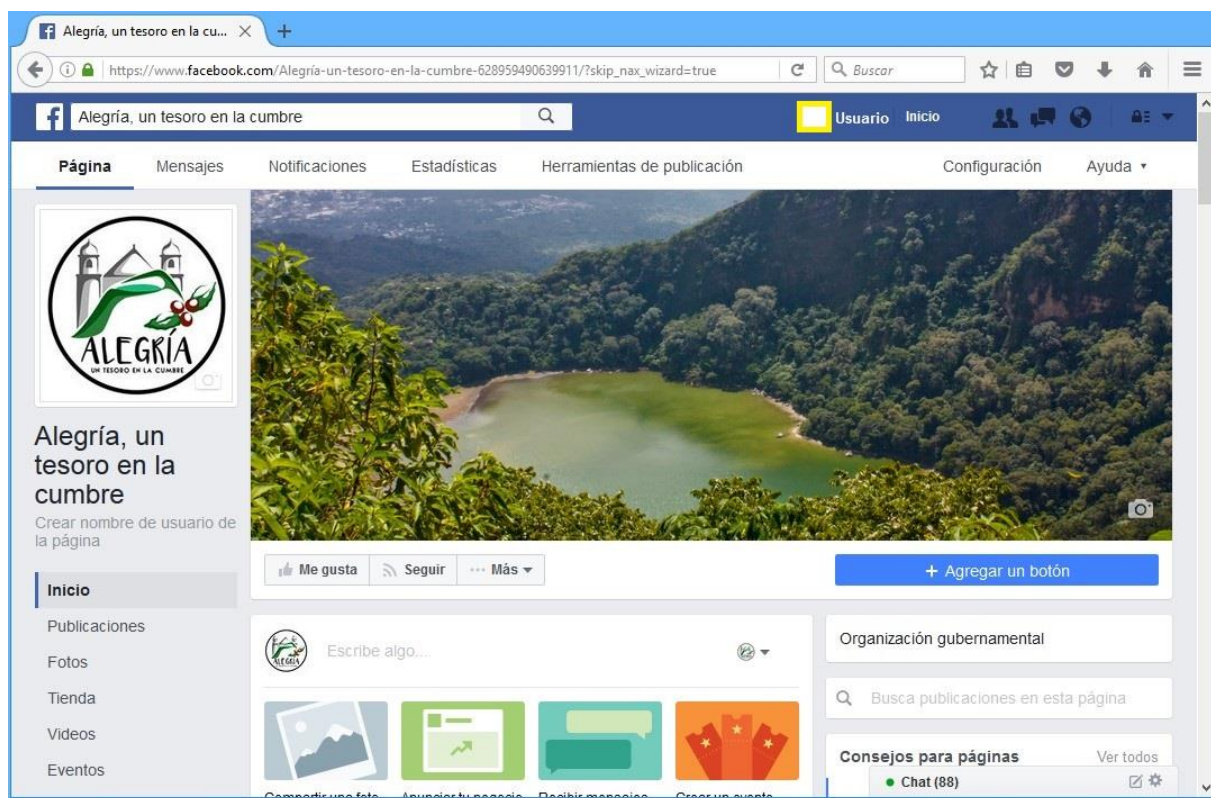


Ilustración 46 - Ejemplo de propuesta de Fan Page turística para el municipio de Alegría

Fuente: Elaboración propia con ayuda de Facebook

ENFOQUE CLIENTE EXTRANJERO.

El tema de publicidad en cuanto a su enfoque debe ser amplio e integral y buscar la captación o tracción no solo del mercado nacional si no el mercado extranjero, pues analógicamente a una empresa que no exporta limita su mercado, así mismo debe buscarse exportar turismo desde Alegría.

Se propone para contribuir a la exportación de turismo:

- Conceptualización de atractivos llamativos al extranjero en fan page.
- Anuncios publicitarios destinados a turista extranjero
- Gestión con mitur y corsatur publicidad y referencias al turista extranjero.

- Actualización frecuente de información de Alegría para el extranjero y mercado nacional

CONCEPTUALIZACION DE ATRACTIVOS AL EXTRANJERO EN FAN PAGE.

La presente estrategia permite incluir dentro de la propuesta FAN PAGE un requerimiento adicional que contribuye a la exportación de turismo, esto es generar una sección en fan page dedicada a publicitar a través de videos e imágenes, aquellos atractivos los cuales son insignia turística en cuanto a atractivos en Alegría, pero más que todo aquellos que resultan ser atractivos para personas de países extranjeras.

Según el Plan Turístico Alegría 2009 realizado por SACDEL, se tiene que el 2% de extranjeros que arriban al municipio son atraídos por atractivos de tipo natural y aspectos pintorescos, concretamente:

- Áreas naturales
- Calles y plazas pintorescas
- Descanso

Por lo que se sugiere potenciar paulatinamente anuncios dirigidos al exterior, exponiendo y promocionando:

- Camping en LDA
- Áreas naturales y fincas
- Calles y casas antiguas y pintorescas del municipio.
- Caminatas y turismo de aventura.

MENSAJES PUBLICITARIOS DIRIGIDOS A EXTRANJEROS.

Se recomienda diseñar anuncios específicos y dirigidos a turista extranjero en el cual se incentive la práctica de turismo de aventura, sugiriendo Alegría como el lugar ideal.

Estos anuncios deben ser breves, claros concisos, deben tener la información necesaria que englobe los conceptos que identifican a Alegría: Belleza de Recurso Natural, Pueblo pintoresco, El nombre del municipio y la invitación a visita.

GESTION CON MITUR Y CORSATUR

Se recomienda solicitar con las instituciones en mención, se incluya Alegría como destino turístico dentro de las actividades publicitarias planificadas año con año. En vista de que dichas instituciones realizan programas de publicidad para promocionar a El Salvador como destino es preciso aprovechar tal recurso realizando las gestiones correspondientes.

ACTUALIZACION DE INFORMACION EN FUERTES EN AMBITOS POTENCIALES DEL TURSIMO

Es preciso brindar una imagen adecuada y atractiva para poderla publicitar, se recomienda cada mejora realizada, atractivo o producto turístico implementado, se publique y comparta de manera que busquen mantener a Alegría como un municipio que se encuentra a la vanguardia en temas de turismo, orden y seguridad lo cual son aspectos que determinan en gran parte la decisión de un extranjero en cuanto a visitar o no un determinado lugar.

8.2.3.2.1.2. VALLAS PUBLICITARIAS

Una **valla publicitaria** o **panel publicitario** es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios.

Con el propósito de atraer mayor número de turistas del AMSS se propone la instalación de publicidad en vallas publicitarias en áreas estratégicas del AMSS. Dicha publicidad tiene que ser publicada durante 1 mes, durante el mes anterior a las siguientes fechas festivas: Vacaciones de semana Santa, Vacaciones Agustinas y Vacaciones de Fin de año). La cantidad de vallas publicitarias a necesitar por cada temporada será de 2.

Los diseños propuestos son los siguientes:



Ilustración 47 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #1

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 48 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #2
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 49 - Propuesta de diseño de valla publicitaria #3
Fuente: Elaboración propia

8.2.3.2.1.3. MUPIS

Al igual que las vallas publicitarias, los mupis tienen el propósito de atraer mayor número de turistas del AMSS. Para ello se propone la instalación de publicidad en mupis del AMSS. Dichas publicidad tiene que ser publicada durante 1 mes, durante el mes anterior a las siguientes fechas festivas: Vacaciones de semana Santa, Vacaciones Agostinas y Vacaciones de Fin de año). La cantidad de mupis a necesitar por cada temporada será de 8.

Los diseños propuestos son los siguientes:

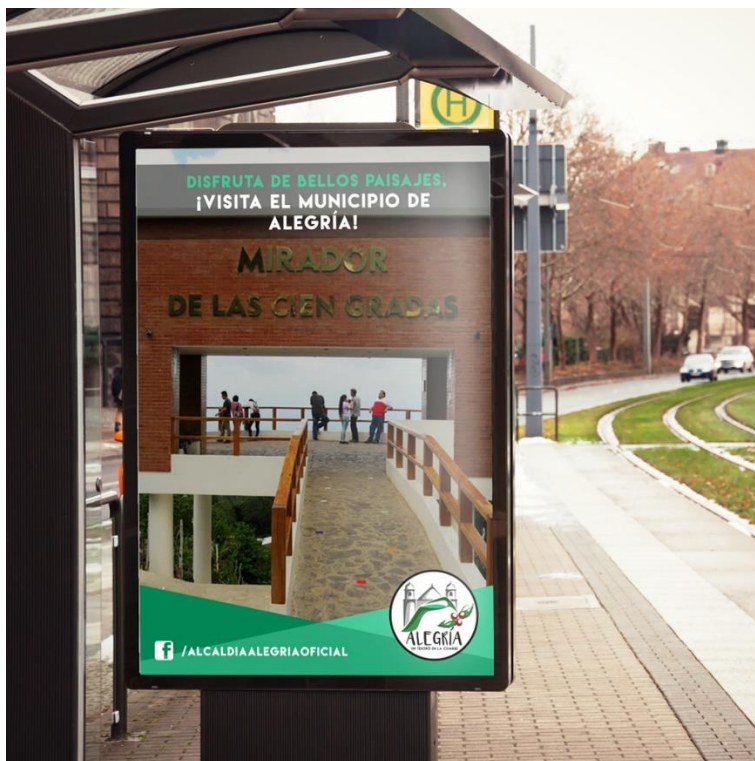


Ilustración 50 - Propuesta de diseño de mupis #1

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 51 - Propuesta de diseño de mupis #2

Fuente: Elaboración propia

8.2.3.2.1.4. ESTAND INFORMATIVO

Un **estand**, o stand en inglés, es el espacio dentro de una feria, centro comercial o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.

El estand es un espacio identificador de cada empresa u organización en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales.

Al igual que las vallas publicitarias y los mupis instalados con publicidad del municipio de Alegría en el AMSS, el estand busca incentivar al turista potencial a visitar el municipio de Alegría.

Lineamientos a tomar en cuenta para el diseño del estand:

- El estand debe estar ubicado en las afueras de los principales centros comerciales de San Salvador, parques, plazas y cualquier lugar estratégico donde se encuentren clientes potenciales en el AMSS etc. y su ubicación debe de ser de carácter rotativo.
- El estand tendrá 2 personas capacitadas, encargadas de la promoción y publicidad del municipio de Alegría (Ver más en Línea de Acción 4.1: Organización Turística).
- El principal objetivo del estand será llamar la atención de las personas y entregarles información por medio de un díptico acerca del municipio de Alegría (Ver diseño de díptico en Línea de acción 2.2: Marketing, sección Díptico Publicitario).
- En el estand se entregarán artículos promocionales del municipio de Alegría (Ver diseño de los promocionales en Línea de acción 2.2: Marketing, sección Promoción para el municipio de Alegría).

- El stand funcionaran únicamente durante los fines de semana (tanto sábado como domingo) de todo el año.
- El stand tendrá 4 catálogos turísticos del municipio de Alegría (Ver Línea de acción 3.2: Mejora de información de la O.T. sección Diseño del catálogo turístico para el municipio de Alegría).
- El stand será portátil y para ello se propone el siguiente diseño en la imagen ilustrativa de una marca de bebidas carbonatadas que se presenta a continuación:



Ilustración 52 - Imagen ilustrativa de diseño del stand publicitario-promocional

Fuente: Elaboración propia

8.2.3.2.1.5. *DIPTICO PUBLICITARIO*

En publicidad y artes gráficas, un **díptico** es un folleto impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en dos partes. Constituye un medio para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc.

La disposición de la información suele ser la siguiente:

- En la portada se imprime el eslogan o frase de la campaña así como el logotipo identificativo de la empresa o los integrantes de un grupo determinado.
- En el interior se despliegan los argumentos de venta exponiendo las ventajas competitivas del producto o servicio, apoyadas por fotografías o gráficos.
- Por último, la contraportada se reserva para colocar el logotipo de la empresa y datos de utilidad como localización, teléfono de contacto, etc.

Para el caso, las 2 ilustraciones que se presentan a continuación, muestran el diseño del díptico propuesto para brindar información a los turistas potenciales y actuales sobre el municipio de Alegría. El díptico será distribuido de manera gratuita por medio de los stands informativos y la Oficina de Turismo. La cantidad de dípticos publicitarios para el stand informativo será de 40 por cada fin de semana para los 52 fines de semana anuales y la cantidad de dípticos para la oficina de turismo será de 25 por semana para cada una de las 52 semanas del año, haciendo un total de 3380



SERVICIOS TURÍSTICOS 

Alimentación
Son 14 restaurantes los que operan en Alegría, con gran variedad de comida nacional e internacional con precios promedio por persona que varían de \$3.00 a \$9.00

Alojamiento
Son 5 entre hostales y cabañas que operan en Alegría, con gran disponibilidad de camas y habitaciones, en donde el costo de habitación por 24 horas por persona varía de \$10.00 a \$60.00

Otros servicios turísticos

- Ventas de artesanías
- Variedad en gastronomía
- Viveros de plantas ornamentales
- Tiendas

¿CÓMO LLEGAR DESDE SAN SALVADOR? 

- Carretera del Litoral hasta Usulután, tomar el desvío a Santiago de María y luego la calle hacia Alegría.
- Carretera Panamericana hasta Mercedes Umaña, tomar el desvío a Berlín y luego la calle hacia Alegría.

ALEGRÍA
UN TESORO EN LA CUMBRE

**UN LUGAR QUE TE ENCANTARÁ
¡VISITA ALEGRÍA!**

 /ALCALDIAALEGRIAOFICIAL

Ilustración 53 - Díptico publicitario: TIRO

Fuente: Elaboración propia



Alegría, en el departamento de Usulután, es una ciudad pintoresca ubicada en las laderas del Volcán Tecapa a una altura de 1,150 msnm; la cual, la hace acreedora de clima fresco idóneo para el cultivo del café.

ATRATIVOS TURÍSTICOS



Laguna de Alegría: Bautizada como "La esmeralda de América" por la poetisa Gabriela Mistral, es un cuerpo de agua con una superficie de 0.2 km² situado en el cráter del volcán Tecapa a 2 km de la ciudad de Alegría. Tiene un característico color verde esmeralda, debido al azufre que produce la actividad volcánica que la rodea. Cuenta una leyenda que, existe una sirena que vive en la laguna, a quien le gustan los hombres guapos y jóvenes; y si alguno se baña en la laguna, la sirena los atrapa y se los lleva al fondo de la laguna.

Actividades turísticas que se desarrollan:

- Descanso, meditación y contemplación de flora y fauna.
- Senderismo y caminatas por el borde del cráter con vistas panorámicas a la bahía de Jiquilisco, sierra Tecapa-Chinameca y el Volcán de San Vicente.
- Camping (únicamente fines de semana)
- Canopy (únicamente fines de semana)
- Servicio de cuatrimotos y bicicletas (únicamente fines de semana)



Casco urbano del municipio: Pequeño y acogedor poblado central del municipio, el cual cuenta con:

- Miradores turísticos: Mirador de las 100 gradas, mirador calle Santiago de María – Alegría y Mirador calle Berlín - Alegría
- Estructuras históricas-culturales: Casa de Alberto Masferrer, Iglesia de Alegría, museo municipal y parque central
- Oficina de turismo: con servicio de información, guía turístico y tours.

Actividades turísticas que se desarrollan:

- Servicio de cuatrimotos y bicicletas (únicamente fines de semana)
- Festivales gastronómicos (únicamente fines de semana)



Ilustración 54 - Díptico publicitario: RETIRO

Fuente: Elaboración propia

8.2.3.2.2. PROMOCION PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRÍA

La promoción del municipio de Alegría se realizará por medio de regalías de artículos promocionales del municipio de Alegría. Al igual que los dípticos, los artículos promocionales serán distribuidos de manera gratuita por medio de los stands informativos y la Oficina de Turismo con la única diferencia que para que para obtenerlos, se deberá realizar algún tipo de sorteo, dinámica, concurso o juego de azar.

Los artículos promocionales y su diseño se enlistan a continuación:

1- Camisas



Ilustración 55 - Diseño propuesto de camisas promocionales

Fuente: Elaboración propia

2- Gorras



Ilustración 56 - Diseño propuesto de gorras promocionales
Fuente: Elaboración propia

3- Squeezes



Ilustración 57 - Diseño propuesto de squeezes promocionales
Fuente: Elaboración propia

4- Tazas



Ilustración 58 - Diseño propuesto de tazas promocionales
Fuente: Elaboración propia

5- Llaveros



Ilustración 59 - Diseño propuesto de llaveros promocionales

Fuente: Elaboración propia

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA DIRECTRIZ 2: PROMOCION Y PUBLICIDAD

Descripción	Cantidad
Inversión	
Fan Page	1
Estand informativo	1
Marca municipio	1
Requerimientos anuales	
Vallas publicitarias	9
Mupis	30
Díptico publicitario	3380
Camisas	360
Gorras	480
Squeezes	600
Tazas	600
Llaveros	1000

Tabla 146 - Requerimiento de recursos para Directriz 2: Promoción y publicidad

FUENTE: Elaboración propia

8.3. DIRECTRIZ 3: SERVICIO DE INFORMACION

8.3.1. DESCRIPCION

Para las organizaciones es importante que sus clientes o usuarios conozcan a cabalidad el producto o servicio que se les brinda acerca de sus propiedades, usos, beneficios, etc. Para la industria del turismo no es la excepción y es importante que el turista esté debidamente informado acerca del sitio turístico que visita. Por ello, es indispensable pensar en la manera de cómo, donde y cuando hacerle llegar esta información al turista. En ese sentido, en el municipio de Alegría, se hace necesario la implementación de señalización turística, con el objetivo que el turista este correctamente orientado e informado, un mapa turístico, con el objetivo que el turista este orientado y un adecuado y oportuno servicio de información en la Oficina de Turismo como principal informante de las actividades, servicios, actividades y recursos turísticos con los que cuenta el municipio. Por ello, en la presente directriz se desarrolla una propuesta de servicio de información de Alegría con el propósito de hacer más placentera la visita del turista y este esté animado a realizar próximas visitas en el futuro y recomiende a sus conocidos el visitar el municipio.

8.3.2. OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar una propuesta que brinde un servicio de información adecuado a los turistas actuales del municipio de Alegría, sobre las actividades, servicios, atractivos y sitios turísticos, por medio de una adecuada señalización turística y mejora de atención de la Oficina de Turismo para mejorar la calidad de la estadía del turista que hace su visita en el municipio y así este se anime a volver a visitar el municipio y recomiende a sus conocidos.

Objetivos Específicos:

- Definir los conceptos de señalización, señalización turística, señales turísticas y sus componentes gráficos que brinden los elementos necesarios para posteriormente elaborar propuestas de diseño de referidas a la señalización turística en el municipio de Alegría.
- Elaborar propuestas de señalización turística que indique al turista la ubicación de la Oficina de Turismo.
- Diseñar propuestas de señalización turística de los atractivos, servicios, actividades y recursos turísticos para informar y orientar al turista en su recorrido en el municipio de Alegría, tanto en el casco urbano como en la Laguna de Alegría.
- Definir el concepto de mapa turístico y crear propuestas de mapas turísticos que orienten al turista acerca de la ubicación de atractivos, servicios y actividades turísticas en el municipio de Alegría, tanto en el casco urbano como en la Laguna de Alegría.
- Mejorar el servicio de información de la Oficina de Turismo del municipio de Alegría a través de la propuesta de catálogos informativos que proporcionen toda la información necesaria acerca de los atractivos, servicios, y actividades turísticas con las que cuenta el municipio de forma resumida, clara y precisa.
- Establecer un nuevo horario de atención de la Oficina de Turismo de tal forma que este hábil los días de mayor afluencia turística para mejorar el servicio que esta brinda al turista.

8.3.3. COMPONENTES

8.3.3.1. LINEA DE ACCION 3.1: SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como un modo de relación entre los individuos y su entorno.

Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

La señalización turística es aquella que orienta a los visitantes durante su recorrido en el recurso turístico; brindándole información precisa y anticipada en su acceso y salida del sitio sobre los atractivos o servicios turísticos de la zona. En ese sentido, dado que existen diversas formas de recorrido la señalización puede ser de dos tipos:

- Señalización para el visitante en vehículo: Es aquella, en la que el visitante se informa estando en movimiento. Se aplica para los recorridos que requieren de unidades móviles.
- Señalización para el visitante o peatón: Es aquella, en la que el visitante se informa estando detenido o caminando. Se aplica para los recorridos peatonales

Las señales turísticas son aquellas señales que se utilizan para indicar a los usuarios con anticipación la aproximación de lugares de interés turístico, así como actividades, servicios turísticos y relacionados. Esta información se realiza a través de pictogramas, íconos y palabras organizadas en un letrero

COMPONENTES GRAFICOS

- **Los íconos** son signos que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado.
- **Los pictogramas** son signos concisos que en su brevedad visual pueden transmitir rápidamente un significado con simplicidad y claridad, más allá de las fronteras del idioma y la cultura.
- **Las flechas y la tipografía** son elementos imprescindibles en señales de tipo direccional
- **El color** carga de valores que se añaden al propio significado de las señales; dichos valores pueden llegar a variar de acuerdo con los distintos usuarios y las diferentes culturas. Dependiendo del tipo de señal turística, los colores que se utilizarán son verde (Informativas de destinos), azul (Informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos), café (Pictogramas de atractivos naturales y culturales), con orla y letras blancas.

Las señales turísticas, además de poseer un significado convencional, responden a un idioma universal para informar al turista sobre los sitios, atractivos, servicios y actividades que podrá realizar. Las señales turísticas deben ser usadas de acuerdo a las recomendaciones de los estudios técnicos realizados, de manera que los íconos y letreros sean fácilmente reconocidos y comprendidos.

Para que la señalización turística sea efectiva es necesario que cumpla las siguientes condiciones:

- **Diseño:** Debe ser tal que la combinación de sus dimensiones, colores, forma, composición y visibilidad llamen apropiadamente la atención del turista, de modo que el mensaje sea recibido con claridad y pueda ser respondido debidamente.
- **Ubicación:** Debe tener una posición que llame la atención del conductor y turista dentro de su ángulo de visión.
- **Uso:** La aplicación de la señalización turística debe ser tal que esté de acuerdo con la naturaleza de la actividad turística.
- **Uniformidad:** Constituye una condición indispensable para que los usuarios puedan reconocer e interpretar adecuadamente el mensaje de la señalización.
- **Mantenimiento:** Condición de primera importancia para la operación eficiente y legible de la señalización turística.
- **Mensaje:** El conjunto de señales turísticas deben orientar al visitante durante su recorrido desde los centros de soporte hasta los sitios de visita; por tanto se debe considerar señales de ida y retorno.
- **Autoridad Legal:** El conjunto de señales turísticas solo será colocado con la autorización correspondiente y bajo el control del organismo competente.
- **Necesidad de Estudios de Ingeniería:** La decisión de utilizar señales turísticas en cualquier ubicación, sea calle o carretera, debe estar basada en un estudio de ingeniería; cuyo alcance deberá abarcar las características de la señal y geometría visual, así como su funcionalidad y el entorno. El estudio conlleva la responsabilidad del profesional y de la autoridad respecto al riesgo que pueden causar por una señalización inadecuada.

8.3.3.1.1. SEÑALIZACIÓN PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRÍA

8.3.3.1.1.1. SEÑALIZACIÓN DE UBICACIÓN DE OFICINA DE TURISMO

Según los resultados de las encuestas del estudio de mercado elaborado anteriormente, tanto los turistas actuales como los potenciales no conocen la ubicación de la Oficina de Turismo en el municipio de Alegría, para subsanar el problema, se propone la ubicación de 2 señales turísticas, una en la entrada al municipio desde Santiago de María y otra en la entrada al municipio desde Berlín (La ubicación de la señal se muestra en la ilustración 62). La señal turística deberá ser elaborada de la siguiente manera:

- **Descripción técnica de la señal (tablero, medidas, materiales, postes, tornillos y anclajes):** El propuesto por el manual de diseño del sistema de señalización turística de la Ruta Colonial y de los volcanes, pág. 12 y 13, señalización direccional intraurbana.
- **Símbolos y pictogramas:** El propuesto por el manual de diseño del sistema de señalización turística de la Ruta Colonial y de los volcanes, pág. 31, Símbolos y pictogramas.

A continuación, se presenta el diseño propuesto de la señalización de ubicación de la Oficina de Turismo:



Ilustración 60 - Señalización propuesta de la ubicación de la Oficina de Turismo

Fuente: Elaboración propia

8.3.3.1.1.2. SEÑALIZACIÓN DE ACTIVIDADES, SERVICIOS Y ATRACTIVOS EN EL CASCO URBANO.

Según los resultados de las encuestas del estudio de mercado elaborado anteriormente, tanto los turistas actuales como los potenciales consideran que la señalización turística del municipio es “regular”. Por ello, se propone la ubicación de señales turísticas de identificación de los atractivos, servicios y actividades turísticas. Las señales turísticas deberán ser elaboradas de la siguiente manera:

- Descripción técnica de las señales (tablero, medidas, materiales, postes, tornillos y anclajes): El propuesto por el manual de diseño del sistema de señalización turística de la Ruta Colonial y de los volcanes, pág. 16 y 17, señal de identificación de la ruta.
- Los símbolos y pictogramas: Los propuesto por el manual de diseño del sistema de señalización turística de la Ruta Colonial y de los volcanes, pág. 31-5, Símbolos y pictogramas.

A continuación, se presenta un ejemplo del diseño de la señalización de actividades servicios y atractivos turísticos:



Ilustración 61 - Ejemplo de señalización propuesta para servicios y actividades turísticas.

Fuente: Elaboración propia

La cantidad de señales a instalar en el casco urbano (además de las 2 de ubicación de la Oficina de Turismo) serán un total de 13; la ubicación y los pictogramas a utilizar son como muestra siguiente ilustración.

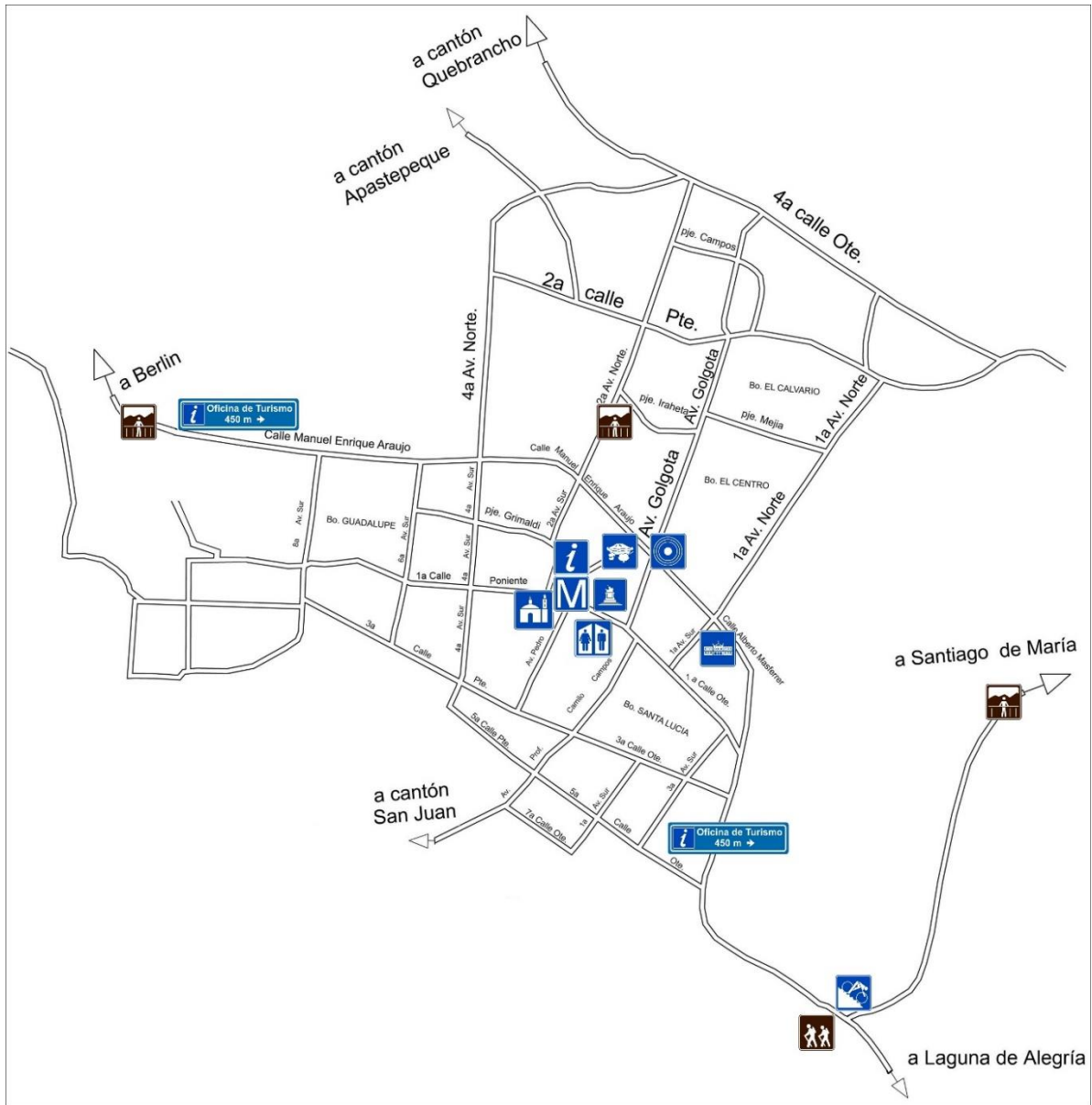


Ilustración 62 - Señalización de actividades, servicios y atractivos para el casco urbano

Fuente: Elaboración propia

8.3.3.1.1.3. SEÑALIZACIÓN DE ACTIVIDADES, SERVICIOS Y ATRACTIVOS EN LA LAGUNA DE ALEGRÍA.

Además de la señalización del casco urbano, también es necesario señalar la Laguna de Alegría, con el objetivo que el turista identifique el lugar donde puede desarrollar determinadas actividades turísticas. Las señales a ubicar en la Laguna de Alegría tendrán las mismas especificaciones técnicas y se utilizarán los mismos pictogramas propuestos para los del casco urbano.

La cantidad de señales a instalar en la Laguna de Alegría serán un total de 17; la ubicación y los pictogramas a utilizar son como muestra siguiente ilustración.



Ilustración 63 - Señalización de actividades y servicios para la Laguna de Alegría

Fuente: Elaboración propia

8.3.3.1.2. MAPAS TURISTICOS

Un **mapa turístico** es aquel mapa que incluye información útil para el turismo relativa a la localización urbana y a las vías de comunicación destacando los puntos de interés; tales como atractivos turísticos, servicios turísticos, actividades turísticas, etc.

Para que el turista este mejor orientado e informado acerca de las actividades, servicios y atractivos turísticos, se propone la instalación de mapas turísticos, uno en el casco urbano, a un costado de la Oficina de Turismo y otro a la entrada de la Laguna de Alegría.

Los mapas turísticos deberán ser elaborados de la siguiente manera:

- Descripción técnica de las señales (tablero, medidas, materiales, postes, tornillos y anclajes): El propuesto por el manual de diseño del sistema de señalización turística de la Ruta Colonial y de los volcanes, pág. 20 y 21, señal de bienvenida a la ruta.
- La altura de los tubos que separan la señal del suelo debe de ser de 700 mm (a pesar que la especificación técnica dice que debe de ser de 2300 mm). Este diseño de acortar la altura del letrero se debe a que es pensado en función que una persona debe de ver con facilidad el mapa; en otras palabras, el letrero será adaptado a la altura de una persona.

A continuación, se presenta el diseño propuesto de los mapas turísticos:

MAPA TURÍSTICO DEL CASCO URBANO

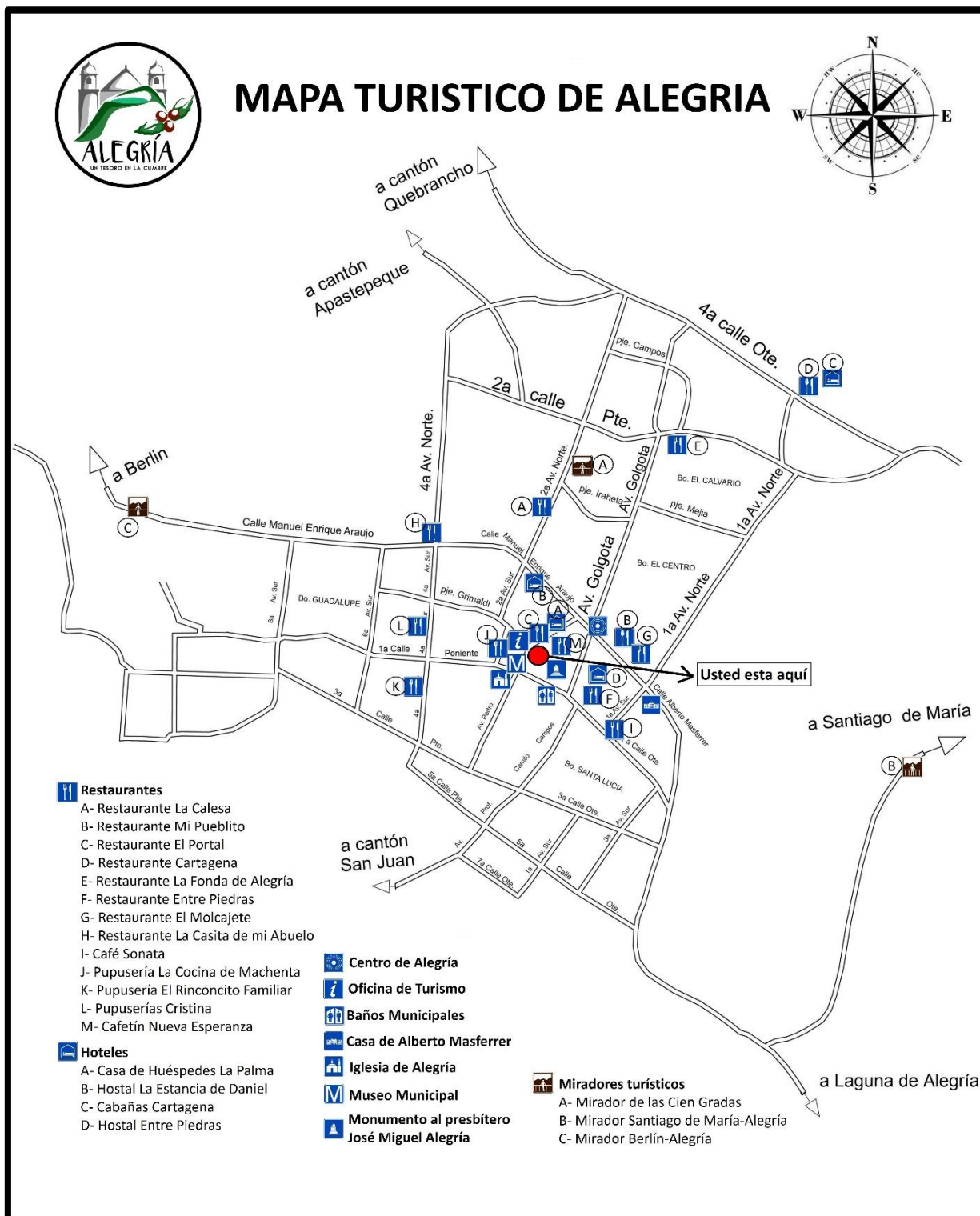


Ilustración 64 - Diseño de mapa turístico para el casco urbano de Alegría

Fuente: Elaboración propia

MAPA TURÍSTICO DE LA LAGUNA DE ALEGRÍA



Ilustración 65 - Diseño de mapa turístico para la Laguna de Alegría

Fuente: Elaboración propia

8.3.3.2. LINEA DE ACCION 3.2: INFORMACION OFICINA DE TURISMO

8.3.3.2.1. CATALOGO TURISTICO

A partir de la Línea de Acción 2.2: Marketing, se espera la atracción de nuevos turistas del AMSS hacia el municipio de Alegría y la Línea de Acción 3.1: Señalización Turística se espera que el turista este enterado de la existencia de la Oficina de Turismo en el municipio de Alegría. Es importante que una vez se tenga captada la atención del turista y este llegue a la Oficina de Turismo, este preste un servicio personalizado de información de guía y orientación turística. Dicho servicio de información puede ser brindado a través de catálogos.

Un **catálogo** es la relación ordenada de un número generalmente extenso de elementos pertenecientes al mismo conjunto, para facilitar su localización; por ejemplo, en un archivo o una biblioteca. Es comparable a un diccionario (catálogo de palabras), a un callejero (catálogo de calles), a un nomenclátor (catálogo de poblaciones), a una guía telefónica (catálogo de números de teléfono) o a un censo de población; de hecho, a cualquier tipo de base de datos.

Para el caso del servicio de información que se espera brindar al turista que visita el municipio de Alegría se pueden aplicar los catálogos comerciales. El **catálogo comercial** es una obra impresa en la que las organizaciones o empresas muestran su oferta de productos y servicios a los clientes o usuarios.

El catálogo comercial se renueva periódicamente, en muchas ocasiones con periodicidad anual. En la industria de la confección se cambia conforme se van lanzando las colecciones en lo que se llama catálogo de temporada.

El catálogo de producto incluye:

- Fotografía de los productos que se comercializan.
- Breve explicación de sus características técnicas: composición, ingredientes, proceso de fabricación, cumplimiento de la normativa aplicable, etc.
- Planos, esquemas o diagramas de su estructura, forma de montaje o funcionamiento.
- Gráficos sobre las prestaciones técnicas más destacadas.
- Gama ofertada: formas, medidas, colores, etc.
- Fotografía de los accesorios o complementos.

El catálogo de servicios muestra la oferta disponible incidiendo en los beneficios que el cliente puede obtener: atenciones incluidas en la tarifa, rentabilidad, plazo, duración, etc.

DISEÑO DEL CATALOGO TURISTICO PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA

El catálogo turístico para el municipio de Alegría deberá ser diseñado por el encargado de comunicaciones de la Oficina de Turismo. Para su elaboración deberá tomar en cuenta los siguientes lineamientos:

- i. Retomar la misma línea gráfica (logo, colores, tipografía, formas, estilos) con respecto a la desarrollada en la línea de acción 2.2 Marketing.
- ii. La utilización de fotografías actualizadas de los productos, servicios, sitios, actividades y atractivos turísticos del municipio de Alegría.
- iii. La estructuración y contenido del catálogo debe de ser de la siguiente manera:

- **PORTADA** (Nombre del catálogo, fotografías representativas del municipio, marca del municipio)
- **INDICE** (Listado del contenido del catálogo)
- 1- MUNICIPIO DE ALEGRIA** (Nombre del municipio, marca, datos generales del municipio, brevísima historia, particularidades y características del municipio y fotografías de todo lo antes descrito del municipio.)
- 2- ATRACTIVOS TURISTICOS**
 - LAGUNA DE ALEGRIA (Nombre del atractivo, fotografía del atractivo, breve historia, descripción y particularidades del atractivo)
 - CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA (Para cada uno de los elementos contenidos en el casco urbano: Nombre del atractivo, fotografía del atractivo, breve historia, descripción y particularidades del atractivo.)
 - Parque Central de Alegría
 - Iglesia de alegría
 - Casa de Alberto Masferrer
 - Museo municipal
 - Mirador de las 100 gradas
 - Miradores municipales Santiago de María - Alegría y Berlín - Alegría
- 3- ACTIVIDADES TURISTICAS DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA** (Para cada una de ellas: Nombre de la actividad, fotografía de la actividad, descripción y localización de la actividad, día, hora y lugar de desarrollo de las actividades, tarifas y precios (si aplica), información complementaria, etc.)
 - CUADRIMOTOS Y BICICLETAS
 - CAMPING
 - CANOPY
 - CAMINATAS Y SENDERISMO
 - TOURS
 - FESTIVAL DE CAFÉ
 - FESTIVAL DE MUSICA
 - FESTIVAL DE FLORES
- 4- SERVICIOS TURISTICOS**
 - SERVICIO DE ALIMENTACION (Para cada uno de ellos: Nombre del establecimiento, logotipo, fotografía de la fachada o de las instalaciones, breve descripción del restaurante, áreas y servicios especiales con los que cuenta, principales platillos y sus respectivos precios, fotografías de algunos de los principales platillos, horario de atención y ubicación.)
 - Restaurante La Calesa
 - Restaurante Mi Pueblito
 - Restaurante El Portal
 - Restaurante Cartagena
 - Restaurante La Fonda de Alegría
 - Restaurante Entre Piedras
 - Restaurante El Molcajete
 - Restaurante La Casita de mi Abuelo
 - Café Sonata
 - Pupusería La Cocina de Machenta
 - Pupusería El Rinconcito Familiar
 - Pupuserías Cristina
 - Cafetín Nueva Esperanza

- Restaurante Laguna de Alegría
- **SERVICIO DE ALOJAMIENTO** (Para cada uno de ellos: Nombre del establecimiento, logotipo, fotografía de la fachada o de las instalaciones, breve descripción del hostel o cabaña, habitaciones y tarifas con las que cuenta, áreas y servicios especiales con los que cuenta, horario de atención y ubicación.)
 - Casa de Huéspedes La Palma
 - Hostal La Estancia de Daniel
 - Cabañas Cartagena
 - Hostal Entre Piedras
 - Cabañas Laguna de Alegría
- **CONTRAPORTADA** (Fotografías representativas del municipio, marca del municipio)

8.3.3.2.2. HORARIO DE ATENCION DE LA OFICINA DE TURISMO

Además de proporcionar la información requerida a los turistas que visitan el municipio de Alegría, esta tiene que brindarse en el momento en que el turista la requiera. Actualmente la Oficina de Turismo funciona de lunes a viernes de 8 AM a 12 PM y de 1 PM a 5:00 PM y los días sábados de 8 AM a 12 PM (Un total de 44 horas semanales) con solo 1 encargado. Además de ello se sabe que la mayor afluencia turística al municipio de Alegría ocurre los fines de semana y que por el horario que actualmente tiene la Oficina de Turismo no se brinda la atención debida al turista; por ello se elabora la propuesta de cambio en el horario de atención de la Oficina de Turismo considerando que al encargado actual de la Oficina de Turismo le acompañará el personal de Comunicaciones (Ver Línea de Acción 4.1: Organización Turística). A continuación se presenta la propuesta de cambio de horario de atención de la Oficina de Turismo.

Hora/Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8-9 AM							
9-10 AM							
10-11 AM							
11-12 PM							
12-1 PM							
1-2 PM							
2-3 PM							
3-4 PM							
4-5 PM							
5-6 PM							

	Hora de trabajo encargado Oficina de Turismo
	Hora de trabajo encargado de Comunicaciones
	Libre

Nota aclaratoria: La Oficina de Turismo operara los días lunes y miércoles en horario de 9 AM a 6 PM con descanso de 12:00 PM a 1:00 PM; los días martes y jueves en horario de 8 AM a 6 PM con descanso de 12:00 PM a 1:00 PM y los días viernes, sábado y domingo en horario de 8 AM a 6 PM de forma ininterrumpida.

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA DIRECTRIZ 3: SERVICIO DE INFORMACION

Descripción	Cantidad
Inversión	
Señalización Oficina de Turismo	2
Señales casco urbano	13
Señales Laguna de Alegría	17
Mapas turísticos	2
Catálogos turísticos	8

Tabla 147 - Requerimiento de recursos para Directriz 3: Servicio de información

Fuente: Elaboración propia

8.4. DIRECTRIZ 4: GESTION

8.4.1. DESCRIPCION

Para el idóneo desarrollo del turismo en el municipio de Alegría que traiga consigo la inversión del mercado de consumo y por ende mejor calidad de vida en la población del municipio, se hace necesario la existencia de un ente organizacional encargado de la administración de recursos, formulación y ejecución de actividades, gestión, coordinación con organizaciones de apoyo, etc. en materia de turismo. Por ello, en la presente directriz se detalla la creación del ente organizacional encargado de regir en materia de turismo en el municipio de Alegría, así como de sus atribuciones. Además de ello, se presentan propuestas de actividades culturales que orientadas a hacer el municipio más atractivo turísticamente y la coordinación con entidades de apoyo que se debe de tener para el desarrollo de la actividad turística.

8.4.2. OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar una propuesta de organización administrativa turística para el municipio de Alegría que involucre la creación de un ente organizativo que promueva la formulación, gestión y ejecución de proyectos actividades y programas turísticos y permita la coordinación con organizaciones de apoyo.

Objetivos Específicos:

- Elaborar propuesta de organización turística para el municipio de Alegría que involucre de manera representativa a miembros de la Alcaldía Municipal como de asociaciones gremiales de Alegría que trabajan por el fomento del desarrollo económico a través del turismo.
- Definir la estructura organizacional turística diseñada para el municipio de Alegría en la cual se detalle la línea de mando y describa cada elemento de la estructura organizacional con sus respectivas atribuciones.

8.4.3. COMPONENTES

8.4.3.1. LINEA DE ACCION 4.1: ORGANIZACIÓN TURÍSTICA

8.4.3.1.1. COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO

Para la administración en materia turística y lograr el desarrollo turístico en el municipio de Alegría, se hace necesario que en la Alcaldía municipal exista de una entidad encargada de trabajar y velar por iniciativas turísticas en el municipio, así como su implantación y administración. Para ello se propone el establecimiento de un **COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO** dentro de la organización de la Alcaldía municipal. El comité municipal de turismo funcionará como una dependencia directa del consejo municipal y este tendrá una dependencia directa, la cual será la oficina de turismo del municipio de Alegría; y esta a su vez tendrá 3 dependencias más, las cuales son: Encargado de actividades turísticas, encargado de publicidad y encargado de comunicaciones. A continuación, se presenta el organigrama de organización turística propuesta para el municipio de Alegría.

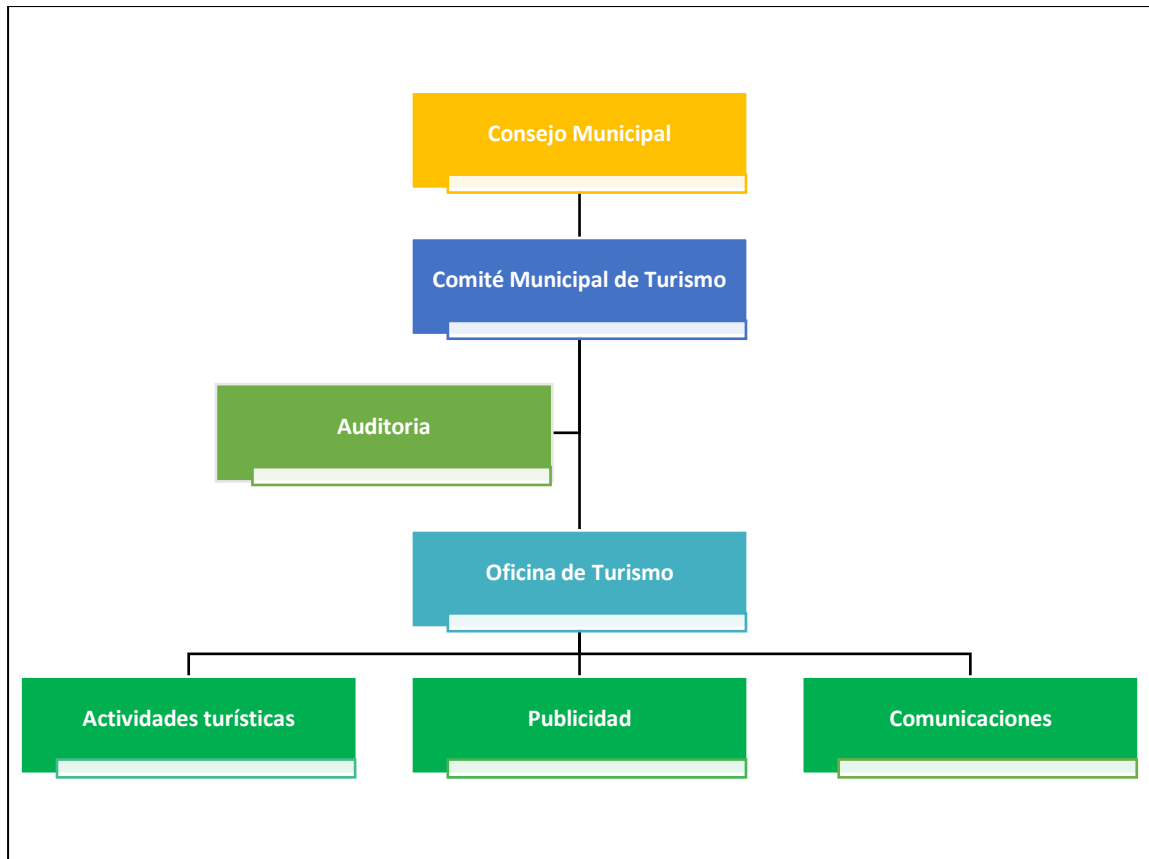


Diagrama 12 - Organización turística propuesta para el municipio de Alegría

Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCION DEL COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO

Se reconoce que el comité municipal de turismo es una dependencia de la Alcaldía Municipal, juramentado por el Consejo Municipal, cuyo objetivo principal será trabajar por el desarrollo

turístico del municipio de Alegría en donde los principales protagonistas de este son las autoridades municipales, y las asociaciones gremiales en materia turística del municipio.

El comité estará integrado por 13 personas, entre los cuales se encuentran actores públicos y privados; que de alguna manera tiene participación directa o indirecta en materia de turismo. Dichas personas son:

- El Alcalde municipal del municipio de Alegría, quien será el coordinador del comité.
- 2 Concejales del municipio de Alegría designados por el Consejo Municipal.
- 1 Trabajador municipal de la Alcaldía designado por el Consejo Municipal.
- 2 Representantes de cada una de las asociaciones gremiales legales del municipio de Alegría (ASEMA, ASMEA, ADESTURA, ACOPACADE). Si con el pasar del tiempo se constituyen más asociaciones gremiales, están tendrán derecho de adherir 2 representante a dicho comité.
- El encargado de la Oficina de Turismo del municipio de Alegría.

Al momento de la creación y consolidación del Comité Municipal de Turismo, el Consejo Municipal debe de considerar las siguientes propuestas de disposiciones OBLIGATORIAS para adecuado funcionamiento de dicho comité:

- El Comité Municipal de Turismo tendrá vigencia de 1 año. Este se renovará cada 1 de febrero.
- Una vez consolidado el Comité Municipal de Turismo, este escogerá entre sus miembros un secretario, el cual tendrá como responsabilidad el establecimiento de la agenda propuesta para cada reunión, así como el levantamiento de actas de acuerdos.
- El Comité Municipal de Turismo deberá reunirse con una periodicidad de 1 vez cada 2 semanas.
- El Alcalde Municipal será el que presidirá las sesiones del Comité Municipal de Turismo.
- El quorum mínimo para el funcionamiento del comité es la mitad de sus integrantes más uno, y para poder tomar decisiones o acuerdos se necesitará el voto de las mitas más uno de los asistentes.

Misión

Somos un Comité que promueve el Desarrollo Turístico Integral del municipio de Alegría, coordinando y potenciando esfuerzos con los diferentes actores que participan en el desarrollo del turismo en Alegría para contribuir al desarrollo socio-económico de la población del municipio de Alegría.

Visión

Ser un comité consolidado que ha posicionado a Alegría, como un destino turístico competitivo con reconocimiento a nivel nacional e internacional y que contribuye de esa manera al desarrollo de la población.

Principios y valores

Como principios y valores rectores del trabajo del Comité Municipal de Turismo del municipio de Alegría se tiene:

- a) Responsabilidad
- b) Compromiso
- c) Coordinación
- d) Integridad

- e) Trabajo en Equipo
- f) Vocación de Servicio

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar el Turismo en el Municipio de Alegría, mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales, el desarrollo de capacidades locales y la concertación de actores públicos y privados que trabajan en el territorio, con el fin de contribuir a mejorar las condiciones integrales de vida su población.

Objetivos Específicos:

- Promover el posicionamiento del municipio de Alegría como un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional.
- Fomentar el desarrollo de acciones que permitan que el municipio de Alegría tenga mayor afluencia turística y esto contribuya al desarrollo local.
- Trabajar de forma coordinada con los diferentes actores en materia de turismo de la localidad e instituciones públicas y privadas para fomentar el pleno desarrollo del turismo en el municipio.
- Aprovechar y promover los recursos turísticos con los que cuenta el municipio de Alegría.
- Atraer inversiones públicas y privadas en actividades económicas, infraestructura y equipamiento necesario para el desarrollo del turismo en Alegría.

8.4.3.1.2. DESCRIPCION ORGANIZACIONAL DEL COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRIA

Para la estructura organizativa antes descrita, se elaboró un manual de organización, el cual describe detalladamente las funciones de cada uno de los elementos de la estructura organizativa.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

ELABORADO POR:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA: 06/02/2017

PÁGINA: 1/11

INDICE

Contenido	Página
INTRODUCCION	2
OBJETIVOS	3
ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO DE ALEGRIA	4
CONSEJO MUNICIPAL	5
COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO	6
ENCARGADO DE OFICINA DE TURISMO	7
ENCARGADO DE ACTIVIDADES TURISTICAS	8
ENCARGADO DE PUBLICIDAD	9
ENCARGADO DE COMUNICACIONES	10
AUDITORIA	11

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN		FECHA: 06/02/2017
		PÁGINA: 2/11
<p>INTRODUCCION</p> <p>El presente manual de organización tiene como propósito, mostrar de manera clara y objetiva la forma de operación de las diferentes unidades de las cuales se encuentra constituida la organización en materia de turismo del municipio de Alegría, Usulután, así como también las funciones que desempeñan las áreas que lo conforman.</p> <p>Es importante que las personas responsables de cada uno de los cargos asignados, tenga en cuenta lo descrito en este manual para desempeñar la función asignada, para evitar problemas de trabajo y coordinación de las actividades y proyectos que se realizan en promoción del turismo del municipio de Alegría.</p> <p>Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser actualizado cada año, o en su caso, cuando exista algún cambio funcional al interior de un área de la organización turística, por lo que cada una de las unidades deberá aportar la información necesaria para este propósito.</p>		
Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 3/11

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

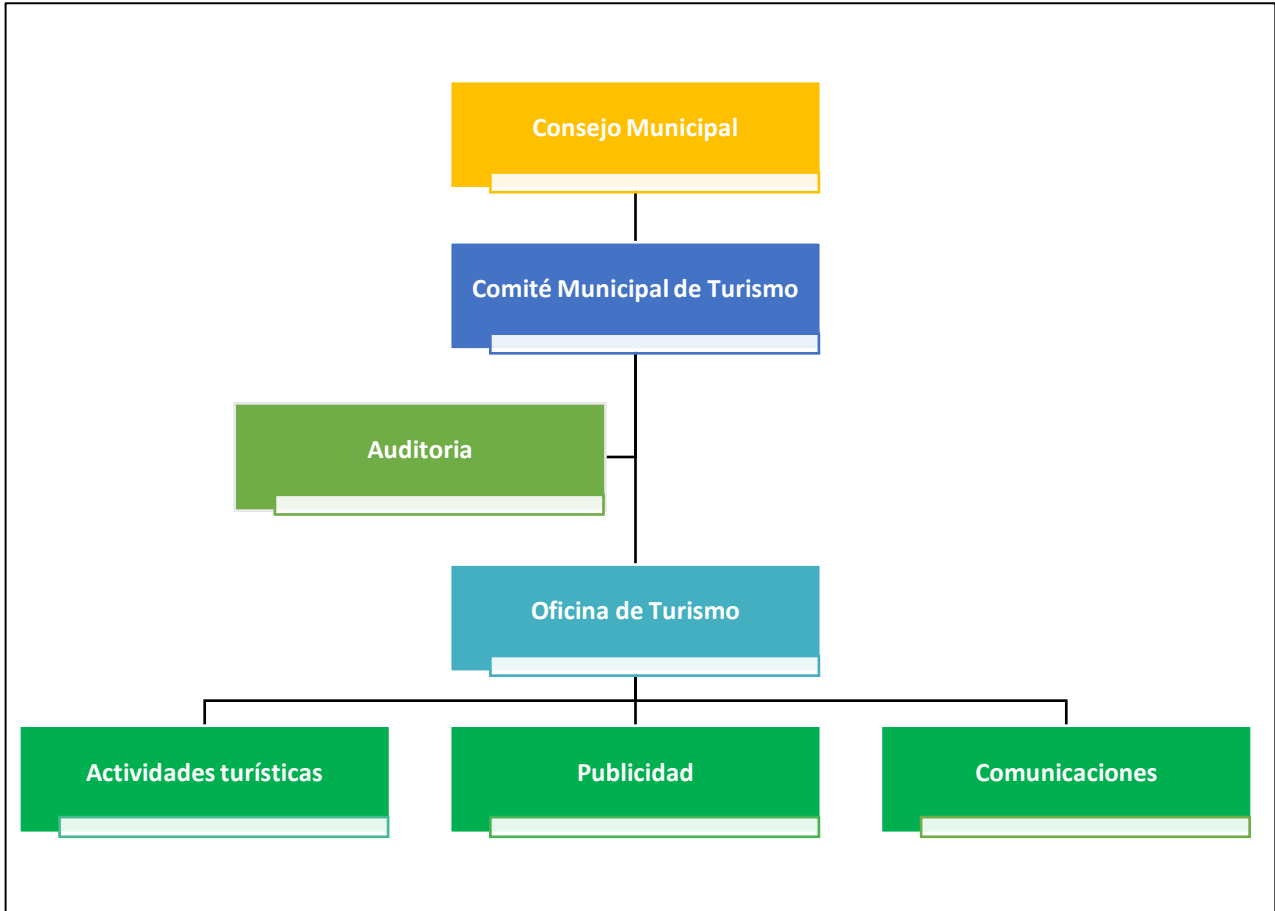
- Desarrollar un manual de organización que describa de forma clara, sencilla y sistemática la organización en materia de turismo del municipio de Alegría, las responsabilidades y funciones que cada unidad debe desempeñar.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir la estructura organizativa en materia turística del municipio de Alegría.
- Describir las funciones de cada una de las áreas que componen la estructura organizativa turística del municipio de Alegría.
- Identificar claramente las actividades que corresponden a cada puesto.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

ORGANIZACIÓN TURISTICA DEL MUNICIPIO DE ALEGRÍA



Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRÍA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRÍA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 5/11

CONSEJO MUNICIPAL

- Dependencia Jerárquica: --- (Ninguna)
- Unidades Subordinadas: Comité Municipal de Turismo
- Descripción General: Es el máximo órgano encargado de administrar la comuna en conjunto con la Alcalde.
- Funciones (en materia turística):
 - ✓ Proporcionarle al Comité Municipal de Turismo todos los recursos e insumos materiales, humanos, financieros necesarios para su funcionamiento.
 - ✓ Facilitar la gestión y la implementación de proyectos que realice el Comité Municipal de Turismo.
 - ✓ Recepción de fondos gestionados por el Comité Municipal de Turismo.
 - ✓ Proporcionar el recurso humano capacitado necesario para complementar la presente estructura organizacional.
 - ✓ Nombrar al auditor turístico.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 6/11

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO

- Dependencia Jerárquica: Consejo Municipal
- Unidades Subordinadas: Oficina de Turismo
- Unidades de Asesoría: Auditoría
- Descripción General: Comité, integrado por los diferentes actores que participan en materia de turismo del municipio de Alegría, el cual busca la creación y coordinación de acciones encaminadas al fomento del desarrollo turístico del municipio de Alegría.
- Funciones:
 - ✓ Ejecutar y coordinar las directrices y estrategias propuestas en el presente plan.
 - ✓ Formular y ejecutar programas (tales como capacitaciones, festivales, conservación del medio ambiente, convenciones, exposiciones de artesanías y artes populares) que fomente el desarrollo del turismo en el municipio.
 - ✓ Promover y articular la participación de las comunidades, organizaciones de apoyo, sectores económicos en la actividad turística del municipio.
 - ✓ Fomentar la utilización sostenible de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio.
 - ✓ Identificar y coordinar esfuerzos con actores que no hayan sido tomado en cuenta en el presente plan de desarrollo turístico para crear mecanismos de inclusión de estos.
 - ✓ Gestionar con las instituciones pertinentes (empresa privada, instituciones gubernamentales, ONG´s) productos y/o servicios, proyectos, etc. que contribuyan al desarrollo turístico del municipio.
 - ✓ Gestión y administración de los recursos materiales y económicos para la ejecución de programas y proyectos.
 - ✓ Rendición de cuentas anuales de la gestión realizada, tanto al Consejo Municipal como a las asociaciones gremiales involucradas antes del fin de periodo del Comité.
 - ✓ Formulación de proyectos encaminados al fomento del desarrollo turístico del municipio.
 - ✓ Delegar responsabilidades y funciones ya sea a miembros del Comité Municipal de Turismo, a las unidades subordinadas o a quienes consideren convenientes.
 - ✓ Tomar decisiones en materia de programas, proyectos turísticos (a excepción que requiera algún permiso del consejo municipal o de otras autoridades, este se deberá gestionar)
 - ✓ Las demás que sean designadas por el Consejo Municipal del municipio de Alegría.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 7/11

ENCARGADO OFICINA DE TURISMO

- Dependencia Jerárquica: Comité Municipal de Turismo
- Unidades Subordinadas: Encargados de actividades turísticas, encargados de publicidad y encargado de comunicaciones.
- Unidades de Asesoría: Auditoría
- Descripción General: Unidad encargada de tener comunicación directa con los turistas, así como la administración directa del local de la Oficina de Turismo y de sus recursos.
- Funciones:
 - ✓ Asesorar y guiar a los turistas en la Oficina de Turismo, auxiliándose de los dípticos y el catálogo turístico.
 - ✓ Coordinar eventos y actividades formuladas por el Comité Municipal de Turismo (festivales, ferias, etc.)
 - ✓ Manejo de inventario de los recursos destinados por la municipalidad y el Comité Municipal de Turismo.
 - ✓ Custodia de material y equipo destinado a las actividades turísticas.
 - ✓ Cobro por préstamo de material y equipo para el desarrollo de actividades turísticas.
 - ✓ Velar por el mantenimiento de la infraestructura turística del municipio y hacer las gestiones pertinentes para ello.
 - ✓ Formular iniciativas (proyectos o programas) encaminadas al desarrollo turístico del municipio.
 - ✓ Ser representante directo del municipio en asuntos relacionados a materia de turismo.
 - ✓ Definir el método de entrega de los artículos promocionales tanto de la Oficina de Turismo como de los stands.
 - ✓ Recibimiento de quejas, reclamos, sugerencias oralmente o por escrito por parte de los turistas.
 - ✓ Coordinación directa con las organizaciones de apoyo.
 - ✓ Delegar responsabilidades y funciones a las unidades subordinadas o a quienes consideren convenientes.
 - ✓ Las demás que sean designadas por el Comité Municipal de Turismo.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 8/11

ENCARGADO DE ACTIVIDADES TURISTICAS

- Dependencia Jerárquica: Encargado de la Oficina de Turismo
- Unidades Subordinadas: --- (Ninguna)
- Descripción General: Puesto con personal capacitado, encargados de brindar al turista el servicios de las actividades turísticas que oferta el municipio, tales como camping, canopy, caminatas guiadas y ciclismo. Dicho encargado laborará los fines de semana (tanto sábado como domingo) brindando el servicio.
- Funciones:
 - ✓ Brindar el servicio de las diferentes actividades turísticas que ofrece el municipio: camping, caminatas guiadas, tours, etc
 - ✓ Manejo del equipo con el que se desarrollaran las actividades turísticas.
 - ✓ Brindar asesoría al turista sobre el uso del equipo para el desarrollo de las actividades turísticas.
 - ✓ Velar por el uso adecuado del equipo por parte del turista.
 - ✓ Ejecutar y velar por el orden vehicular en el casco urbano.
 - ✓ Las demás que sean designadas por el encargado de la Oficina de Turismo

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 9/11

ENCARGADO DE PUBLICIDAD

- Dependencia Jerárquica: Encargado de la Oficina de Turismo
- Unidades Subordinadas: --- (Ninguna)
- Descripción General: Personal encargado de promocionar y publicitar el municipio de Alegría en los stands que se ubicaran en el AMSS. Dicho encargado laborará los fines de semana (tanto sábado como domingo) brindando el servicio de información.
- Funciones:
 - ✓ Buscar personas que sean potenciales turistas para el municipio de Alegría.
 - ✓ Presentar a los turistas potenciales el municipio de Alegría como una marca.
 - ✓ Incentivar al turista potencial a visitar el municipio de Alegría.
 - ✓ Asesorar al turista potencial sobre los atractivos, recursos, servicios y actividades turísticas que hay en el municipio de Alegría.
 - ✓ Fomentar iniciativas encaminadas a buscar nuevas formas de promocionar y publicitar el municipio de Alegría en el AMSS.
 - ✓ Otorgar artículos promocionales a los turistas potenciales por medio de dinámicas, rifas, sorteos, concursos, etc.
 - ✓ Las demás que sean designadas por el encargado de la Oficina de Turismo

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN	FECHA: 06/02/2017
	PÁGINA: 10/11

ENCARGADO DE COMUNICACIONES

- Dependencia Jerárquica: Encargado de la Oficina de Turismo
- Unidades Subordinadas: --- (Ninguna)
- Descripción General: Puesto encargado del desarrollo de la publicidad e imagen del municipio de Alegría. (Horario laboral especificado en Línea de acción 3.2: Mejora de información de la O.T. – Horario de atención de la Oficina de Turismo)
- Funciones:
 - ✓ Creación y administrador directo de la Fan Page de turismo de Alegría.
 - ✓ Fomento de iniciativas encaminadas a la publicidad y promoción del municipio.
 - ✓ Dirigir y coordinar propuestas, programas relacionados con la promoción y publicidad.
 - ✓ Mantener el interés del turista por visitar constantemente el municipio.
 - ✓ Creación y actualización continua del catálogo turístico de Alegría
 - ✓ Encargado de recolectar información sobre las expectativas de los turistas
 - ✓ Monitoreo de la satisfacción de los turistas con sus visitas al municipio de Alegría.
 - ✓ Desarrollar y mantener la imagen de la marca municipio por los medios que sean necesarios.
 - ✓ Ser el medio de comunicación de las actividades turísticas que se desarrollan en el municipio por todos los medios posible.
 - ✓ Fotografíar y difundir imágenes de los atractivos, sitios y actividades turísticas del municipio de Alegría.
 - ✓ Diseño de publicidad complementaria no contenida en el presente plan (afiches, audiovisuales, folletos, boletines etc.).
 - ✓ Actualización continua del material de promoción y publicidad.
 - ✓ Gestión de publicidad y promoción del municipio con instituciones gubernamental, medios de comunicación, etc.
 - ✓ Las demás que sean designadas por el encargado de la Oficina de Turismo.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

<p>MANUAL DE ORGANIZACIÓN</p>		<p>FECHA: 06/02/2017</p>
		<p>PÁGINA: 11/11</p>
<p>AUDITORIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dependencia Jerárquica: --- (Ninguna) • Unidades Asesoradas: Comité Municipal de Turismo y Consejo Municipal • Unidades Auditadas: Oficina de Turismo y dependencias • Descripción General: Personal encargado de auditar el buen desarrollo de las funciones de la Oficina de Turismo y sus dependencias, así como de velar el correcto desarrollo de lo establecido en el presente plan. • Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Monitorear y evaluar el avance en la implementación del plan de desarrollo turístico y proponer alternativas de solución a los obstáculos presentados. ✓ Velar por el cumplimiento de las atribuciones y funciones de los actores en la organización turística 		
<p>Elaborado por:</p>	<p>Revisado por:</p>	<p>Lugar:</p>
<p>CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO</p>	<p>CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN</p>	<p>ALEGRIA, USULUTAN</p>

REQUERIMIENTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA DE ALEGRIA.

1- Requerimientos de Recursos Humanos

A continuación, se establece un cuadro donde se detallan el número de personas que conformara la organización turística del municipio de Alegría:

Nombre del Cargo	Días de trabajo	Nº de personas	Tipo de remuneración
Consejo Municipal	---	6	Ninguno
Comité Municipal de Turismo	2 veces al mes y cuando se requiera.	13	Dieta
Encargado de Oficina de Turismo	Empleado regular	1	Salario (ya está fijado por la Alcaldía)
Encargado de actividades turísticas	Fines de semana (tanto sábado como domingo)	8	Salario (4 fijos y 4 eventuales)
Encargado de publicidad	Fines de semana (tanto sábado como domingo)	2	Salario
Encargado de comunicaciones	Empleado regular	1	Salario

Tabla 148 - Requerimiento de recurso humano para la organización turística de Alegría

Fuente: Elaboración propia

2- Requerimientos físicos para el funcionamiento del Comité Municipal de Turismo

a) Instalaciones físicas del comité:

Para el funcionamiento del Comité Municipal de Turismo de Alegría la alcaldía municipal deberá designar un espacio en el interior de sus instalaciones además de la Oficina de Turismo que estará bajo la administración del Comité.

b) Mobiliario y equipo

El mobiliario y equipo requerido para el buen funcionamiento de las diferentes unidades del comité implica mobiliario y equipo de oficina como escritorios, sillas, computadoras, cámaras fotográficas, archiveros y librería. También se requerirá de la compra de un software de diseño de elementos publicitarios.

c) Suministros de oficina, servicios básicos y otros

El comité también requiere de ciertos recursos o suministros consumibles para su funcionamiento, tales como servicio de agua potable, energía eléctrica, telefonía, internet, papelería de oficina.

ESTRATEGIAS PARA OBTENER EL APOYO EMPRESARIAL

- Dar a conocer al sector empresarial la propuesta del presente plan con sus respectivos beneficios.
- Fortalecer la organización del gremio de servicios y turismo (Hoteleros, gastronómicos, artesanía y viveros) a través de la asociatividad entre empresarios
- Fomentar la integración de los sectores económicos del municipio de Alegría, a través de la creación de una mesa de diálogo entre sectores.
- Realización de programas de capacitaciones en asociatividad empresarial y cultura organizativa.
- Crear una cooperativa de ahorro y crédito del municipio para incentivar al sector comercio.

8.4.3.2. LINEA DE ACCION 4.2: ORGANIZACIONES DE APOYO

Para la coordinación con organizaciones de apoyo se ha tomado en cuenta los servicios de seguridad, música y capacitación¹⁹.

- Para el tema de Seguridad, coordinar el apoyo de la PNC en actividades turísticas: El encargado de seguridad del comité (establecido por éste) de desarrollo turístico debe tramitar cuando sea necesario el apoyo de agentes de la PNC para el desarrollo de actividades turísticas dentro del municipio, para ello debe dirigir al puesto, delegación o subdelegación del municipio una carta donde se detallen: Horarios de realización del evento, tipo de evento y número de agentes necesarios para el evento

Si el encargado de seguridad es un miembro de la PNC, entonces el trámite se puede ver acortado.

- Para las capacitaciones, el comité de turismo de Alegría, contactará a las respectivas entidades de acuerdo al tipo de capacitación que se requiera, entre las entidades se encuentra: El MITUR, CORSATUR, FEPADE, de los cuales las mismas llevarán el control de las capacitaciones, sin embargo, el comité dispondrá de los siguientes formatos para un control interno de las capacitaciones:

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRÍA			
TEMA DE CAPACITACION:			
CAPACITADOR:			
FECHA:	HORA DE INICIO:	HORA DE FIN:	
LUGAR:			
ASISTENCIA			

¹⁹ Servicios de Etapa de Diagnóstico

N°	NOMBRE	FIRMA

Ilustración 66 - Formato de Asistencia a Capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

Descripción de cada elemento del formato: **TEMA DE CAPACITACIÓN:** se escribe el tema de la capacitación a impartir. **CAPACITADOR:** se escribe el nombre de la persona que realizará la ponencia. **LUGAR:** se menciona el lugar donde tuvo lugar la capacitación. **FECHA:** se escribe la fecha del día que se realizó la capacitación. **ASISTENCIA:** aquí se enlistará los nombres de las personas que asistieron a la capacitación, además de firmar para comprobar su asistencia.

Las hojas tendrán las siguientes dimensiones 216 mm X 279 mm, impresas con tinta color negro en papel bond base 20 tamaños carta.

- Para el tema de Servicio de música, el encargado dentro del comité (establecido por éste) de desarrollo turístico debe tramitar cuando sea necesario el apoyo de artistas originarios de Alegría para el desarrollo de actividades turísticas dentro del municipio, para ello realizará un documento (una carta) que incluya: Horarios de realización del evento, tipo de evento y lugar de realización

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA DIRECTRIZ 4: GESTION

Descripción	Cantidad
Humano/organizacional	
Comité Municipal de Turismo	1
Encargado de la Oficina de Turismo	1
Encargado de actividades turísticas	8
Encargado de publicidad	2
Encargado de comunicaciones	1
Auditor	1
Inversión	
Escritorios	1
Sillas	5
Computadoras	1
Cámara profesional	1
Archiveros	1
Software de diseño	1
Requerimientos anuales	
Dietas del Comité Municipal de Turismo	312

Tabla 149 - Requerimiento de recursos para Directriz 4: Gestión

Fuente: Elaboración propia

8.5. DIRECTRIZ 5: SEGUIMIENTO Y CONTROL

8.5.1. DESCRIPCIÓN

El Seguimiento y Control de Satisfacción del Turista se encuentra dentro de la Directriz de Seguimiento y Control del Plan de Desarrollo Turístico Integral del Municipio de Alegría, donde se desarrollarán todas aquellas actividades para garantizar una calidad adecuada en los servicios a ofrecer, planificar y asegurar la calidad en la atención al turista, para que exista una satisfacción de este. Dentro de ésta línea de acción, se tratará tanto el Sistema de Documentación de la calidad que comprende la documentación, la definición de políticas de calidad, normas de calidad, así como también cual va a ser la responsabilidad del Comité de Turismo ante la práctica de calidad en el servicio entre otros aspectos. En el turismo en general, las empresas turísticas dan cuenta que los consumidores son más exigentes y la competencia es creciente, esto obliga a adoptar y mejorar sistemas de gestión y la calidad en los servicios que se ofrecen.

La estrategia competitiva si bien debe basarse en reducir costos, no se debe dejar de lado las repercusiones medioambientales y sociales-culturales dentro de un desarrollo sostenible. Pensando en este sentido, se plantea la propuesta de un Sistema de Documentación de la Calidad para el Plan de Desarrollo Turístico Integral en el municipio de Alegría que incluye un programa o sub-plan, el de gestión de la calidad, el cual está destinados a garantizar a los turistas excelencia en el servicio. Siendo el Comité de Turismo que conglomerará las iniciativas turísticas, quien fungirá como administrador de este sistema, verificando que las iniciativas cumplan con las expectativas de los turistas, y midiendo el desempeño funcional.

El concepto de calidad, como herramienta de gestión administrativa, busca como objetivo la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios y productos que se brindan al cliente. El concepto de calidad total, en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento empresarial. Para lograr lo mencionado anteriormente, las empresas de servicios turísticos deben buscar el cambio como inicio para la implantación de una nueva forma de trabajo, el trabajo con calidad.

El turismo debe ser tratado como un negocio, la calidad en el servicio debe ser analizada desde el punto de vista de cómo conseguirlo, teniendo como resultado que la calidad en un servicio turístico debe gestionarse, mantenerse y monitorearse.

Otro aspecto referente al concepto de calidad, es el hecho de que la calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas a través de la búsqueda de eficiencia. Esto significa que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por el contrario, el afianzamiento de la organización en el mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de la calidad, por lo cual la rentabilidad se consigue a mediano y largo plazo.

Dentro de esta directriz, se contará con un personal que se encargue de auditar a la Oficina de Turismo de Alegría para que en base a lo que se haga (lo que se planea), se mantenga el control de lo mismo y así tomar las decisiones de mejora. (**VER ANEXO 7:** Condiciones para el éxito del negocio en turismo).

8.5.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una Directriz de Seguimiento y Control que permita identificar y monitorear el grado de satisfacción de los turistas hacia los servicios en Alegría

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar instrumentos de control de los servicios turísticos que se prestan en Alegría con el propósito de hacerlos más eficientes.
- Establecer medidas de calidad para el control y seguimiento del grado de satisfacción de los turistas que llegan a Alegría.

8.5.3. COMPONENTES

8.5.3.1. LINEA DE ACCION 5.1: MONITOREO Y CONTROL DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y CALIDAD TURISTICA

Los componentes de la línea de acción de Monitoreo de Satisfacción del Turista son un Sistema de Documentación de la Calidad y de Aseguramiento de Calidad

1) EL SISTEMA DE DOCUMENTACIÓN DE CALIDAD

Se refiere a la forma en que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Ventajas de implantar un Sistema de Documentación de Calidad

- ✓ Aumento de beneficios
- ✓ Aumento del número de clientes
- ✓ Motivación del personal
- ✓ Fidelidad de los clientes
- ✓ Organización del trabajo
- ✓ Mejora de las relaciones con los clientes
- ✓ Reducción de costos debido a la mala calidad
- ✓ Aumento de la cuota de mercado

Por lo tanto, la Junta Directiva dentro del Comité de Desarrollo Turístico de Alegría será el que dirigirá y controlará la calidad en todas las actividades turísticas que se esperan realizar en la zona. Para la realización del Sistema de Documentación de calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos:

1. Documentación

El Comité de Desarrollo Turístico de Alegría, deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos y servicios turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del

desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando a medida va progresando el servicio turístico.

2. Instrumentos de control de calidad

Las personas encargadas del área de calidad dentro del comité, deberán realizar diferentes actividades en base a instrumentos de control que se describen a continuación:

- **Satisfacción del cliente**

Método empleado para medir la satisfacción del cliente con el servicio y priorizar las acciones de mejora, es el método SERV-QUAL, el cual consiste en que al cliente se le preguntara la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de éstos atributos.

Los atributos que se listaran están: comodidad, confianza, atención, expectativas cumplidas de acuerdo a lo promocionado, seguridad, diversión, higiene. Y el formato a presentar es el siguiente:

La persona encargada de la calidad deberá de entregar a la recepcionista estos formatos los cuales ella deberá dar al turista al finalizar su visita en esta la recepcionista deberá colocar si esa persona compro un paquete si fue este el caso el número que identifica al paquete para poder conocer que actividades se le fueron proporcionadas, en el caso que haya realizado actividades individuales que tipo de actividades realizo.

Luego de esto deberá dársele el formato y dejar que chequeo los cuadros que allí aparecen tanto en la importancia del tributo y la satisfacción que obtuvo de esos.

GRADO DE SATISFACCIÓN: los grados de satisfacción se medirán a través de estas notas cualitativas las cuales al ser analizados se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo. (**VER ANEXO 8:** Instrumentos de gestión de calidad y niveles de satisfacción).

3. Compromiso con la calidad turística

El comité turístico, deberá estar comprometida con el desarrollo e implementación del Sistema de Documentación de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros del comité turístico e iniciativas miembros la importancia de satisfacer las expectativas del cliente. Así mismo, deberá establecer la política y objetivos de calidad, los cuales se deberán de estar revisando una vez por año por la alta Junta Directiva y los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

Dentro de la Junta Directiva del Comité, se encontrará una persona encargada de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo quien se encargará de las evaluaciones y análisis que se realizarán para las diferentes actividades turísticas, de acuerdo al tipo de turismo que se ofrecerá en la zona, utilizando las hojas de chequeo de las evaluaciones internas y la encuesta para turistas que se detallan en el punto de la planificación.

4. Objetivos de Calidad

Objetivo General: Satisfacer las necesidades del turista, cumpliendo altos estándares de calidad en los diferentes servicios turísticos a ofrecer en el marco del Plan de Desarrollo Turístico Integral en Alegría

Objetivos específicos:

- ✓ Dar a conocer el medio natural en el que se encuentran las iniciativas con la observación de flora, fauna y vistas panorámicas que permitan superar las expectativas de los turistas.
- ✓ Permitir al turista una experiencia única al conocer cada una de las actividades agropecuarias y agroindustriales que se realizan en la zona, conviviendo con los habitantes de la comunidad, conociendo sus costumbres y su forma de vivir.
- ✓ Asegurar que el turista disfrute de las diferentes actividades de aventura que se realicen en la zona con el fin de satisfacer sus emociones e inquietudes al practicarlos.
- ✓ Dar a conocer al turista la reseña histórica de la zona, así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental, con el fin de que el turista adquiera un conocimiento más sobre la historia de la comunidad.
- ✓ Establecer instrumentos de control que ayuden a conocer la opinión de los turistas con respecto al servicio y las actividades realizadas con el fin de identificar problemas, mejorar y mantener la calidad en los servicios turísticos.
- ✓ Asignar encargados para el análisis y evaluación de la calidad en las actividades turísticas y los responsables de verificar e inspeccionar de forma interna cada uno de los servicios turísticos
- ✓ Informar al turista sobre el tipo de turismo que desea realizar, para que se entere de la condición física que necesita para efectuarla.
- ✓ Identificar los servicios turísticos que cumplen con las condiciones de calidad y sancionar a los que no las cumplen.

5. Política de Calidad

El Comité de Desarrollo de Turismos de Alegría, tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los turistas, buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico en general.

Después de haber formulado la política, se deberá formular normas de calidad a nivel de comité, para que los propietarios de los servicios turísticos las acaten y de esta manera mantener la calidad de cada una de las actividades.

6. Normas de calidad

Algunas normas propuestas son:

- ✓ El comité deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año.
- ✓ El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el representante de la unidad de calidad.
- ✓ La evaluación interna se realizará cada tres meses y la evaluación externa cada seis meses. Se le dará suspensión del servicio o actividad turística a todo miembro del comité turístico que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión implicara que no se incluirá en las actividades del comité hasta que supere las deficiencias.
- ✓ Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

7. Gestión de Recursos para la calidad

El Comité Turístico debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el Sistema de Documentación de la calidad y mejorar su eficacia, teniendo en cuenta:

- a) La integración del personal para llevar a cabo la implementación del sistema. El comité deberá hacer conciencia a cada uno de los miembros del comité, iniciativas turísticas y el personal de las mismas, así como en responsable de llevar a cabo las evaluaciones en las actividades turísticas, ya que para satisfacer y atraer la atención de los turistas se debe brindar un servicio de calidad, por lo tanto cada uno de los integrantes del comité deberá acatar las recomendaciones y normas del sistema, así como también cumplir con las evaluaciones que se realizarán durante ciertos periodos mencionados en las normas y así brindar un servicio turístico de calidad.
 - b) La capacitación del personal. El comité, tal como se establece en el plan de capacitación, deberá estar consciente que para poder tener personas capaces de realizar evaluaciones y conocer los términos de calidad y su importancia durante la prestación del servicio es necesario tener personal capacitado en estas áreas que permitan aportar mejoras durante la realización del Sistema de Documentación. Para esto deberá realizar un programa de capacitación que se comienza realizando un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el cual se identificarán las áreas en que el personal requiere aprendizaje. Algunas capacitaciones pueden estar dirigidas a:
 - Calidad de los destinos turísticos
 - Calidad de los productos turísticos
 - Calidad de los sectores empresariales
 - Qué es un sistema de calidad
 - Administración del control de calidad
 - La gestión y mejoramiento de la calidad
 - Planes y aseguramiento de la calidad
 - Atención al turista, etc.
- ✓ La estructura y el equipamiento. Cada iniciativa debe procurar integrar los mismos recursos de la zona y no resultar agresivo con el entorno natural y arquitectónico, se deberá adecuar los elementos principales (fachada, puertas, ventanas, ambiente, etc.) a las características constructivas del núcleo donde se halle. Debe presentar un buen estado de conservación.
- ✓ El comité en cada iniciativa, deberá procurar mantener la estructura física y natural de la zona, ya que será un elemento muy importante para la atracción del turista, por lo tanto, deberá informar al comité turístico sobre las características del servicio que se ofrecerá y de cómo mantener cada uno de los lugares donde se llevara a cabo la actividad turística teniendo en cuenta los modelos que servirán como guía para llevarlo a cabo.

8. Planificación de la Calidad Turística

El comité debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

La planificación incluye identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para el servicio turístico y establecer la manera de satisfacerlos.

Para la planificación del sistema se tendrán en cuenta los siguientes pasos:

- Definir los puntos claves: Estos ayudarán a evaluar los lugares turísticos, ya que se tendrán como estándares de calidad.
- Identificar instrumentos para evaluaciones internas.
- Se formularán formatos que ayuden a llevar una inspección del lugar a evaluar.
- Identificar instrumentos para evaluaciones externas. Se formulará una encuesta a los turistas para identificar si se ha cumplido con sus expectativas en el servicio turístico. (**VER ANEXO 9:** Puntos clave en la calidad turística, **VER ANEXO 10:** Rangos para la evaluación de calidad y **VER ANEXO 11:** Evaluación interna y externa).

2) ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

El comité debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto o servicio respecto a los requisitos del mercado, asegurarse de la conformidad del Sistema de Documentación de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo.

El aseguramiento de la calidad debe proveer la confianza de que el servicio turístico satisfacerla las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las sugerencias y respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudarán para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico. (**VER ANEXO 10:** Rangos para evaluación de calidad)

Las acciones correctivas que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben afrontar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos claves calificados como deficientes.

Posteriormente al esfuerzo realizado en términos de la calidad por el comité, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el Sistema de Documentación de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del turista.

Algunas recomendaciones que se deben de considerar para mantener y mejorar el sistema son:

- ✓ Escuchar la opinión del cliente sobre el servicio recibido
- ✓ Saber y medir si todo el servicio que se realiza está bien y a tiempo
- ✓ Conocer sobre como la competencia brinda su servicio.
- ✓ Conocer el avance de nuevos proyectos, nuevos productos y nuevos mercados.
- ✓ Realizar cambios y mejoras en objetivos, políticas y normas de calidad del sistema
- ✓ Mejorar el Servicio al cliente que actualmente se brinda.
- ✓ Mantener y mejorar el servicio que se brinda a los clientes, si este está calificado como satisfactorio

- ✓ Realizar las acciones correctivas de acuerdo a los puntos claves incumplidos
- ✓ Someterse a auditorias por terceros
- ✓ Someterse a la obtención de la certificación de calidad del servicio turístico

Por lo tanto, el comité turístico deberá de tener en cuenta que para ofrecer un servicio total de calidad tendrá que considerar otros elementos como buscar la certificación y acreditación de calidad a un largo plazo, en la cual se realizarán auditorias (por terceros) al sistema de calidad que como comité estén implementando, al cual se le deberán de realizar mejoras de acuerdo a las normas por las cuales se certificará. A futuro el comité debiese aspirar a certificaciones en el marco de las ISO 9001 sobre sistemas de calidad, ISO 14001 sobre gestión ambiental.

REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA DIRECTRIZ 5: SEGUIMIENTO Y CONTROL

Descripción	Cantidad
Requerimientos anuales	
Resma de papel Bond	3
Engrapadora	1
Cajas de lapiceros	1
Cajas de lápices	1

Tabla 150 - Requerimiento de recursos para Directriz 5: Seguimiento y control

Fuente: Elaboración propia

PARTE 4: INVERSIONES Y EVALUACIONES

9. INVERSIONES DEL PLAN

9.1. INVERSION FIJA

La inversión fija comprende la adquisición de todos los activos fijos tangibles e intangibles necesarios para iniciar las operaciones, con excepción del capital de trabajo.

El plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría requerirá de inversiones fijas; que básicamente, son todos recursos necesarios para iniciar y echar a andar el plan e iniciar operaciones. Estas inversiones se desglosan en la tabla que se presenta a continuación:

Inversiones Fijas	Rubro
Tangibles	Terreno
	Obra Civil
	Equipo
	Mobiliario
Intangible	Estudios realizados
	Implementación del proyecto
	Marca

Tabla 151 - Inversiones fijas del plan

Fuente: Elaboración propia

9.1.1. INVERSION FIJA TANGIBLE

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedad de las organizaciones, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, herramientas, etc. A continuación, se desglosarán cada uno de los rubros de inversiones fijas tangibles.

9.1.1.1. TERRENO

Debido a que en los terrenos en que se piensan realizar el plan son propiedad actual de la municipalidad (terrenos en la laguna de Alegría, aceras, y parques), se manejará que el costo por la compra de terrenos es \$0.00

9.1.1.2. OBRA CIVIL

9.1.1.2.1. MATERIALES

En base al plan propuesto en la etapa de diseño, a continuación, se detallan los costos de los materiales en que se incurrirán en la obra civil.

Descripción	Cant.	Medida	Costo Unitario (\$)	Monto (\$)
CONSTRUCCION DE OFICINA ADMINISTRATIVA				
Bloques de cemento para paredes	63	m ²	3.00	189.00
Ventanas de paleta celosía	2	Unidad	65.00	130.00
Piso de concreto alisado de cemento Portland	12	m ²	8.39	100.68
Techo de lámina ZincAlum (5 x 1) m	4	Unidad	25.75	103.00
Puertas	1	Unidad	35.00	35.00
Lámparas	2	Unidad	30.00	60.00
SUBTOTAL				617.68
CONSTRUCCION DE ÁREA CAMPING				
Agregados grava	15	m ³	34.91	523.65
Agregado Fino arena	7	m ³	15.40	107.8
Manejo arbóreo	2	días	10.62	106.2
SUBTOTAL				737.65
CONSTRUCCION DE JUEGOS INFANTILES				
Bases de concreto cemento Portland N°1.	20	m ²	7.28	145.60
Costanera 3"x6"X 6 varas	15	Unidad	0.74	11.10
Cuerda de 1 ½" Nylon	100	m	0.37	37.00
SUBTOTAL				193.70
CONSTRUCCION DE EXPLANACIÓN TERRENO				
Madera común riostra 6 varas	60	Unidad	0.54	32.40
Estacas 6" hierro	0.25	qq	53.95	13.48
Niveles	10	Unidad	1.39	13.90
SUBTOTAL				59.78
LLENOS COMPACTACIÓN				
Arenilla	20	m ³	15.40	308.00
SUBTOTAL				308.00
CONSTRUCCION DE BANCAS				
Bancas tipo Prisma	20	Unidad	19.03	380.60
Anclajes epóxidos	34	Unidad	0.37	12.58
Concreto de 21 MPa	6	Bolsa	7.28	43.68
Mesa concreto circular	5	Unidad	24.7	123.50
SUBTOTAL				560.36
CONSTRUCCION DE 3 CABAÑAS				
Madera de Pino vara (1" X 4") de 4 varas	1,200	Unidad	7.00	8,400.00
Techo duralita	36	Unidad	20.00	720.00
Ventana celosía	9	Unidad	65.00	585.00
Puerta madera	3	Unidad	35.00	105.00
SUBTOTAL				9,810.00
DISPOSICIÓN DE EXCRETAS				
Construcción de letrinas de doble cámara	2	Unidad	600.00	1,200.00
SUBTOTAL				1,200.00
CONSTRUCCION DE MIRADOR TURÍSTICO VOLCÁN TECAPA				
Tablas Madera de pino	80	Varas	1.73	138.40
Clavos	4	Lb	0.48	1.92
SUBTOTAL				140.32
SEÑALIZACIÓN				

Señales de servicios y atractivos turísticos	30	Unidad	75.00	2,250.00
Señales de ubicación de la Oficina de Turismo	2	Unidad	200.00	400.00
Mapas turísticos	2	Unidad	300.00	600.00
SUBTOTAL				3,250.00
INSTALACIONES ELECTRICAS DEL PARQUE ECOTURISTICO				
Instalaciones eléctricas	1	Unidad	650.00	650.00
SUBTOTAL				650.00
MONTO TOTAL				17,527.49

Tabla 152 - Inversión del plan en materiales para la obra civil

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2.2. MANO DE OBRA

Así mismo, a continuación, se detallan los costos de la mano de obra en que se incurrirán en la obra civil:

Descripción	Costo Total (\$)
MANO DE OBRA	
Oficina administrativa	90.00
Camping, juegos infantiles, explanación de terreno, compactación, bancas y cabañas	900.00
Construcción de letrinas	200.00
Mirador turístico	117.00
Señalización	150.00
Instalaciones eléctricas	75.00
TOTAL	1,532.00

Tabla 153 - Inversión del plan en mano de obra para la obra civil

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.2.3. CONSOLIDADO DE OBRA CIVIL

Descripción	Monto (\$)
Materiales	17,527.49
Mano de obra	1,532.00
TOTAL	19,059.49

Tabla 154 - Consolidado de inversión del plan en obra civil

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.3. EQUIPO

En base a lo propuesto en la etapa de diseño, a continuación, se detallan los costos de los equipos en que se incurrirán para el desarrollo del plan:

Descripción	Cant.	Medida	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
EQUIPO PARA ILUMINACIÓN DE CABAÑAS				
Paneles fotovoltaicos	4	Unidad	450.00	1,800.00
EQUIPO DE BUENAS PRÁCTICAS ECOTURÍSTICAS Y MANEJO DE SÓLIDOS				
Basureros con clasificación de desechos	18	Unidad	12.50	225.00
Contenedor de desechos sólidos 800 litros	2	Unidad	234.00	468.00
Carretilla recolección	2	Unidad	31.50	63.00
Pala	2	Unidad	4.25	8.50
Letreros concientización	8	Unidad	15.00	120.00
Pizarrones informativos	2	Unidad	21.00	42.00
EQUIPO MIRADOR TURISTICO VOLCÁN TECAPA				
Binoculares	8	Unidad	41.90	335.20
EQUIPO PARA EL PUESTO DE VENTA				
Licuada	1	Unidad	65.00	65.00
Refrigerador	1	Unidad	499.00	499.00
Microondas	1	Unidad	89.00	89.00
Cafetera	1	Unidad	59.00	59.00
Computadora	1	Unidad	479.00	479.00
Impresora	1	Unidad	200.00	200.00
EQUIPO TANQUES DE CAPTACIÓN				
Sistema Captación de agua 22,000 litros	2	Unidad	5532.25	11,064.50
Sistema Captación de agua 10,000 litros	1	Unidad	2082.25	2,082.25
PVC de ½" 315 PSI unidad	20	Unidad	2.55	51.00
EQUIPO PARA ENCARGADO DE COMUNICACIONES				
Computadora profesional	1	Unidad	1000.00	1,000.00
Cámara profesional	1	Unidad	2000.00	2,000.00
Software de diseño profesional	1	Unidad	500.00	500.00
CAMPING				
Tiendas de Campaña	8	Unidad	87.92	703.36
Bolsas de Dormir	10	Unidad	32.98	329.80
ACTIVIDADES CULTURALES				
Equipo de Sonido	1	Unidad	599.00	599.00
TOTAL				22,782.61

Tabla 155 - Inversión del plan en equipo

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.4. MOBILIARIO

En base a lo propuesto en la etapa de diseño, a continuación, se detallan los costos de los mobiliarios en que se incurrirán para el desarrollo del plan

Descripción	Cant.	Medida	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
MOBILIARIO PARA EL PUESTO DE VENTA LDA				
Sillas	18	Unidad	40.00	720.00
Mesas	4	Unidad	60.00	240.00
Mueble interno del puesto	1	Unidad	80.00	80.00
Silla interna del puesto	1	Unidad	50.00	50.00
MOBILIARIO PARA ENCARGADOS DE PUBLICIDAD				
Estand informativo	1	Unidad	200.00	200.00
Banquitos	2	Unidad	20.00	40.00
MOBILIARIO PARA ENCARGADO DE COMUNICACIONES				
Escritorios	1	Unidad	200.00	200.00
Sillas	5	Unidad	40.00	200.00
Archiveros	1	Unidad	250.00	250.00
MOBILIARIO OFICINA ADMINISTRATIVA PARQUE ECOTURISTICO LDA				
Escritorio	2	Unidad	179.50	359.00
Computadora	1	Unidad	479.00	479.00
Impresora	1	Unidad	230.00	230.00
Sillas	7	Unidad	40.00	280.00
Archivero	2	Unidad	259.00	259.00
MOBILIARIO PARA ACTIVIDADES CULTURALES				
Silla plástica	96	Unidad	12.95	1243.20
Mesa plástica	36	Unidad	22.50	810.00
			TOTAL	5,640.20

Tabla 156 - Inversión del plan en mobiliario

Fuente: Elaboración propia

9.1.1.5. CONSOLIDADO DE INVERSION FIJA TANGIBLE

Descripción	Monto (\$)
Terreno	0.00
Obra Civil	19,059.49
Equipo	22,782.61
Mobiliario	5,640.20
TOTAL	47,482.30

Tabla 157 - Consolidado de inversión fija tangible

Fuente: Elaboración propia

9.1.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE

9.1.2.1. ESTUDIOS REALIZADOS

Para dicho apartado se abordan los recursos invertidos en las 4 etapas realizadas para el desarrollo del presente plan. En dicho análisis se abordan las fuentes de costos al momento de realizar cada etapa. A continuación, se desarrollan cada uno de los recursos utilizados:

9.1.2.1.1. RECURSO HUMANO

Este aspecto hace referencia al tiempo y número de personas empleadas para realizar el estudio, a continuación, se muestran:

Etapa del proyecto	Horas necesarias por integrante
Anteproyecto	8 horas/semana
Etapa de Diagnóstico	14 horas/semana
Etapa de Diseño	12 horas/semana
Etapa de Evaluaciones	12 horas/semana

Tabla 158 - Horas por etapa/Integrante

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra el desglose de costos por etapa:

ETAPA: ANTEPROYECTO					
Integrantes	Horas/Semana	Semanas	Total Horas	Costo/Hora	Total (\$)
1	8	4	32	\$8.00	256.00
2	8	4	32	\$8.00	256.00
3	8	4	32	\$8.00	256.00
TOTAL					768.00

Tabla 159 - Costo de recurso humano en etapa de Anteproyecto.

Fuente: Elaboración propia

ETAPA: DIAGNOSTICO					
Integrantes	Horas/Semana	Semanas	Total Horas	Costo/Hora	Total (\$)
1	14	10	140	\$10.00	1,400.00
2	14	10	140	\$10.00	1,400.00
3	14	10	140	\$10.00	1,400.00
TOTAL					4,200.00

Tabla 160 - Costo de recurso humano en etapa de Diagnóstico

Fuente: Elaboración propia

ETAPA: DISEÑO					
Integrantes	Horas/Semana	Semanas	Total Horas	Costo/Hora	Total (\$)
1	12	8	96	\$12.00	1,152.00
2	12	8	96	\$12.00	1,152.00
3	12	8	96	\$12.00	1,152.00
TOTAL					3,456.00

Tabla 161 - Costo de recurso humano en etapa de Diseño

Fuente: Elaboración propia

ETAPA: EVALUACIONES					
Integrantes	Horas/Semana	Semanas	Total Horas	Costo/Hora	Total (\$)
1	12	6	72	\$12.00	864.00
2	12	6	72	\$12.00	864.00
3	12	6	72	\$12.00	864.00
TOTAL					2,592.00

Tabla 162 - Costo de recurso humana en etapa de Evaluaciones

Fuente: Elaboración propia

En resumen, se tiene:

Descripción	Monto (\$)
Anteproyecto	768.00
Etapa de Diagnóstico	4,200.00
Etapa de Diseño	3,456.00
Etapa de Evaluaciones	2,592.00
TOTAL	11,016.00

Tabla 163 - Resumen de costo total recurso humano para estudios realizados

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.1.2. RECURSO MATERIAL

Para la elaboración del plan son necesarios varios recursos materiales, a continuación, se detallan:

Descripción	Recurso	Cantidad	Costo (\$)	Total (\$)
Papelería, anteproyecto	Impresiones	250	0.04	10.00
Papelería, diagnóstico	Impresiones	1250	0.04	50.00
Papelería, diseño	Impresiones	600	0.04	24.00
Papelería, evaluaciones	Impresiones	600	2.50	24.00
Elaboración de plan en digital	Energía eléctrica PC	600 horas	0.18	108.00
Planos	Impresiones	1000	0.04	40.00
Impresión de tomos finales	Impresiones	1800	0.04	72.00
Empastados	Empastados	3	15.00	45.00
TOTAL				373.00

Tabla 164 - Resumen de costo total recurso material para estudios realizados

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.1.3. TRANSPORTE

Acá se tomarán en cuenta los transportes necesarios para visitar el municipio.

Etapa	Lugares (ida y vuelta)	N° de viajes (3 personas)	Costo (\$/persona)	Total (\$)
Anteproyecto	San Salvador - Alegría	2	8.00	48.00
Diagnóstico	San Salvador - Alegría	5	8.00	120.00
	Interior San Salvador	3	1.00	9.00
Diseño	San Salvador - Alegría	2	8.00	48.00
	Interior San Salvador	2	1.00	6.00
Evaluaciones	San Salvador - Alegría	1	8.00	24.00
TOTAL				255.00

Tabla 165 - Resumen de costo total transporte en los estudios realizados

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.1.4. VIATICOS DE ALIMENTACION

Etapa	Integrantes del equipo	Cant. tiempos de alimentación	Días de trabajo	Costo unit.	Total (\$)
Anteproyecto	3	2	30	\$3.00	540.00
TOTAL					540.00

Tabla 166 - Viáticos de alimentación por los estudios realizados

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.1.5. CONSOLIDADO DE ESTUDIOS REALIZADOS

Descripción	Monto (\$)
Recurso Humano	11,016.00
Recurso Material	373.00
Transporte	255.00
Viáticos	540.00
TOTAL	12,184.00

Tabla 167 - Consolidado de costos en los estudios realizados

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.2. IMPLEMENTACION DEL PLAN

Más adelante, en la parte de implementación se detallan los costos en los que se incurren al echar a andar el plan; por el momento se resumirá que el presupuesto en la implementación de este será:

RUBRO	Monto (\$)
Gastos de implementación del proyecto	1128.00
Salario por administración	7600.00
TOTAL	8,728.00

Tabla 168 - Presupuesto consolidado de la implementación del plan

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.3. MARCA

Para el registro de la marca municipio hay que recordar que las municipalidades están exentas de pago de derechos de registro de su marca; y los únicos costos en los que se incurrirán son los de publicación un diario de mayor circulación, los cuales son los siguientes:

Descripción	Cant.	Medida	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Publicaciones en Diario Oficial	3	vez	130.00	390.00
Extensión de constancia de Publicación	1	Unidad	3.25	3.25
Publicación en diario de mayor circulación	3	vez	60.00	180.00
			TOTAL	573.25

Tabla 169 - Costos del registro de la marca municipio

Fuente: Elaboración propia

9.1.2.4. CONSOLIDADO DE INVERSION FIJA INTANGIBLE

Descripción	Monto (\$)
Estudios realizados	12,184.00
Implementación del plan	8,728.00
Marca	573.25
TOTAL	21,485.25

Tabla 170 - Consolidado de inversión fija intangible

Fuente: Elaboración propia

9.2. CAPITAL DE TRABAJO

Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una organización. Para el caso, el capital de trabajo estará integrado por planillas y valores e inversiones.

9.2.1.1. PLANILLAS

Se realiza la investigación en la página web de TuSalario.org que contiene una referencia a rangos salariales de diferentes ocupaciones en El Salvador, obteniendo los siguientes resultados para los puestos de trabajo que se ofrecerán con el plan (En lo que resta del estudio, no se toma en cuenta el salario del Encargado de la Oficina de turismo, dado que él ya es empleado de la Alcaldía Municipal y goza de un sueldo fijo).

PUESTO	SALARIO MINIMO MENSUAL (\$)	SALARIO PROMEDIO MENSUAL (\$)	SALARIO MAXIMO MENSUAL (\$)
Encargado de actividades turísticas (Guía de actividades de aventura al aire libre)	350.00	693.00	754.00
Encargado de publicidad (Agente comercial)	459.00	678.00	764.00
Encargado de comunicaciones (profesional de la publicidad)	528.00	777.00	920.00

Tabla 171 - Investigación de rangos salariales de ocupaciones en El Salvador

Fuente: Elaboración propia

En base a lo anterior y en que 4 de los encargados de actividades turísticas (eventuales) y todos los encargados de publicidad solo trabajaran los fines de semana (35% del tiempo semanal requerido por ley y por lo tanto ganarán el 35% del sueldo ordinario de un eventual), el salario fijado para cada puesto de trabajo y el costo que se generará en el pago de planillas en el capital de trabajo se muestra a continuación:

PUESTO	CANTIDAD	SALARIO (\$)	MESES	COSTO (\$)
Encargado de act. turísticas (fijos)	4	350.00	1	1400.00
Encargado de act. turísticas (eventuales)	4	125.00	1	500.00
Encargado de publicidad	2	200.00	1	400.00
Encargado de comunicaciones	1	600.00	1	600.00
TOTAL				2,900.00

Tabla 172 - Tabla de pago de planillas para nuevos trabajadores

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.2. VALORES E INVERSIONES

Este concepto sustituye al antiguo cajas y bancos. Consiste en el efectivo que siempre debe tener una organización para afrontar los gastos cotidianos y sobre todo imprevistos. Para el caso, el valor de valores e inversiones corresponderá al 5% de la suma de las inversiones fijas tangibles y las intangibles; tal como se muestra en la siguiente tabla:

RUBRO	MONTO (\$)
Inversiones fijas tangibles	37,527.78
Inversiones fijas intangibles	21,485.25
Inversiones fijas tangibles + intangibles	59,013.03
5% de inversiones fijas tangibles + intangibles	2,950.65

Tabla 173 - Monto destinado a valores e inversiones

Fuente: Elaboración propia

9.2.1.3. CONSOLIDADO DE CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Monto
Planillas	2,900.00
Valores e inversiones	2,950.65
TOTAL	5,850.65

Tabla 174 - Consolidado de capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

9.3. RESUMEN DE INVERSIONES

La tabla que se muestra a continuación contiene el resumen de inversiones a realizar, así como el porcentaje que estas representan con respecto a la inversión total.

	Rubro	Clasificación	Monto (\$)	Subtotal (\$)	Total (\$)
INVERSIONES FIJAS	Tangibles	Obra Civil	18,659.49 (24.94%)	47,482.30 (63.46%)	74,818.20 (100%)
		Equipo	22,782.61 (30.45%)		
		Mobiliario	5,640.20 (7.54%)		
	Intangible	Estudios	12,184.00 (16.28%)	21,485.25 (28.72%)	
		Implementación	8,728.00 (11.67%)		
		Marca	573.25 (0.77%)		
CAPITAL DE TRABAJO	Planillas		2,900.00 (3.88%)	5,850.65 (7.82%)	
	Valores e inversiones		2,950.65 (3.94%)		

Tabla 175 - Consolidado de la inversión del proyecto

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra de manera desglosada el monto de las inversiones fijas tangibles y el porcentaje que estas representan con respecto a la inversión total:

	Parque LDA	Tours	Casco Urbano	Act. Culturales	Oficina de Turismo	Otros	Total
Monto (\$)	38,765.10	0.00	1,675.00	2,652.20	4,150.00	240.00	47,482.30
%	51.81%	0.00%	2.24%	3.54%	5.55%	0.32%	63.46%

Tabla 176 - Desglose y montos de las inversiones fijas tangibles

Fuente: Elaboración propia

10. COSTOS DEL PLAN

10.1. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son los costos que provienen de la realización de la función de administración en una organización. Los costos para el presente plan estarán compuestos por los siguientes aspectos:

Costos de Administración	Rubro
	Salarios personal administrativo
	Obligaciones patronales de empleados administrativos
	Mantenimiento
	Materiales

Tabla 177 - Desglose de costos de administración

Fuente: Elaboración propia

10.1.1. SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

El detalle dentro de los costos administrativos vinculados con los salarios se presenta en la tabla:

PUESTO	CANT	SALARIO (\$)	MESES	COSTO ANUAL (\$)
Encargado de act. turísticas (fijos)	4	350.00	12	16,800.00
Encargado de act. turísticas (eventuales)	4	125.00	12	6,000.00
Encargado de publicidad	2	200.00	12	4,800.00
Encargado de comunicaciones	1	600.00	12	7,200.00
TOTAL				34,840.00

Tabla 178 - Salario del personal administrativo

Fuente: Elaboración propia

10.1.2. OBLIGACIONES PATRONALES DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS

PUESTO	CANT	SALARIO (\$)	TOTAL (\$)	OBLIGACIONES PATRONALES (\$)	
				AFP	ISSS
				6.75%	7.50%
Encargado de act. turísticas (fijos)	4	350.00	1,400.00	94.50	105.00
Encargado de act. turísticas (eventuales)	4	125.00	500.00	33.75	37.50
Encargado de publicidad	2	200.00	400.00	27.00	30.00
Encargado de comunicaciones	1	600.00	600.00	40.50	45.00
TOTAL			2,900.00	195.75	217.50
TOTAL MENSUAL				413.25	
TOTAL ANUAL				4,959.00	

Tabla 179 - Pago de obligaciones patronales en el área de administración

Fuente: Elaboración propia

10.1.3. MANTENIMIENTO

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario (\$)	Costo Anual (\$)
Mantenimiento de letrinas de doble cámara	2	200.00	400.00
Mantenimiento de sistema abastecimiento agua alternativo	4	329.68	1,318.72
TOTAL			1,718.72

Tabla 180 - Costos de mantenimiento

Fuente: Elaboración propia

10.1.4. MATERIALES

Descripción	Cant. Mensual	Cantidad Anual	Medida	Costo Unitario (\$)	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)
MATERIALES BUENAS PRÁCTICAS ECOTURÍSTICAS Y MANEJO DE SÓLIDOS						
Broshures informativos	3	36	Paquetex100	11.50	34.50	414.00
Hojas volantes	2	24	Paquetesx50	9.00	18.00	216.00
Bolsas biodegradables	3	36	Paquetex100	4.50	13.50	162.00
Cal	5	60	Lb	1.25	6.25	75.00
Detergente	10	120	Kg	1.75	17.50	210.00
Rollo de pita nylon	0.5	6	Rollo	1.50	0.75	9.00
Abono orgánico	2	24	Kg	5.70	11.40	136.80
Alambre de amarre	0.5	6	Rollo	2.30	1.15	13.80
ORGANIZACIÓN TURÍSTICA						
Dietas del Comité Municipal de Turismo	26	312	Unidad	5.00	130.00	1,560.00
MATERIAL DE OFICINA						
Resma de papel Bond	3	36	Unidad	5.00	15.00	180.00
Cajas de lapiceros	1	12	Unidad	3.00	5.00	60.00
Cajas de lápices	1	12	Unidad	3.00	5.00	60.00
MATERIALES TOURS						
Botiquín de primeros auxilios	---	4	Unidad	100.00	---	400.00
TOTAL						3,496.60

Tabla 181 - Costos de materiales administrativos

Fuente: Elaboración propia

10.1.5. CONSOLIDADO DE COSTOS ADMINISTRATIVOS

A continuación, se presenta el consolidado de los costos administrativos.

Rubro	Costo mensual (\$)
Salarios personal administrativo	34,840.00
Obligaciones patronales de empleados administrativos	4,959.00
Mantenimiento	1,718.72
Materiales	3,496.60
TOTAL	45,014.32

Tabla 182 - Consolidado de los costos administrativos

Fuente: Elaboración propia

10.2. COSTOS DE COMERCIALIZACION

Los costos de comercialización o costos de mercadeo y ventas estarán compuestos por los siguientes aspectos:

Costos de comercialización	Rubro
	Costos de publicidad
Costos de promoción	

Tabla 183 - Desglose de costos de comercialización

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, los costos de venta están compuestos por todos aquellos medios publicitarios y promocionales que se tienen que tener a disposición para atraer, informar y persuadir al cliente a visitar el municipio de Alegría. Los costos de comercialización se detallarán a continuación:

10.2.1. PUBLICIDAD

Descripción	Cant. Temporada	Medida	Costo Unitario (\$)	Costo Total Temporada (\$)	Costo Total Anual (\$) (3 Temporadas)
Valla publicitaria	2	Unidad	1,300.00	2,600.00	7,800.00
Mupis	8	Unidad	180.00	1,400.00	4,320.00
TOTAL				6200.00	12,120.00

Tabla 184 - Costos de publicidad

Fuente: Elaboración propia

10.2.2. PROMOCION

Descripción	Cantidad Anual	Medida	Costo Unitario	Costo Tonal Anual (\$)
Díptico publicitario	3380	Unidad	0.60	2,028.00
Camisas	360	Unidad	5.00	1,800.00
Gorras	360	Unidad	3.00	1,080.00
Squeezes	600	Unidad	2.00	1,200.00
Tazas	360	Unidad	4.00	1,400.00
Llaveros	1000	Unidad	1.25	1,250.00
TOTAL				8,758.00

Tabla 185 - Costos de promoción

Fuente: Elaboración propia

10.2.3. CONSOLIDADO DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación, se presenta el consolidado de los costos administrativos.

Rubro	Costo mensual (\$)
Publicidad	12,120.00
Promoción	8,758.00
TOTAL	20,878.00

Tabla 186 - Consolidado de los costos administrativos

Fuente: Elaboración propia

10.3. COSTOS TOTALES

RUBRO	COSTO MENSUAL (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Costo de administración	3,751.20	45,014.32
Costos de comercialización	1,739.83	20,878.00
TOTAL	5,491.03	65,892.32

Tabla 187 - Resumen de los costos totales por absorción.

Fuente: Elaboración propia

11. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El análisis y selección de la fuente de financiamiento se detalla por medio de tres puntos de vista. El Total de la inversión del proyecto es de **\$74,818.20**

PUNTOS DE VISTA EN RELACIÓN A FUENTES DE FINANCIAMIENTO

- Otorgamiento de crédito.** Actualmente no hay una banca privada que tenga líneas de financiamiento para el sector turístico²⁰. Sin embargo, hay otras entidades que pueden otorgar créditos a municipalidades, tal es el caso del Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal (ISDEM). Lo anterior, para efectos de una posible alternativa de financiar el proyecto que conlleva el Plan de Desarrollo Turístico Integral para el Municipio de Alegría. Se puede solicitar un crédito y los intereses oscilarían entre el 8 y 10% entre un plazo de 5 y 10 años.
- Fondos Propios de la Alcaldía de Alegría.** A continuación, se presentan los ingresos que ha tenido la municipalidad desde 2011 hasta 2017.

Año	Ingresos
2011	\$2,442,900.78
2012	\$2,291,994.73
2013	\$1,136,476.36 ^{21*}
2014	\$1,247,153.72 ^{22*}
2015	\$1,293,256.52
2016	\$1,301,856.07 ^{23*}
2017	\$1,282,225.89

Tabla 188 - Ingresos percibidos por la Alcaldía de Alegría (2011-2017)

Fuente: Elaboración propia

En tabla 186, se puede observar que de los años 2011 al 2017 se tuvieron ingresos superiores a \$1, 000,000.00, por lo que, con los ingresos que se tienen en cada año, se puede cubrir la inversión que requiere el proyecto. A continuación, se detalla la distribución de los ingresos de forma general: Del total de ingresos que se tienen en la alcaldía de Alegría³: 59% corresponden a impuestos, tasas y derechos 16%, Ingresos financieros y otros 14%, otros ingresos el 10% y el 1% saldo años anteriores. Sin incluir ingresos de forma externa como el FODES ni el endeudamiento público, la Alcaldía Municipal percibe el 17.4% del total de Ingresos

- Fondos Ministerio de Turismo⁴.** Son \$6, 000,000.00 los que tiene el MITUR destinados para impulsar proyectos turísticos en seis municipios de Usulután, incluyendo al municipio de Alegría.

²⁰ <http://www.eleconomista.net/2017/01/27/mitur-busca-linea-de-credito-para-proyectos-turisticos>

²¹ file:///C:/Users/DECANATO/Downloads/PC-ALEGRIA.pdf

²² Porcentaje manejado por Alcaldía Municipal de Alegría

²³ http://esa123.com/noticia.php?id_noticia=128

ANÁLISIS DE LOS PUNTOS DE VISTA

De los tres puntos de vista anteriores, el que se considera ideal, de cierta forma, es el de adquirir el total de los fondos que conlleva el proyecto, por parte del Ministerio de Turismo ya que al hacer una propuesta de proyecto y de ser aprobada ésta, la alcaldía de Alegría no tendría egresos o, por lo menos, tendría menos que el optar por cualquiera de los otros dos puntos de vista. De no ser aceptada la propuesta, la segunda mejor opción es cubrir el total de la inversión a través de fondos propios (punto de vista 2) que, como se mencionó anteriormente, la municipalidad de Alegría puede suplir. Se descarta la posibilidad de financiarse con crédito ya que se incurre a mayores egresos.

a) Si se presenta la propuesta al MITUR y se acepta

Fuente de apoyo	Concepto	Monto
Ministerio de Turismo	Total Inversión proyecto	\$74,818.20

Tabla 189 - Propuesta de financiamiento 1

Fuente: Elaboración propia

b) Fondos Propios

Fuente de apoyo	Concepto	Monto
Fondos propios	Total Inversión proyecto	\$74,818.20

Tabla 190 - Propuesta de financiamiento 2

Fuente: Elaboración propia

SELECCIÓN DEL PUNTO DE VISTA E IDENTIFICACIÓN DE TASA DE INTERÉS TURÍSTICA

- En base a todo lo anterior, se elige financiar el proyecto con fondos propios ya que es un recurso con el que se dispone en su totalidad y, por lo tanto, representa mayor seguridad en el manejo y uso del mismo.
- A pesar de que no se escogió financiar el proyecto con crédito, se considerará una tasa de 1.5% (que es una tasa de interés en inversión para proyectos de índole turístico en El Salvador) para evaluar la inversión del proyecto en el tiempo²⁴.

²⁴http://www.alide.org.pe/download/AsambleaAnt/Alide40/Download/AS40_10_05_TURISM_Documento-Comite.pdf

INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

Presupuesto de Ingresos del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2015:

Concepto	De mayo a diciembre de 2015	
	Presupuesto	Ejecutado
Rubro		
Impuestos	\$ 383,549.89	\$ 939.75
Tasa y derechos	\$ 52,633.35	\$ 23,465.18
Ingresos financieros y otros	\$ 20,141.59	\$ 325,837.31
Transferencias corrientes	\$ 243,331.29	\$ 189,235.83
Transferencias de capital	\$ 771,840.23	\$ 603,114.92
Endeudamiento público	\$ 100,000.00	\$ -
Saldos de años anteriores	\$ 8,739.03	\$ -
Déficit de egresos Presupuestarios	\$ 8,652.51	\$ 150,663.53
Total de Ingresos	\$ 1,588,887.89	\$ 1,293,256.52
Remuneraciones	\$ 286,609.97	\$ 327,700.00
Adquisiciones de bienes y servicios	\$ 413,329.14	\$ 350,926.70
Gastos financieros y otros	\$ 74,124.49	\$ 160,774.50
Transferencias corrientes	\$ 18,992.46	\$ 27,271.19
Inversiones en activos fijos	\$ 418,113.77	\$ 377,437.31
Amortización de endeudamiento público	\$ 285,683.86	\$ 49,146.82
Total de Egresos	\$ 1,496,853.69	\$ 1,293,256.52

Tabla 191 - Presupuesto de la Alcaldía de Alegría

Fuente: Alcaldía Municipal de Alegría

Como se puede observar en la tabla anterior, se tiene un total de \$1, 293,256.52 de Ingresos Totales de los cuales la Alcaldía utiliza \$418,113.77 en concepto de inversiones en activos fijos que incluyen obras y proyectos en beneficio de la comuna. Por lo tanto, partiendo de lo anterior, es viable que la Alcaldía puede financiar el proyecto que conlleva el Plan de Desarrollo Turístico Integral.

12. INGRESOS Y EGRESOS

12.1. ESTIMACION DE INGRESOS

Para poder calcular los ingresos que se tendrán por los nuevos servicios que ofrecerá el municipio de Alegría, primero se tiene que tomar en cuenta la demanda turística para el año 2017 que se espera que sea de 94,730 turistas; además, las siguientes consideraciones.

- Tours de 1 día: Para obtener el número de personas interesadas en esta actividad, según las encuestas de la etapa de diagnóstico, el 28.6% de los encuestados les gustaría encontrar y disfrutar tours en el municipio de Alegría. De este porcentaje importante de personas, la municipalidad espera que el 20% cumpla con dicha aseveración cuando. Multiplicando los porcentajes por la demanda para el año 2017 da un total de 5,419 turistas en el año.
- Tours de 2 días: Para obtener el número de personas interesadas en esta actividad, según las encuestas de la etapa de diagnóstico, el 34.5% de del mercado consumidor potencial siempre que realiza visitas turísticas pernocta. De este porcentaje importante de personas, la municipalidad espera que el 20% cumpla con dicha aseveración cuando. Multiplicando los porcentajes por la demanda para el año 2017 da un total de 6,536 turistas al año.
- Camping y cabañas: Para obtener el número de personas interesadas en estas actividades, según las encuestas de la etapa de diagnóstico, el 34.5% de del mercado consumidor potencial siempre que realiza visitas turísticas pernocta. Además, el 59.1% de los turistas potenciales les gustaría encontrar camping en la Laguna de Alegría. De este porcentaje importante de personas, la municipalidad espera que el 10% cumpla con dicha aseveración tanto para camping como para cabañas. Multiplicando los porcentajes por la demanda para el año 2017 da un total de 1,932 turistas al año para cada actividad.
- Dividiendo el número de personas que se espera visiten Alegría el año 2017 entre el factor de visita al municipio determinado en la etapa de diagnóstico (4.61) se obtiene el número de visitantes a la Laguna de Alegría para el 2017 que es de 20,549 personas

Precios de venta:

Para determinar los precios de venta de los paquetes y los alquileres de los equipos, se ha tenido en cuenta tanto el perfil de ingresos del mercado consumidor actual (\$250.00-\$499.99) y el mercado consumidor potencial (superior a \$250.00) así como los gastos promedios que realiza en su visita turística (\$0.00-\$40.00 y \$20.00 a \$80.00 respectivamente), dichos precios hasta cierto punto son “simbólicos”; los cuales se muestran a continuación:

- Tour 1 día: \$2.00/persona
- Tour 2 días: \$3.50/persona
- Ingreso a LDA: \$0.75/persona
- Camping (incluido préstamo de tiendas y souvenirs): \$3.25/persona/día
- Alquiler de cabañas: \$5.00/persona/día

AÑO	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA (\$)	DEMANDA ESPERADA	INGRESO POR VENTAS (\$)	INGRESO TOTAL (\$)
2017	TOU 1 DÍA	2.00	5,419	10,838.00	65,064.75
	TOUR 2 DIAS	3.50	6,536	22,876.00	
	INGRESO A LDA	0.75	20,549	15,411.75	
	CAMPING	3.25	1,932	6,279.00	
	CABAÑAS	5.00	1,932	9,660.00	

Tabla 192 - Ingresos por venta para el año 2017

Fuente: Elaboración propia

Para poder proyectar los ingresos para los próximos 5 años, se hace uso de los datos de la tabla 30, la cual contiene la tasa de crecimiento del sector turismo en El Salvador que se han proyectado hasta el 2021. Para efectos de cálculo, se asume que los ingresos crecerán en la misma medida que el crecimiento del sector turismo en El Salvador.

Año	Tasa de crecimiento sector turismo (con respecto al año anterior)	INGRESOS PROYECTADOS (\$)
2017	---	65,064.75
2018	8.63%	70,679.84
2019	7.94%	76,291.82
2020	7.36%	81,906.89
2021	6.85%	87,517.52

Tabla 193 - Proyección de ingresos por venta del año 2017 al año 2021

Fuente: Elaboración propia

12.2. ESTIMACION DE EGRESOS

Los egresos en que se incurrirán en el desarrollo del plan para el primer año son \$65,892.32. Para poder proyectar los egresos para los próximos años, se hará uso de la tasa de inflación promedio de El Salvador de los años 2010 al 2014 de la tabla 195. Los egresos de cada año equivaldrán a los egresos del año anterior más la multiplicación de los egresos del año anterior por la tasa de inflación. Los resultados se muestran a continuación.

Año	EGRESOS PROYECTADOS (\$)
1	65,892.32
2	67,117.92
3	68,366.31
4	69,637.92
5	70,933.19

Tabla 194 - Egresos estimados del año 1 al año 5 del plan

Fuente: Elaboración propia

12.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

AÑO	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial (\$)	74,818.20	5,850.65	5,023.08	8,585.00	16,510.51	28,779.48
(+) Ingresos por venta (\$)	---	65,064.75	70,679.84	76,291.82	81,906.89	87,517.52
(-) Costos (\$)	---	65,892.32	67,117.92	68,366.31	69,637.92	70,933.19
(-) Inversión (\$)	68,967.55	---	---	---	---	---
(=) Neto Líquido (\$)	5,850.65	5,023.08	8,585.00	16,510.51	28,779.48	45,363.81

Tabla 195 - Estado de flujo de efectivo del plan

Fuente: Elaboración propia

13. EVALUACIONES DEL PLAN

13.1. EVALUACION ECONOMICA

13.1.1. TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR)

Para determinar la TMAR se hace uso de una fórmula sencilla en donde se involucran, el premio al riesgo al inversionista y la tasa de inflación en el país, como se muestra en la fórmula:

$$TMAR = \text{Inflación} + \text{Premio al riesgo} + (\text{Inflación} * \text{Premio al riesgo})$$

El índice inflacionario se toma como resultado promedio de la inflación interanual en El Salvador proporcionada por el BCR.

INFLACIÓN	
AÑO	INFLACIÓN
2010	2.1%
2011	5.1%
2012	0.8%
2013	0.8%
2014	0.5%
Promedio	1.86%

Tabla 196 - Inflación anual en El Salvador del 2000 al 2014

Fuente: Elaboración propia

La tasa de interés turística a considerar para proyectos de índole turístico en El Salvador es de 1.5%; por lo tanto:

$$TMAR = i + f + if$$

$$TMAR = 1.86\% + 1.50\% + (1.86 * 1.50)\%$$

$$TMAR = 6.15\%$$

13.1.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado. La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Dónde: V_t representa los flujos de caja en cada periodo t
 I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión
 n es el número de periodos considerado
 k es el tipo de interés (TMAR)

INTERPRETACION

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN A TOMAR
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Tabla 197 - Interpretación del VAN

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del Valor Actual Neto nos auxiliamos del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde obtenemos los FNE (Flujos de Efectivo Netos). A continuación, se presenta el detalle:

INVERSION	FNE1	FNE2	FNE3	FNE4	FNE5
\$74,818.20	5,023.08	8,585.00	16,510.51	28,779.48	45,363.81

Tabla 198 - Flujo de efectivo neto anual

Fuente: Elaboración propia

Tomando una TMAR= 6.15% y aplicando la fórmula anterior, se obtiene:

$$VAN = \frac{5,023.08}{(1+0.0615)^1} + \frac{8,585.00}{(1+0.0615)^2} + \frac{16,510.51}{(1+0.0615)^3} + \frac{28,779.48}{(1+0.0615)^4} + \frac{45,363.81}{(1+0.0615)^5} - 74,818.20$$

$$VAN = \$7,663.86$$

El valor resulta ser positivo para un horizonte de 5 años, por lo cual se concluye que desde el punto de vista del VAN se debería de aceptar el proyecto.

13.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Dónde: F_t representa los flujos de caja en cada periodo t
 n es el número de periodos considerado
 I es el valor del desembolso inicial de la inversión

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto a través del método de la Tasa Interna de Retorno, es el siguiente:

TIR \geq TMAR, entonces el proyecto se acepta
 TIR < TMAR, entonces el proyecto se rechaza

Para el cálculo de la TIR nos auxiliamos del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde obtenemos los FNE (Flujos de Efectivo Netos) presentados en la tabla anterior. Aplicando la fórmula de la TIR se obtiene:

$$0 = \frac{5,023.08}{(1 + TIR)^1} + \frac{8,585.00}{(1 + TIR)^2} + \frac{16,510.51}{(1 + TIR)^3} + \frac{28,779.48}{(1 + TIR)^4} + \frac{45,363.81}{(1 + TIR)^5} - 74,818.20$$

$$TIR = 9\%$$

Como resultado la TIR es de **9%**; en donde resulta que TIR > TMAR, lo que significa que el proyecto se considera factible bajo el criterio de la Tasa Interna de Rendimiento y el proyecto se acepta.

13.1.4. RAZON BENEFICIO COSTO (B/C)

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "dólar" que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/C) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo. En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- Relación $B/C=1$: Este resultado quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo dólar, sin ningún tipo de rentabilidad, este resultado es conveniente en proyectos sin fines de lucro
- Relación $B/C>0$: Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.
- Relación $B/C<0$: Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio. Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

Ahora estimaremos los rendimientos de cada dólar invertido, para esto usamos las cantidades expresadas en el estado de flujo de efectivo neto anual de la tabla 197.

Para obtener el beneficio-costo del proyecto, se calcula el valor actual neto para los flujos de efectivo de los 5 años proyectados y luego se divide este valor entre la inversión. Para el caso, el valor actual neto resulto ser de \$82,482.06 y el valor de la inversión es de \$74,818.20; por lo tanto, la razón beneficio-costo que se obtiene es la siguiente:

$$B/C = \$82,482.06/\$74,818.20 = \$1.1024$$

El resultado anterior quiere decir que por cada dólar que se invierte se obtienen \$0.1024 de ganancia para un tiempo de 5 años con una TMAR = 6.15%. Significa que se puede recuperar la inversión realizada y además de ello se generan ingresos de 10.24 centavos, por lo que se concluye que el proyecto se puede aceptar desde el criterio de la razón beneficio-costo.

13.2. EVALUACION SOCIAL

La evaluación social consiste en aportar información relevante a los involucrados en la toma de decisiones respecto al uso de los recursos públicos. La evaluación social mide la contribución del proyecto en cuanto al desarrollo social y económico de la zona en estudio. Los beneficios y costos sociales intangibles, aunque no se pueden cuantificar monetariamente, deben considerarse cualitativamente en la evaluación con respecto a los efectos que la implementación del proyecto puede tener sobre el Bienestar y la Calidad de Vida de la población en la zona.

JUSTIFICACIÓN.

El Plan de Desarrollo Turístico es de naturaleza Social, ya que el establecimiento de condiciones relacionadas a mejorar la Calidad de vida de la Población de Alegría forma parte de los objetivos principales que se persiguen, sin embargo su medición como la de cualquier proyecto es compleja, debido a la multiplicidad de elementos que afectan la calidad de vida de una persona, sin embargo para efectos de esta investigación, se han definido una serie de Indicadores en base a la situación identificada en el diagnóstico y a las líneas estratégicas propuestas en la fase de diseño.

La estrategia de intervención social del Plan se orienta hacia la satisfacción de las necesidades prioritarias de los grupos más vulnerables de la municipalidad, promoviendo el incremento de la autogestión comunitaria con respeto a su actividad comercial y rubro, de forma que les permita alcanzar un mayor grado de participación en la toma de decisiones en sus respectivas áreas.

El impacto del Plan se analizará en función de las mejoras a los factores sociales más vulnerables, así como a los diferentes niveles de la sociedad, en función del cumplimiento de las políticas sociales y de su impacto en los indicadores del desarrollo de Alegría.

La evaluación social para la Investigación se desarrolla de la siguiente manera:

1. Definición de los Objetivos de Impacto del Proyecto, de acuerdo a los Planes Propuestos.
2. Definición de los Indicadores de Medición del Impacto Social del Plan.
3. Análisis de crecimientos en ámbitos de interés.

La municipalidad de Alegría, posee muchas necesidades y muchas actividades que pueden potenciarse para saldar algunas de ellas, el turismo es una opción muy buena que en este proyecto se está ofertando a la zona ya que puede aportarse ciertas opciones de mejora en los siguientes aspectos que son importantes.

13.2.1. DEFINICION DE LOS OBJETIVOS DE IMPACTO SOCIAL

Se toma de referencia, la matriz de objetivos e indicadores realizada en etapa de anteproyecto la cual muestra los objetivos buscados por el presente proyecto, para el caso se toma solamente la parte correspondiente a Objetivos de nivel superior los cuales son los referidos a impacto a nivel social:

OBJETIVOS	DESCRIPCION	INDICADORES	PUNTO DE VERIFICACION	SUPUESTOS O RIESGOS
OBJETIVOS SUPERIORES	Incrementar el número de personas en la zona rural que perciban los beneficios del turismo en Alegría a través de obras e inclusión en la actividad turística.	-Variación en el número de negocios del sector informal en el municipio. - Variación en el número de negocios del sector formal en el municipio. -Cantidad de obras de interés social en el municipio (área urbana) -Comerciantes zona urbana/Comerciantes casco urbano	Durante la entrada en operación del proyecto	El proyecto será exitoso y presentara altos niveles de crecimiento en turismo local, ampliándose la demanda de los turistas a servicios y bienes de consumo.
	Aportar desarrollo económico y social al municipio.	-Índices de competitividad municipal. -PIB del municipio. -Dinero proveniente de impuestos	Durante la entrada en operación del proyecto	Los beneficios traducidos en impuestos recaudados serán invertidos en obras para el municipio de Alegría y apoyar al sector del micro y pequeño comerciante.
OBJETIVOS EN EL MEDIANO PLAZO.	Incrementar el flujo turístico nacional al municipio.	-Número de usuarios que arriban al municipio según procedencia.	-Durante la vida del proyecto	La situación de seguridad y económica el país mejora.
	Incrementar el flujo turístico extranjero al municipio posicionando Alegría como un destino reconocido.	-Número de usuarios que arriban al municipio según procedencia de país.	-Durante la vida del proyecto	Los buenos resultados y atractivos serán rápidamente compartidos internacionalmente. La situación de seguridad del país mejora.

Tabla 199 - Matriz de objetivos de nivel superior

Fuente: Elaboración propia

Se evalúa a continuación de qué manera se benefician diversos ámbitos:

13.2.2. ASPECTO ECONOMICO

13.2.2.1. APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS

El Municipio es rico en recursos naturales y culturales, por ello existen diversas actividades que se pueden llevar a cabo. Con la realización del proyecto, se ampliarán los servicios turísticos que ofrecerá el municipio, a partir de la diversidad de atractivos específicos, que enfatizan la experiencia en Turismo cultural y de aventura. Pudiéndose mencionar.

PROPUESTA	RECURSO O ACTIVIDAD APROVECHADA
PARQUE ECOTURISTICO LDA	-Vista de la Laguna -Bosques Y Senderos De LDA -Vistas panorámicas al borde del volcán -Camping Espacios recreativos y de descanso
PAQUETES TURISTICOS	-Visitas a Fincas de Alegría -Visita a zonas rurales promoviendo turismo en las mismas -Visita de viveros de zonas urbanas y rurales -Visita de sitios históricos.
ACTIVIDADES CULTURALES	-Uso de parque y centro histórico. -Conocimiento de actividades culturales relacionadas a identificación de historia y cultura del municipio.

Tabla 200 - Recursos aprovechados según propuestas

Fuente: Elaboración propia

13.2.2.2. AUMENTO DEL TURISMO

Con el fortalecimiento del turismo en Alegría, a través de las propuestas y líneas estratégicas a seguir, se aumentará el ingreso de turistas al municipio en porcentajes considerables respecto al año 2015 y 2016, para el caso el crecimiento se observa de la siguiente manera.

Año	Tasa de crecimiento sector turismo (con respecto al año anterior)	DEMANDA PROYECTADA
2015	---	78,354
2016	10.47%	86,557
2017	9.44%	94,730
2018	8.63%	102,902
2019	7.94%	111,075
2020	7.36%	119,247
2021	6.85%	127,419

Tabla 201 - Crecimiento de la demanda municipio de Alegría.

Fuente: Elaboración propia datos históricos y regresión lineal

A continuación se presentan resultados que se derivan del crecimiento de la demanda turística; tales datos relacionan aumento de la demanda con aumento de capacidad instalada en

establecimientos privados lo cual es importante **aclarar** sale del alcance del presente proyecto, debido a que son inversiones que dependerían directamente del empresario individual, sin embargo da una pauta muy clara de cómo el aumento turístico derivado de la implementación del proyecto podría influir en las necesidades del sector privado respecto a su capacidad instalada, lo cual al concretarse ampliaciones, indudablemente generarán empleos directos e indirectos según se detalla:

De la proyección anterior se puede predecir un crecimiento general para todos los establecimientos, para el caso, se tomará como un aumento en su capacidad instalada directamente proporcional al crecimiento de la demanda.

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD ACTUAL	2017	2018	2019	2020	2021	CRECIMIENTO A 5 AÑOS
RESTAURANTE LA CALESA	48	53	57	62	66	71	23
RESTUARANTE PUEBLITO	240	263	285	308	331	353	113
RESTAURANTE EL PORTAL	88	96	105	113	121	130	42
RESTAURANTE CARTAGENA	300	328	357	385	413	442	142
RESTAURANTE LA FONDA DE ALEGRÍA	144	158	171	185	198	212	68
RESTAURANTE ENTRE PIEDRAS	56	61	67	72	77	82	26
LA CASITA DE MI ABUELO	40	44	48	51	55	59	19
CAFÉ SONATA	31	34	37	40	43	46	15
LA COCINA DE MACHENTA	120	131	143	154	165	177	57
EL RINCONCITO FAMILIAR	72	79	86	92	99	106	34
PUPUSERIA CRISTINA	50	55	59	64	69	74	24
CAFETIN NUEVA ESPERANZA	8	9	10	10	11	12	4
RESTAURANTE LDA	75	82	89	96	103	110	35
TOTALES	1272	1392	1512	1632	1752	1872	600
CRECIMIENTO % 5 AÑOS							47.21%

Tabla 202 - crecimiento en capacidad según demanda proyectada, restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD ACTUAL	2017	2018	2019	2020	2021	CRECIMIENTO A 5 AÑOS
CASA DE HUESPEDES PALMA	10	11	12	13	14	15	5
LA ESTANCIA DE DANIEL	10	11	12	13	14	15	5
CARTAGENA	32	35	38	41	44	47	15
ENTRE PIEDRAS	8	9	10	10	11	12	4
LDA	9	10	11	12	12	13	4
RESTAURANTE ENTRE PIEDRAS	56	61	67	72	77	82	26
LA FONDA	4	4	5	5	6	6	2
	129	141	153	166	178	190	61
CRECIMIENTO % 5 AÑOS							47.21%

Tabla 203 - Crecimiento en capacidad según demanda proyectada, hospedajes

Fuente: elaboración propia

MEJORA EN INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTACION

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD ACTUAL	PRECIO	TOTAL SEGÚN CAP ACTUAL	CRECIMIENTO A 5 AÑOS	INGRESOS POR UNICAD DE CAP INSTALADA	DIFERENCIAL DE MEJORA
RESTAURANTE LA CALESA	48	\$5.90	\$283.20	23	\$417	\$134
RESTUARANTE MI PUEBLITO	240	\$7.00	\$1,680.00	113	\$2,473	\$793
RESTAURANTE EL PORTAL	88	\$5.00	\$440.00	42	\$648	\$208
RESTAURANTE CARTAGENA	300	\$9.00	\$2,700.00	142	\$3,975	\$1,275
RESTAURANTE LA FONDA DE ALEGRIA	144	\$6.95	\$1,000.80	68	\$1,473	\$472
RESTAURANTE ENTRE PIEDRAS	56	\$6.00	\$336.00	26	\$495	\$159
LA CASITA DE MI ABUELO	40	\$3.00	\$120.00	19	\$177	\$57
CAFÉ SONATA	31	\$10.00	\$310.00	15	\$456	\$146

LA COCINA DE MACHENTA	120	\$3.25	\$390.00	57	\$574	\$184
EL RINCONCITO FAMILIAR	72	\$5.00	\$360.00	34	\$530	\$170
PUPUSERIA CRISTINA	50	\$2.00	\$100.00	24	\$147	\$47
CAFETIN NUEVA ESPERANZA	8	\$3.00	\$24.00	4	\$35	\$11
RESTAURANTE LDA	75	\$4.00	\$300.00	35	\$442	\$142
TOTAL	1272		\$8,044.00	600	\$11,841	\$3,797

Tabla 204 - Mejora de ingresos proyectados en alimentación

Fuente: elaboración propia

MEJORA DE INGRESOS SEGÚN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO

ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD ACTUAL	PRECIO	TOTAL SEGÚN CAP ACTUAL	CRECIMIENTO A 5 AÑOS	INGRESOS POR UNI DE CAP INSTALADA	DIFERENCIAL DE MEJORA
CASA HUESPEDES DE LA PALMA	10	\$10.00	\$100.00	5	\$147.21	\$47.21
LA ESTANCIA DE DANIEL	10	\$12.50	\$125.00	5	\$184.01	\$59.01
CARTAGENA	32	\$15.00	\$480.00	15	\$706.59	\$226.59
ENTRE PIEDRAS	8	\$16.00	\$128.00	4	\$188.42	\$60.42
LDA	9	\$20.00	\$180.00	4	\$264.97	\$84.97
LA FONDA	4	\$18.00	\$72.00	2	\$105.99	\$33.99
TOTAL	73		\$1,085.00	61	\$1,597.18	\$512.18

Tabla 205 - Mejora ingresos proyectados en rubro hostales

Fuente: elaboración propia

Analizados los resultados, se puede afirmar que la implementación del proyecto traerá aumento en el turismo respecto a su demanda y con ello, mejoras en aumento de capacidad de diferentes establecimientos lo cual se traduce en empleos y por ende mejora en sus ingresos.

13.2.2.3. GENERACION DE EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Poner en marcha el proyecto es crear una nueva fuente de ingresos para la población en el Municipio pues se necesita contratar personal que se encargue de realizar las actividades turísticas.

La actividad turística demanda principalmente el segmento de mujeres y jóvenes, en un primer momento, estos no requieren de mucha formación especializada, pues los conocimientos los Adquirirán por medio de las capacitaciones que se les brindarán y por ello, cualquier persona tiene la oportunidad de poder obtener el trabajo y poder desarrollarse en él.

13.2.2.3.1. EMPLEOS DIRECTOS

Se establece que el plan de desarrollo propuesto está generando, entre las propuestas de Parque LDA, Actividades turísticas culturales, Tours Alegría, Control y gestión turística los siguientes números de empleo:

LUGAR	ACTIVIDAD	CANTIDAD
PARQUE LDA	ADMINSITRACIÓN Y CONTROL	1
	COORDINACION	1
	MANTENIMIENTO	1
ACTIVIDADES TURISTICAS	COORDINACIÓN Y GESTIÓN	1
TOURS ALEGRÍA	GUIAS TURISTICOS POR PAQUETE	3
SEGUIMIENTO	TRABAJOS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO AL TURISTA	1
TOTAL EMPLEOS DIRECTOS		8

Tabla 206 - Empleos directos generados.

Fuente: Elaboración propia

Si se considera que cada empleado directo genera ingresos para una familia de 4 personas aproximadamente; la cantidad beneficiaria directa será: **32 BENEFICIARIOS DIRECTOS**

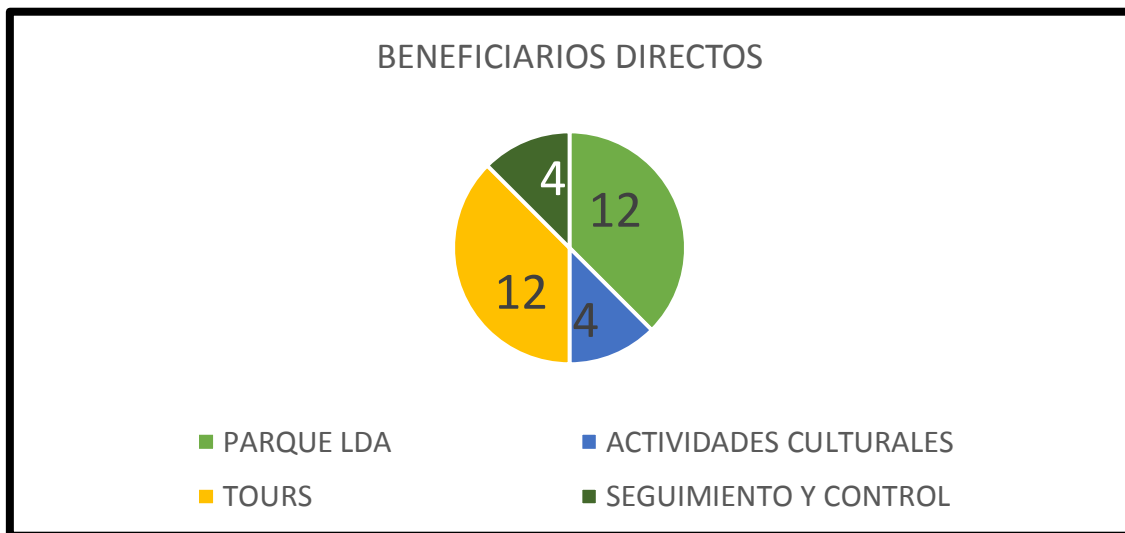


Gráfico 6 - Beneficiarios directos de proyecto propuesto

Fuente: Elaboración propia

13.2.2.3.2. EMPLEOS INDIRECTOS

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que, si el proyecto genera 8 empleos directos, se estarán generando a su vez **veinte y cuatro** empleos indirectos, entre los cuales podrían estar los comerciantes de diferentes productos, etc.

En éste sentido, partiendo de 4 integrantes familiares por empleo, se tiene la cantidad de beneficiarios de: **96 beneficiarios** indirectos.

Si el proyecto se implementase, se asume que las proyecciones de demanda y por ende crecimiento en comercio se darán por sentadas, por lo tanto, se calcula la proporción de aumento en empleados que pueda requerir cada establecimiento según capacidad.

Se realiza una semejanza de triángulos para calcular ratios según demanda proyectada que brindan una relación entre capacidad instalada y cantidad de empleados.

EMPLEADOS RESTAURANTES

N°	Restaurantes	Capacidad	#	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	# EMPL	EMPLEOS
		actual	Empleados Fijos	CAPACIDAD EMPLEADO	CREC 2017	CREC 2018	CREC 2019	CREC 2020	CREC 2021	FIJOS 2021	CREADOS TOTAL
1	La Calesa	48	4	0.08	0.09	0.10	0.11	0.11	0.12	6	2
2	Mi Pueblito	240	10	0.04	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06	15	5
3	El Portal	88	4	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06	0.07	6	2
4	Cartagena	300	10	0.03	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	15	5
5	La Fonda de Alegría	144	4	0.03	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	6	2
6	Entre Piedras	56	2	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	3	1
7	El Molcajete	108	2	0.02	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03	3	1
8	La Casita de Mi Abuelo	40	2	0.05	0.05	0.06	0.06	0.07	0.07	3	1
9	Sonata	31	3	0.10	0.11	0.12	0.12	0.13	0.14	4	1
10	La Cocina de Machenta	120	2	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	3	1
11	El Rinconcito Familiar	72	3	0.04	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06	4	1
12	Cristina	50	6	0.12	0.13	0.14	0.15	0.17	0.18	9	3
13	Nueva Esperanza	8	2	0.25	0.27	0.30	0.32	0.34	0.37	3	1
14	Laguna de Alegría	75	2	0.03	0.03	0.03	0.03	0.04	0.04	3	1
TOTAL		1380	56							26	

Tabla 207 - Crecimiento de # empleados según proyección

Fuente: Elaboración propia

EMPLEADOS HOSTALES

N°	Hostal o Casa de huéspedes	CAPACIDAD ACTUAL	# EMPLEADOS FIJOS	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	RATIO	# EMPL	EMPLEOS
				CAPACIDAD EMPLEADO	CREC 2017	CREC 2018	CREC 2019	CREC 2020	CREC 2021	FIJOS 2021	CREADOS TOTAL
1	La Palma	10	1	0.10	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	1.1	0.15
2	Estancia de Daniel	10	1	0.10	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	1.1	0.15
3	Cartagena	32	1	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.05	1.0	0.05
4	Entre Piedras	8	1	0.13	0.14	0.15	0.16	0.17	0.18	1.2	0.18
5	Laguna de Alegría	9	1	0.11	0.12	0.13	0.14	0.15	0.16	1.2	0.16
6	LA FONDA	4	1	0.25	0.27	0.30	0.32	0.34	0.37	1.4	0.37
TOTAL		73	6							7.1	1

Tabla 208 - Crecimiento # de empleados en hostales proyectado

FUENTE: Elaboración propia

- Analizados los datos anteriores, se tiene que en función de rubro alojamiento se proyecta un crecimiento de máximo **1 empleo**.
- Respecto al rubro alimentación, un total de **26 empleos más**.
- Por definición según el ministerio de Turismo, se han **creado 24 empleos indirectos** más debido a los empleos directos generados.
- Partiendo de que cada trabajador pertenece a una familia de 4 personas, se tiene que la cantidad de personas beneficiadas con trabajo o beneficiario indirecto total es de:

EMPLEO GENERADO	CANTIDAD DE EMPLEOS	BENEFICIARIOS
DIRECTO	8	32
INDIRECTO	51	204
TOTAL EMPLEOS Y BENEFICIARIOS	59	236

Tabla 209 - Consolidado final de beneficiarios y empleos creados

Fuente: Elaboración propia

CONSOLIDADO FINAL RESULTADOS DE BENEFICIO DE CORTE ECONÓMICO.

- Crecimiento en la demanda en un horizonte de 5 años de 49,096 personas más respecto al 2015.
- Capacidad instalada aumentada por crecimiento en demanda en 600 personas en rubro alimentación.
- Capacidad instalada aumentada por crecimiento en demanda en 61 personas en rubro alojamiento.
- Mejora de ingresos por unidad de capacidad instalada en rubro alimentación de \$3,797
- Mejora de ingresos por unidad de capacidad instalada en rubro alojamiento de \$512.18.
- Empleos directos: 8
- Beneficiarios: 236
- Empleos indirectos: 51

13.2.2.4. RATIOS BENEFICIO-COSTO SOCIAL

BENEFICIO	CALCULO	INTERPRETACIÓN
	BENEFICIO/COSTO	
BENEFICIARIOS EMPLEOS DIRECTOS	$40 / 74,818.20 = 0.000535$	Por cada dólar invertido
		se generan 0.000535
		beneficiarios directos (incluye empleados)
BENEFICIARIOS EMPLEOS INDIRECTOS	$255 / 74,818.20 = 0.003408$	Por cada dólar invertido
		se generan 0.003408
		beneficiarios indirectos (incluye empleados)
EMPLEOS DIRECTOS	$8 / 74,818.20 = 0.000107$	Por cada dólar invertido
		se generan 0.000107
		empleos directos
EMPELOS INDIRECTOS	$51 / 74,818.20 = 0.000682$	Por cada dólar invertido
		se generan 0.000682
		empleos indirectos
AUMENTO DEMANDA TURISTICA	$(127,419-86,557) / 74,818.20 = 0.5459$	Por cada dólar invertido
		se mejoró 0.5459 (quinto año)
		turistas respecto a demanda actual
AUMENTO DE CAPACIDAD INSTALADA ALIMENTACION	$600 / 74,818.20 = 0.008019$	Por cada dólar invertido
		se mejora 0.008019 la capacidad instalada en Restaurantes
AUMENTO CAPACIDAD INSTALADA ALOJAMIENTO	$61 / 74,818.20 = 0.00082$	Por cada dólar invertido
		se mejora 0.00082 la capacidad instalada en alojamiento
MEJORA INGRESOS POR CAP INSTALADA ALIMENTACION	$3797 / 74,818.20 = 0.05075$	Por cada dólar invertido
		se mejoran 0.05075 los ingresos por capacidad instalada alimentación
MEJORA INGRESOS POR CAP INSTALADA ALOJAMIENTO	$512.18 / 74,818.20 = 0.00685$	Por cada dólar invertido
		se mejoran 0.00685 los ingresos por capacidad instalada alojamiento
PERSONAS BENEFICIADAS CON EDUCACIÓN.	$118 / 74,818.20 = 0.00158$	Por cada dólar invertido
		se beneficia a 0.00158 personas
		En cuanto a educación.

Tabla 210 - Ratios beneficio costo social

Fuente: Elaboración propia

13.2.2.5. BENEFICIO A COMPONENTES POTENCIALES

La implementación del proyecto en lo que respecta a los Tours turísticos, supone un beneficio formidable al bolsillo del habitante de las zonas rurales, ya que éstas rutas buscan avocar al turista a zonas rurales como parte de los recorridos, lo cual es una oportunidad para que los habitantes se puedan convertir en comerciantes y ofrecer sus productos a los turistas que recorrerán las rutas rurales establecidas; así como los propietarios de pequeños viveros que se encuentran en zonas alejadas del casco urbano.

13.2.3. ASPECTOS SOCIALES

13.2.3.1. EDUCACION

El proyecto generara educación al capacitar al personal en la preparación de alimentos, atención al cliente. Indirectamente se favorece a este aspecto al contribuir en la generación de ingresos a los empleados los cuales pueden acceder a educación para sí o para los miembros de su familia.

Así mismo se podrá concebir que por cada empleo generado sea directo o indirecto se está beneficiando a por lo menos 2 personas en lo que a oportunidad de estudio respecta, por lo que se establece que la cantidad aproximada de personas beneficiadas en educación es de: **118 personas.**

13.2.3.2. SALUD

Se espera mejorar las condiciones de salud de las personas habitantes de la zona ya que la visita de los turistas motivará a mantener limpio y libre de basura los caminos, además debido a la afluencia cada vez mayor de clientes a los diferentes atractivos turísticos, la alcaldía ofrecerá el servicio de recolección de basura hasta el lugar y los pobladores podrán también hacer uso de este servicio.

Respecto a los promontorios de basura, se reducirán en gran medida debido a que las calles del municipio son en sí atractivos turísticos que forman parte de un tour por lo cual el mantenimiento será continuo y esto contribuirá a una reducción considerable en la probabilidad de generación de infecciones causadas por contaminación.

Un efecto importante sobre la salud, lo genera la implementación de tal proyecto en lo que respecta a la implementación de buenas prácticas turísticas, generará una cultura de cuidado al medio ambiente entre turistas y pobladores que a la larga se traduce en reducción de contaminación y buen uso de los recursos naturales.

Un beneficio palpable será la implementación de políticas de manejo de desechos sólidos lo cual capacitará trabajadores respecto a ellas y a turistas, lo cual se traduce en adecuado uso de desechos que en caso diferente serían fuertes fuentes de enfermedades e infecciones.

Un aspecto cuantificable, en el cual se observa beneficio, se tiene en la incorporación de personal fijo a las nuevas plazas a crearse para echar a andar las propuestas presentadas, así mismo los empleados indirectos que se incorporarán de manera formal a restaurantes y

alojamientos, suponen una cantidad de personas las cuales serán incorporadas al ISSS, esto significa acceso a salud de manera gratuita y de calidad.

13.2.3.3. SEGURIDAD

Mediante la coordinación con la PNC y POLITUR, se tratará de promover acciones que mantengan índices de delincuencia de Alegría en niveles bajos.

La implementación del proyecto supone flujo constante y abundante de turistas lo cual requiere una demanda más considerable de seguridad por lo cual año con año se espera que la asignación de agentes policiales se vea en aumento para vigilar y salvaguardar la seguridad del municipio, sus habitantes y visitantes.

Mediante el desarrollo del Proyecto se buscará en los próximos años abrir e incorporar nuevas fuentes de empleo para los jóvenes, a manera de propiciar alternativas económicas de manera que no existirá necesidad de recurrir a opciones delincuenciales para la subsistencia.

13.2.4. ASPECTOS CULTURALES

13.2.4.1. ENRIQUECIMIENTO DE LA HISTORIA Y LA ESCRITURA

Con la implementación de los tours, se está fortaleciendo la identidad cultural y amplia representación artística que ha tenido Alegría en la literatura de El Salvador, a través de rutas turísticas de carácter informativo acerca de Alberto Masferrer, y la historia de Alegría; logrando promover la identidad cultural que representa a Alegría tanto para habitantes como visitantes.

Fortalecimiento del interés hacia la caficultura a través de los Tours Alegría y Café en los cuales se culturiza al usuario respecto a procesos de café al tiempo que se le inculca la importancia que el café tiene para el país y aún más para Alegría como pilar de la economía.

Se promoverán las costumbres y tradiciones a través de los festivales gastronómicos y de café que se implementarán en el proyecto, fortaleciendo el patrimonio cultural del municipio.

El promover rutas en las cuales los atractivos son las mismas calles, viviendas y alrededores del municipio, supondrá el origen para la iniciativa de conservación y el respeto por los patrimonios que se poseen, tanto culturales, naturales y de infraestructura (La arquitectura).

13.2.5. BENEFICIOS AMBIENTALES

La conservación y mantenimiento de la LDA, será de beneficio para la población, así como de los alrededores del municipio.

El hecho de implementar proyectos que involucren áreas naturales, supone un plus ya que existen lineamientos como la Ley de Medio ambiente que deberá acatarse y hacerse cumplir, lo cual es de beneficio para el medio ambiente ya que se convertirán en actividades sostenibles.

13.2.6. CONCLUSIONES DEL ANALISIS SOCIAL

A partir de la implementación del presente proyectos se concluye:

- Se Incrementa el número de personas en la zona rural que perciban los beneficios del turismo en Alegría a través de obras e inclusión en la actividad turística.
- Se aporta al desarrollo económico y social al municipio a través de la mejora de ingresos directos e indirectos
- Se obtendrán beneficios, tales beneficios económicos regresarán al pueblo en obras.
- Se generarán empleos directos, indirectos, beneficiarios directos y beneficiarios indirectos.
- La implementación del presente proyecto tendrá impactos positivos en la salud, cultura, ambiente y flujo turístico del municipio.

13.3. EVALUACION DE GÉNERO

La equidad de género es la capacidad de ser equitativo, justo y correcto en el trato de mujeres y hombres según sus necesidades respectivas. La equidad de género representa el respeto a nuestros derechos como seres humanos y la tolerancia de nuestras diferencias como mujeres y hombres, representa la igualdad de oportunidades en todos los sectores importantes y en cualquier ámbito, sea este social, cultural o político. En el terreno económico, es vital importancia lograr la equidad de género, ya que, si a la mujer se le restringe el acceso al campo productivo, al campo laboral o al campo comercial, se genera pobreza. La equidad de género se abordará a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizarán en el sector en la zona podrán ser desempeñados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos. Así como dándole la oportunidad de expresión a todos por igual.

Actualmente la desigualdad de géneros es una problemática que los gobiernos y organismos nacionales e internacionales tratan de erradicar, pero si bien es cierto que se han tenido grandes avances en el tema, también es cierto que cada día surgen nuevos sectores donde la desigualdad de género, de etnia y de clase social obstaculizan el crecimiento económico y el desarrollo social y lograr la equidad de géneros es un reto para todas las sociedades y sus gobiernos, tan es así que dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, un Proyecto de desarrollo de las Naciones Unidas (órgano asesor independiente que elaboró un plan de acción concreto para que el mundo revertiera la pobreza absoluta, el hambre y la enfermedad que afectan a miles de millones de personas), se encuentra el objetivo de promover la Equidad de Género y la Autonomía de la Mujer.

La participación de la mujer en el mercado laboral salvadoreño ha crecido significativamente en los últimos diez años, constituyéndose en una fuente importante de ingreso en los hogares e incidiendo significativamente en la distribución del ingreso total y la reducción de la pobreza. En el año 1997, de cada 100 mujeres en edad de trabajar, 35 trabajaban o buscaban activamente trabajo, para el 2001 la cifra subió a 40. Sin embargo, esta cifra aún es baja comparada con la de los hombres, la cual asciende a 69 de cada 100.

Durante la última década se observan avances importantes en cuanto a equidad de género y educación. Sin embargo, de acuerdo a datos registrados por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, en el grupo poblacional de 10 años y más a nivel nacional, las mujeres son las que presentan el mayor porcentaje de analfabetismo, 18.8 % respecto al de los hombres que fue de 13.9%. En el área urbana la tasa de analfabetismo en las mujeres es de 12.5% y la de los hombres es menor 7.0%. En el área rural las mujeres tienen una tasa del 29.2% mucho mayor que la de los hombres que llega al 23.75%. En el municipio de Alegría, según el Censo de Población y Vivienda en el 2007, del total de personas, un 25.4% representa la tasa de analfabetismo de mujeres y el 19.7% de hombres. En síntesis, para lograr avanzar hacia un desarrollo más humano y sostenible es necesario promover la plena incorporación de las mujeres a la vida activa del país.

En el municipio de Alegría se puede observar la siguiente estadística:

Población			Área					
Total	Hombres	Mujeres	Urbano			Rural		
			Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
11712	5664 (48.4%)	6048	1545	707	838	10167	4957	5212

Tabla 211 - VI Censo de Población y Vivienda 2007

Fuente: Elaboración propia en base a DIGESTYC

- En términos de distribución por sexo²⁵, el 76% de los productores comerciales son hombres y el 24% son mujeres; en el caso de los productores individuales la diferencia es más marcada ya que el 91% son hombres y el 9% mujeres.
- Población por sexo y grupo de edad, municipio de Alegría, 2007

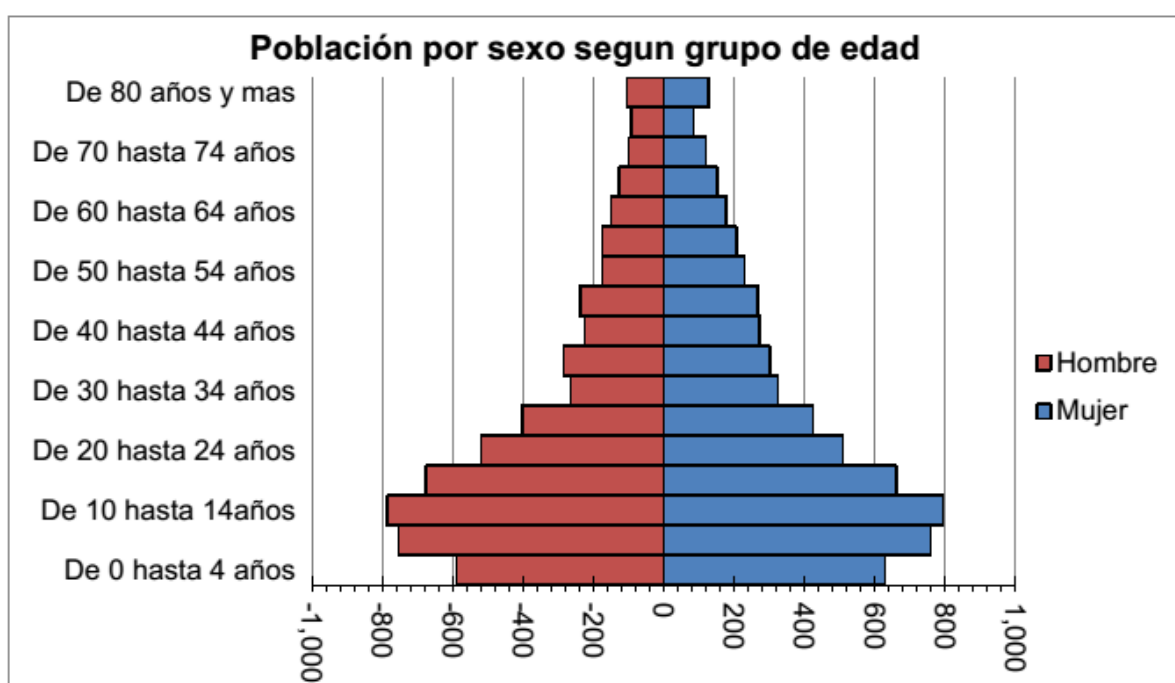


Gráfico 7 - Población por sexo según grupo de edad

Fuente: Plan de Competitividad Municipal 2008-2016

En términos de población por estratos de edad Alegría cuenta con una población bastante joven, el 36.8% de la población tiene entre 0-14 años de edad, y además el 52.6% tiene entre 15-60 años. El gráfico anterior, se muestra cómo se concentra la población en los estratos de edades más jóvenes, la mayor parte de la población se concentra entre los 0 y 19 años de edad.

Así como también se da el fenómeno que, siendo las mujeres la población más grande, son las que menos acceso educación tienen, por lo que sus niveles de escolaridad son, en los tres municipios, menores a los de los hombres.

²⁵ <http://www.repo.funde.org/414/>

El Plan de Desarrollo Turístico Integral para el municipio de Alegría, pretende dar oportunidad tanto a mujeres y hombres de trabajar por el desarrollo de la comunidad. Se cuenta con la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Alegría, y la participación de la misma se tomará en cuenta en el proyecto.

13.3.1. CONDICIONES EQUITATIVAS A DESARROLLAR

Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajarán directamente en el proyecto turístico.

Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.

Que todas las personas participantes en el proyecto turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en este pueden tener oportunidad de dar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.

Involucrando a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.

Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.

Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.

Al contar con una equidad de géneros la asociación puede optar por muchos beneficios que pueden ser de mucha ayuda para la asociación.

De acuerdo a las consideraciones hechas anteriormente se puede concluir que con el proyecto se pretende contribuir a:

- Generar fuentes de empleo a mujeres. Elevar su autoestima
- Que la mujer tenga acceso a los puestos laborales más importantes, es decir que ellas tendrán poder de decisión dentro de la empresa y podrán también tener acceso y control de los recursos.
- Impulsar el desarrollo de las capacidades de la mujer.
- Facilitar el acceso de la mujer a oportunidades económicas, políticas, sociales y culturales.
- Garantizar su seguridad.

Y como último criterio tomando en cuenta que las ocupaciones a desarrollarse por el proyecto dan como beneficio lo siguiente:

- Cargos desempeñados con habilidades reconocidas en cualquier género.
- Cercanía del lugar de vivienda.
- Actividades realizadas conscientes del cuidado de la zona.

13.3.2. ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS DE GÉNEROS

“A partir del concepto de equidad de género se justifica la realización de acciones afirmativas...” y a su vez el establecimiento de condiciones... “que favorezcan específicamente a las mujeres, con el objetivo de compensar la brecha existente entre hombres y mujeres en relación al acceso a oportunidades de desarrollo, participación e igual disfrute de los beneficios”. Como parte de las estrategias para la puesta en marcha en las Propuestas de Turístico-Educativas se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en este sentido:

- Debe existir un liderazgo representativo de mujeres dentro las iniciativas (no menor al 50%).
- Considerar dentro de actividades como cooperativas, la inserción de mujeres en no menos de un 50%.

13.4. EVALUACION AMBIENTAL

La Evaluación Ambiental conforme al artículo 18 de la Ley del Medio Ambiente salvadoreña puede definirse como: “Un conjunto de acciones y procedimientos que aseguran que las actividades, obras o proyectos que tengan un impacto ambiental negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del medio ambiente.”

La evaluación del impacto ambiental tiene como propósito asegurar que el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural: mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que los costos no sean que los beneficios esperados.

En primer lugar, durante el desarrollo de la evaluación, se identifican los potenciales impactos ambientales significativos con el fin de evitarlos, mitigarlos o compensarlos, y se aprovechan las oportunidades para mantener o mejorar las condiciones ambientales del medio.

Objetivos de la Evaluación Ambiental del Plan de Desarrollo Turístico Integral para el municipio de Alegría

- Determinar si el proyecto cumple con las Leyes Medios Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en el municipio de Alegría.
- Buscar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permita la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento ambientales.

13.4.1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN AMBIENTAL

Etapa 1: Desagregación del Proyecto: Consiste en dividir el proyecto en todas las obras o actividades que se requieren para su construcción en proceso.

Etapa 2: Identificación de los Impactos: En ésta etapa se procede a identificar los impactos que se pueden generar en cada uno de los procesos. Para ello se utiliza un método de valoración de impactos por medio del cual se determina la magnitud de la relación proyecto ambiente. Este método de valoración de impactos está compuesto por los siguientes elementos básicos:

- **Acción:** Es el conjunto de actividades necesarias para la ejecución del proyecto.
- **Efecto:** Es el proceso físico, social económico o cultural que puede ser activado, suspendido o modificado por una determinada acción del proyecto
- **Impacto:** Es el cambio que se produce en alguno de los elementos ambientales por una determinada acción del proyecto.

Etapa 3: Evaluación de los impactos

Se evalúa cada impacto individualmente. Los atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación son: Clase, Presencia o Probabilidad, Duración, Evaluación y Magnitud.

Para la calificación ambiental, se utilizó igualmente el método de calificación ambiental que es la expresión de la interacción o acción conjugada de los criterios o factores que caracterizan los impactos ambientales y está definida por la siguiente ecuación:

$$Ca = C(P[aEM + bD])$$

Ca: Calificación ambiental (varía entre 0.1 y 10)

Dónde:

- C: Clase expresado por el signo + o - de acuerdo al tipo de impacto
- P: Presencia (varía entre 0.0 y 1.0)
- E: Evolución (Varía entre 0.0 y 1.0)
- M: Magnitud (Varía entre 0.0 y 1.0)
- D: Duración (Varía entre 0.0 y 1.0)
- a y b. Constantes de ponderación cuya suma deber ser igual a 10 (a con un valor de 7 y, b con un valor de 3)

El índice denominada Calificación ambiental (Ca), se obtiene a partir de cinco criterios o factores característicos de cada impacto, los cuales se explican de la siguiente manera:

- **Clase (C):** Define el sentido del cambio ambiental producido por una determinada acción del proyecto. Puede ser positivo o negativo
- **Presencia (P).** Como no se tiene certeza absoluta de que todos los impactos se presenten, la presencia califica la probabilidad de que el impacto pueda darse, se expresa entonces como un porcentaje de la probabilidad de ocurrencia
- **Duración (D).** Evalúa el periodo de existencia activa del impacto y sus consecuencias, se expresa en función del tiempo que permanece el impacto (muy larga, larga, corta, etc.)
- **Evolución (E)** Evalúa la velocidad de desarrollo del impacto, desde que aparece hasta que se hace presente plenamente con todas sus consecuencias, se expresa en unidades relacionadas con la velocidad con la que se presenta el impacto.
- **Magnitud (M).** Califica la dimensión o tamaño del cambio ambiental producido por la actividad o procesos constructivo y operativo. Los valores de magnitud absoluta, cuantificados o referidos se transforman en términos de magnitud relativa, que es una expresión mucho más real del nivel de afectación del impacto.

13.4.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL SEGÚN METODOLOGÍA

Calificación	Escala	Significado
Clase de Impacto		
Positiva	+	El efecto mejora el estado actual del recurso afectado
Negativa	-	El efecto deteriora el estado actual del recurso afectado
Presencia		
Cierto	1	Existe absoluta certeza de que el impacto se presente

Probable	0.8	Es probable hasta en un 50 % que impacto se dé
Incierto	0.4	Es poco probable que el impacto se presente
Imposible	0.1	Es casi imposible que se dé, pero podría presentarse
Magnitud		
Muy severo	1	Daño permanente al ambiente
Severo	0.8	Daños serios pero temporales al ambiente
Medianamente severo	0.5	Daños menores pero permanentes al ambiente
Ligeramente severo	0.3	Daños menores al ambiente
Nada severo	0.1	Ningún daño al ambiente
Duración		
Muy larga	1	Más de un año
Larga	0.8	De seis meses a un año
Moderada	0.6	De un mes a seis meses
Corta	0.4	De un día a un mes
Muy corta	0.2	Menos de un día
Evolución		
Muy rápido	1	Menos de un día
Rápido	0.8	De un día a un mes
Medio	0.6	De un mes a seis meses
Lento	0.4	De seis meses a un año
Muy lento	0.2	Más de un año

Tabla 212 - Criterios de Evaluación Ambiental

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con las calificaciones asignadas individualmente a cada criterio, el valor absoluto **Ca** será mayor que cero y menor o igual que diez. Este valor numérico se convierte luego en una expresión que indica la importancia del impacto (**muy alta, alta, media, baja y muy baja**) asignándole unos rangos. En la siguiente tabla se observan los rangos establecidos para la calificación ambiental de cada impacto.

Criterio de calificación	Rango	Valor
Calificación ambiental	Muy alta	8.0 -10.0
	Alta	6.0 - 8.0
	Media	4.0 - 6.0
	Baja	2.0 - 4.0
	Muy baja	0.0 - 2.0

Tabla 213 - Calificación ambiental

Fuente: elaboración propia

13.4.3. EVALUACION AMBIENTAL DEL PLAN

Para la evaluación ambiental que conlleva el Plan, se desagrega el mismo en fases, tal como se muestra a continuación:

Etapa 1: Desagregación del proyecto

Fase	Actividades
Construcción	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras
	Colocación de señales temporales de construcción y conservación vial y de zonas turísticas
	Colocación de paneles solares para generación de energía fotovoltaica
	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la construcción (obra civil)
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.
	Remoción de cobertura vegetal que se requiera
Operación	Servicio de camping (alojamiento)
	Servicio de alimentación
	Actividades recreativas (senderismo, picnic, área de juegos infantiles, entre otras)

Tabla 214 - Desagregación del Proyecto

Fuente: Elaboración propia

Etapa 2: Identificación de impactos

Luego de identificar las principales actividades que podrían ocasionar deterioro al medio ambiente se realizó la identificación de impactos que estas causarían, los cuales se muestran en el cuadro que se muestra a continuación.

Fase	Acción	Efecto	Impactos
Construcción	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras	Modificaciones de algunas áreas de la zona	Modificación de algunas áreas naturales.

	Colocación de señales temporales de construcción y conservación vial y de zonas turísticas.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
	Colocación de paneles solares para generación de energía fotovoltaica	Modificación mínima de alguna área de la zona	Ninguno ²⁶
	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción	Utilización de espacios de la zona para almacenamiento	Contaminación de suelo y aire
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la elaboración del proyecto	Generación de residuos Sólidos y generación de aguas residuales domésticas.	Contaminación, cambios temporales de la privacidad del hábitat
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.	Incremento de residuos, ruido y molestias de tráfico de maquinaria y materiales en la zona.	Contaminación y Molestias a los habitantes ubicados en el área.
	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria	Reducción de la vegetación de la zona	Perdida de zonas verdes.
Operación	Servicio de camping (alojamiento)	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales y contaminación	Ruidos. Uso de agua potable. Alteraciones del hábitat natural
	Servicio de alimentación	Incremento de desperdicios sólidos y gases	Contaminación
	Actividades recreativas (senderismo, picnic, área de juegos infantiles, entre otras)	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales	Alteraciones en el hábitat, y contaminación

Tabla 215 - Identificación de impactos en fase de Construcción y Operación

Fuente: Elaboración propia

²⁶http://www.cne.gob.sv/index.php?view=items&cid=6%3Apreguntas-frecuentes&id=23%3Aique-impacto-ambiental-tiene-la-energia-solar-fotovoltaica&option=com_quickfaq&Itemid=210

Etapas 3: Evaluación de impactos

Fase	Acción	Impacto	C	P	M	D	E	CA	IA
Construcción	Excavaciones necesarias para colocación de tuberías adecuadas y fosas sépticas para el tratamiento de aguas negras	Modificación de algunas áreas naturales.	+	0.8	0.3	0.8	0.6	(+)1.728	Muy bajo
	Colocación de señales temporales de construcción y conservación vial y de zonas turísticas.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.	+	0.1	0.1	1	0.1	(+)0.307	Muy bajo
	Almacenamiento de materiales y equipos a utilizar en la construcción	Contaminación de suelo y aire	-	0.4	0.3	0.8	0.5	(-)1.380	Muy bajo
	Localización de zonas para trabajadores y personal durante la elaboración del proyecto	Contaminación	-	0.4	0.3	0.5	0.5	(-)1.020	Muy bajo
		Cambios temporales de la privacidad del hábitat	-	1	0.1	0.5	1	(-)2.200	Bajo
	Carga y transporte de escombros, equipo, etc.	Contaminación	-	0.8	0.8	0.5	0.5	(-)3.440	Bajo
		Molestias a los habitantes ubicados en el área.	-	0.1	0.3	0.8	0.3	(-)0.303	Muy bajo
Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria	Pérdida de zonas verdes	-	0.4	0.3	0.8	0.1	(-)1.044	Muy bajo	
Operación	Servicio de camping (alojamiento)	Ruido	-	1	0.5	0.1	1	(-)3.800	Medio
		Uso de agua potable	-	1	0.3	0.3	0.8	(-)2.580	Bajo
		Alteraciones del hábitat natural	-	0.8	0.5	0.8	0.8	(-)4.160	Medio
	Servicio de alimentación	Contaminación	-	1	0.5	0.1	0.3	(-)1.350	Muy bajo
	Actividades recreativas (senderismo, picnic, área de juegos infantiles, entre otras)	Alteraciones en el hábitat	-	0.4	0.1	0.1	0.1	(-)0.148	Muy bajo
		Contaminación	-	0.1	0.3	0.3	0.1	(-)0.111	Muy bajo

Tabla 216 - Evaluación de Impacto ambiental del proyecto

Fuente: Elaboración propia

13.4.4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos muestran:

- Para la etapa de construcción se provee que exista un Muy bajo impacto negativo en el medio ambiente proveniente de las actividades del mismo, esto se debe a que las

obras de construcción no son muy grandes y son las necesarias para brindar un buen servicio teniendo en cuenta los costos.

- Para mitigar este impacto se deberá tomar en cuenta diferentes aspectos de control y mitigación en estas actividades para que la evaluación realizada mantenga estos resultados.
- En la etapa de operación se muestra que existen ciertos factores que pueden perjudicar de forma media y baja la parte ambiental de la zona como lo es el ruido la afluencia de personas al lugar y la contaminación que pueda crearse a efecto de la llegada de visitantes en la zona y su estadía, ya sea por la basura que las personas puedan dejar, actividades que puedan generar contaminación en el aire y la alteración del hábitat de animales y vegetación por la presencia humana en mayores cantidades y frecuencias, para lo cual también se buscar mecanismos de mitigación, ya que el objetivo del proyecto es ser sostenible tanto social económica como ambientalmente.
- Cabe mencionar que la evaluación fue satisfactoria ya que no se detectaron actividades que puedan tener impactos negativos significativos en el medio ambiente, también la municipalidad realiza actividades para disminuir estos impactos.

13.4.5. MITIGACIÓN DE LOS IMPACTOS NEGATIVOS

Fase de construcción

- Procurar el uso de materiales amigables con el medio ambiente aprovechando el reciclaje y materiales renovables, de manera que se disminuyan los residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades en la parte de construcción.
- Deberá ser supervisada la generación de residuos y escombros, los cuales deberán ser extraídos para su correcto tratamiento o trasladados a lugares destinados para su depósito.
- Mientras se realicen los trabajos de la construcción de la obra civil deberán ser colocados basureros con libre acceso para los trabajadores, de modo que se mantenga limpio el lugar.
- Si para la construcción se deben retirar árboles de alguna de las zonas de construcción, estos deberán ser retirados adecuadamente para su posterior trasplante a otra zona adecuada para su supervivencia además si no se puede trasplantar se deberá sembrar árboles en zonas aledañas para compensar la tala.

Fase de operación

- Por ignorancia al cuidado de la zona el turista puede dañar el hábitat por lo que las visitas deben ser planificadas adecuadamente.
- Hay que mantener rotulaciones informativas hacia el turista de todos los hábitos de higiene y de protección ambiental en general que debe de considerar y recomendaciones que debe acatar para no dañar el ambiente de la zona.
- Es importante incentivar a los turistas a realizar actividades de mayor contacto con la naturaleza creando conciencia de no contaminar el área y la manera en la que se puede convivir con la vegetación y fauna sin necesidad de perjudicarla. Durante cada visita se debe practicar la técnica de aprender haciendo, lo que favorece los cambios necesarios de actitud y aptitud en las personas que visiten el área
- Los lugareños se integrarán dejando de lado viejos conceptos y siendo los primeros en los que se debe de inculcar e informar sobre la protección y preservación medioambiental.

- Incentivar a los turistas a practicar el reciclaje, de modo que se inculque una actitud de preservación y protección por el medio natural.
- Se debe de contactar con el ministerio del medio ambiente para que brinde algún tipo de apoyo y un programa medio ambiental para llevar a cabo en la zona.

13.4.6. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Educación ambiental

- La educación ambiental es por sobre todas las cosas una educación para la acción ambiental en beneficio de la misma, facilitando así un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales.
- La educación ambiental debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental y el turismo puede contribuir en esto a través de sus iniciativas de concientización e información sobre el cuidado del ambiente y todos los recursos naturales tanto a la población local como a los turistas que visitan el lugar.
- El objetivo final de la educación ambiental es lograr que un grupo social, o un individuo partiendo del conocimiento de su realidad inmediata, logre cambios de conciencia, de actitud y de conducta, y, fomente su propia responsabilidad y participación en la solución de los problemas ambientales en cooperación con el resto de la población.
- El turista es un individuo capaz de transformar su comportamiento durante el viaje, al desarrollar diferentes respuestas ante las situaciones y ambientes por donde se mueve y a los que percibe de forma diferente a lo habitual. Muchos de estos aspectos en su vida cotidiana pasarían por alto.
- El turismo puede convertirse en un disparador de situaciones que se pueden materializar en "buenas prácticas" (no arrojar basuras, cuidar los árboles, etc.)
- Por lo tanto, la realización de actividades en un turismo con enfoque rural, donde la sostenibilidad ambiental es un eje muy enmarcado en el desarrollo del mismo, se van a propiciar ciertos elementos que harán que la sostenibilidad se refleje cada día para mantener y mejorar el área natural que se posee.

Actividades orientadas a la sostenibilidad ambiental

Dentro de las actividades que se fomentarán y se mantendrán, de sostenibilidad ambiental, en la zona de práctica turística se tienen las siguientes:

- Capacitación de personal en materia ambiental, para que tanto el personal como la localidad en general conozca que además de generar ingresos económicos y mejores oportunidades de vida, también se busca fomentar la protección medioambiental.
- El medio ambiente entrará formando parte, de algún modo, de los productos y servicios concretos. Como utilización de energía alternativa, restaurantes con productos ecológicos, transportes no contaminantes, etc. lo cual se irá incorporando poco a poco en las actividades.
- Por otra parte, con las actividades de mejoramiento y protección se buscará una sensibilización pública a través de campañas, comunicación, formación, así como el asesoramiento de organismos e instituciones internacionales y colaboración de las ONG's para que los visitantes turísticos y la localidad sepa la importancia del cuidado al medio ambiente.
- Cuando se tenga que deshacer de un residuo, hacerlo de la manera más limpia que se le facilita en su lugar de destino, es decir en los basureros más cercanos, si en un

momento preciso no se encuentra cerca de uno, guardar la basura momentáneamente y depositarla en el basurero o lugar indicado (esta información dada a conocer al turista y a todas las personas en general).

- Se trabajará bajo ciertos lemas tales como: En un espacio natural procurar que la única huella que se deje atrás sea la de su calzado.
- Se realizará actividades de siembra de árboles y todo tipo de plantas que puedan ser cultivadas en la zona a fin de fomentar la forestación y que el turista participe de estas
- No consumo de tabaco ni cualquier elemento perjudicial para la salud y emisión de contaminantes del aire
- Colocación rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas y al personal que apaguen las luces, y otros aparatos eléctricos cuando no los necesiten (esto para el caso de instalaciones de oficina y restaurante y algunos casos alojamientos)
- Realizar arreglos en la arquitectura de las instalaciones de las cabañas y restaurante, así como instalaciones de oficinas, de manera que haya buena ventilación, superficies que reflejen el calor e iluminación natural.
- Se promoverán actividades turísticas que no empleen automóviles en la propia zona donde se practicar turismo, dentro de las actividades que se realizaran para proteger el medio ambiente están: caminatas en senderos, rutas a caballo, recorridos en bicicleta, entre otros.
- Se les facilitara a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales de la región que están visitando, para que este tenga conciencia de la importancia de protegerlos.
- Se colocarán materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan y todos los materiales a utilizar tanto para la promoción turística como ambiental de la zona se usara material reciclado para fabricar estos medios en su mayoría.
- Organización de campañas ambientales periódicamente en la comunidad;(esto será responsabilidad directa del encargado de comercialización y promoción) pueden ser de siembra de árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos y otros. Instando a los turistas a participar, explicándoles a los participantes los beneficios de esas actividades e invitándolos a dar e ideas para próximas campañas.
- Se tratará de facilitar la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros.
- Se le enseñara al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada.

Beneficios ambientales

- Promueven el uso de recurso biótico en forma alternativa y el economizar recursos.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.
- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

PARTE 5: IMPLEMENTACION

14. IMPLEMENTACION DEL PLAN

14.1. PLANIFICACION DE LA IMPLEMENTACION

14.1.1. OBJETIVO GENERAL

Instalar los recursos físicos y humanos necesarios para el funcionamiento “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” con un monto de inversión total de **\$64,863.68** con una duración de **152** días hábiles.

14.1.2. ESTRUCTURA DESGLOSADA DEL TRABAJO

En gestión de proyectos, una estructura de descomposición del trabajo (EDT), también conocida por su nombre en inglés Work Breakdown Structure o WBS, es una herramienta fundamental que consiste en la descomposición jerárquica, orientada al entregable, del trabajo a ser ejecutado por el equipo de proyecto, para cumplir con los objetivos de éste y crear los entregables requeridos, donde cada nivel descendente de la EDT representa una definición con un detalle incrementado del trabajo del proyecto.

El propósito de una EDT es organizar y definir el alcance total aprobado del proyecto según lo declarado en la documentación este. Su forma jerárquica permite una fácil identificación de los elementos finales, llamados "Paquetes de Trabajo".

La EDT para la implementación del plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría se muestra a continuación.

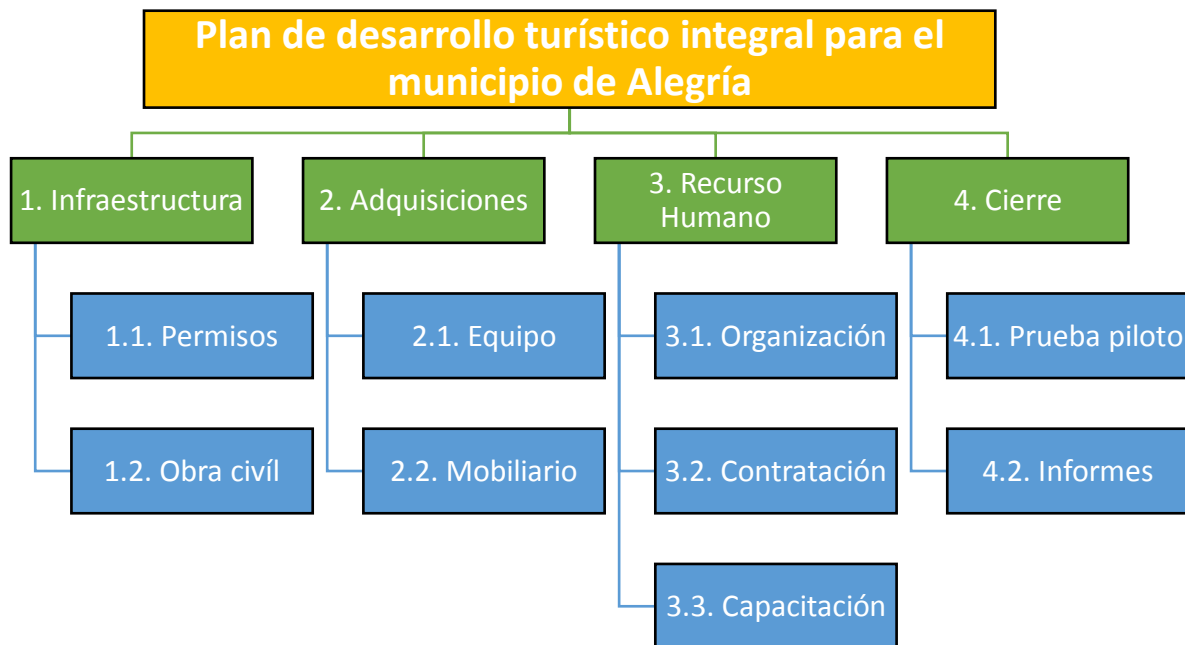


Diagrama 13 - EDT de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.3. ENTREGABLES

De la EDT se puede deducir los siguientes entregables:



Diagrama 14 - Entregables de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la descripción de los entregables que conforman el proyecto:

INFRAESTRUCTURA: Este entregable involucra la obtención de los permisos necesarios y la realización de la obra civil para el desarrollo del plan. Este entregable abarca desde la gestión de los permisos ambientales, el establecimiento de los requerimientos y necesidades del parque ecoturístico Laguna de Alegría en cuanto a espacio, sus instalaciones, zona de camping, área recreativa, áreas complementarias, iluminación, fosa séptica, la búsqueda y cotización de empresas constructoras de la obra civil, evaluación y selección de la mejor opción, la realización de la obra civil, la entrega de la obra por parte de la empresa constructora y finaliza con la evaluación e inspección de la misma para constatar la calidad de lo entregado.

ADQUISICIONES: En resumen, el entregable involucra la compra del activo fijo, dividido en 2 tipos. El primero es el equipo, el cual está constituido por todas aquellas herramientas necesarias para el desarrollo de las distintas actividades turísticas como el camping. El segundo es el mobiliario, formado por los muebles de oficina, equipos informáticos, y todo lo necesario para el área administrativa del eco parque. Para cada uno de los tipos de adquisiciones a realizar, se aborda de la siguiente manera: Primero se definen las necesidades en cantidad, tipo, especificaciones, luego se realiza la cotización, evaluación y compra de estos, y finaliza con la entrega, instalación y verificación de lo comprado, tanto en cantidad, calidad y funcionamiento.

RECURSO HUMANO: Este entregable incluye la organización del comité municipal de turismo del municipio de Alegría, la búsqueda, evaluación, selección y contratación de las personas idóneas para cubrir los nuevos puestos que se generaran en nueva organización turística para el municipio de Alegría, además de que todos los contratados serán capacitados y adiestrados para el desempeño de las tareas. Dichas capacitaciones estarán encaminadas a explicarles a los nuevos trabajadores las actividades que deberán realizar en los puestos de trabajo, las

funciones que tendrán en la empresa, como deben utilizar las herramientas y equipo que usarán, etc.

CIERRE: Este entregable concierne una pequeña prueba piloto del funcionamiento del plan (puesta a punto) y todos los informes y documentación necesaria para la finalización y entrega del proyecto.

14.1.4. PAQUETES DE TRABAJO

ENTREGABLE	PAQUETE	DESCRIPCIÓN
INFRAESTRUCTURA	PERMISOS	Este paquete implica la aprobación del proyecto por parte de la Alcaldía Municipal de Alegría, así como la gestión de permisos Medioambientales con las instituciones pertinentes para la ejecución de las obras civiles respectivas en Laguna de Alegría.
	OBRA CIVIL	Paquete que aborda todo lo relacionado a la obra civil, el establecimiento de los requerimientos del parque ecoturístico, espacios físicos, etc. la búsqueda, cotización y contratación de la empresa que realizará la obra civil, la finalización de la obra y cierre del contrato. Además de ello, se tiene que realizar el respectivo informe de resultados obtenidos de las actividades desarrolladas en la obra civil en cuanto a costo, tiempo y especificaciones de la obra.
ADQUISICIONES	EQUIPO	Paquete que aborda el establecimiento de los requerimientos, búsqueda, cotización, selección, compra del equipo y herramientas para el desarrollo de las nuevas actividades turísticas.
	MOBILIARIO	Paquete designado al establecimiento de los requerimientos, búsqueda, cotización, selección, compra e instalación del mobiliario del área administrativa. Además, dicho paquete involucra la elaboración de un informe consolidado de todas las adquisiciones hechas.
RECURSO HUMANO	ORGANIZACION	Paquete que involucra la creación de la entidad administradora y gestora en materia turística del municipio de Alegría.
	CONTRATACION	Este paquete incluye la búsqueda, evaluación, selección y contratación de las personas idóneas para cubrir los nuevos puestos que se generara la nueva organización en materia de turismo del municipio.
	CAPACITACIÓN	Este paquete incluye el proceso de adaptación del nuevo empleado a la organización, la capacitación y adiestramiento de este en los puestos de trabajo en los cuales desempeñaran sus funciones, el uso de herramientas y equipo, etc. Además, dicho

		paquete aborda la elaboración de un informe sobre la contratación y capacitación del nuevo personal
CIERRE	PRUEBA PILOTO	Este paquete aborda una pequeña puesta a punto de lo que será la ejecución del plan de desarrollo turístico una vez se tenga la infraestructura, equipo, mobiliario y los empleados estén ya capacitados. Dicha prueba piloto involucra el análisis de resultados, corrección de fallas, etc. Además de la elaboración de un informe sobre dicha prueba.
	INFORMES	Dicho paquete aborda la elaboración de un informe consolidado con los resultados obtenidos de todas las actividades realizadas anteriormente como parte de la documentación del proyecto. Se realizará una revisión y se verán los pro y los contra que han surgido en la ejecución del proyecto. Se realizará la entrega y cierre del proyecto.

Tabla 217 - Descripción de los paquetes de trabajo del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.5. DICCIONARIO DE ACTIVIDADES

A continuación, se presentan todas las actividades por cada paquete de trabajo, así como su respectiva descripción:

PAQUETES	ACTIVIDAD	DESCRIPCION
INFRAESTRUCTURA		
PERMISOS	A. Presentación del proyecto	Se hace una presentación el proyecto ante el Consejo Municipal del municipio de Alegría.
	B. Aprobación del proyecto	El Consejo Municipal del municipio de Alegría es la entidad en encargada analizar el proyecto y de aprobarlo para ponerlo en marcha. En dicha aprobación se incluye los permisos de construcción respectivos para las obras civiles
	C. Preparar y presentar el Formulario ambiental y subsanar observaciones.	Se debe de llenar los formularios pertinentes de petición del permiso ambiental y deben ser presentados en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). El MARN hará las inspecciones necesarias y emitirá observaciones las cuales se deberán subsanar, posteriormente a las observaciones dará resolución de realización del Estudio de Impacto Ambiental.

	D. Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA)	Se elabora y presenta el EIA y se entrega el requerimiento para la publicación en prensa.
	E. Consulta pública del EIA y observaciones	Se realiza una consulta pública en la alcaldía sobre el EIA y se emiten observaciones. Se evalúan las observaciones y se realiza un dictamen técnico, del cual si es favorable se hace el requerimiento de Fianza de Cumplimiento.
	F. Presentación de fianza de cumplimiento y recepción de permiso ambiental	Según el Art. 29 de la Ley de Medio Ambiente, la Fianza de Cumplimiento Ambiental tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de los Permisos Ambientales en cuanto a la ejecución de los Programas de Manejo y Adecuación Ambiental. Para ello, el Titular de la obra o proyecto deberá rendir una Fianza de Cumplimiento por el monto equivalente a los costos totales de las obras físicas o inversiones que se requieran para cumplir con los planes de manejo y adecuación ambiental que están contenidos en el EIA. Esta fianza durará hasta que dichas obras o inversiones se hayan realizado en la forma previamente establecida. El MARN elabora el Dictamen Técnico Favorable y la Resolución Ministerial de Permiso Ambiental correspondiente.
OBRA CIVIL	G. Establecimiento de los requerimientos del parque ecoturístico.	Se establecen los requerimientos, especificaciones, distribución de espacios y condiciones con las cuales debe de cumplir el parque ecoturístico, las cuales incluyen el área de camping, áreas recreativas, señalización turística, etc. para posteriormente trasladarle dicha información a una empresa constructora. Parte de dicha actividad se encuentra desarrollada en la parte de diseño del proyecto.
	H. Búsqueda y cotización de constructoras	Se realiza la búsqueda de empresas dedicadas a la construcción, a las cuales se les traslada la información sobre las necesidades, requerimientos y especificaciones que debe tener la obra

		civil, para que estas realicen la cotización respectiva de la obra y la presenten a los encargados del proyecto. Dicha actividad también incluye las evaluaciones que la empresa pueda realizar en terreno y el diseño de la propuesta.
	I. Evaluar y seleccionar constructora	Se evalúa las ofertas y se selecciona la empresa con mejor oferta en base a costo, calidad y tiempo de ejecución de la obra.
	J. Contratar empresa seleccionada	Se procede a realizar la contratación de la empresa que presento mejor oferta de construcción, se firma el contrato y se espera den inicio de las obras civiles dictada por la constructora.
	K. Obras de construcción	La empresa constructora realiza la obra de construcción de acuerdo al contrato. Las obras civiles incluyen la infraestructura del parque ecoturístico, áreas de camping, áreas administrativas, señalización turística del parque ecoturístico LDA y del casco urbano del municipio de Alegría.
	L. Entrega de las obras civiles	Finalización de las obras civiles y entrega de estas por parte de la empresa constructora.
	M. Verificación de obra ya finalizada	Verificación y revisión de la calidad de la obra una vez fue entregada.
	N. Informe de obras civiles	Se entregara un informe en el cual se notifique las obras civiles realizadas, en la que se notifique tiempos, costos, planos, descripción de infraestructura, etc.
ADQUISICIONES		
EQUIPO	O. Definición del equipo	Se determina la cantidad y especificaciones del equipo en materia de las actividades turísticas a desarrollar (camping).
	P. Búsqueda de proveedores equipo	Búsqueda y generación de una cartera de posibles proveedores del equipo y las herramientas.
	Q. Evaluación y selección de proveedores de equipo	Selección de los mejores proveedor en base a costo, calidad, contrato, vida útil del equipo, garantías, etc.
	R. Compra de equipo	Se realiza la compra del equipo a los proveedores seleccionados y se lleva a cabo el desembolso monetario y el papeleo necesario. El equipo es trasladado y resguardado.
	S. Prueba del equipo	Se instala el equipo en su respectivo lugar y se verifica que este cumpla con

		sus especificaciones y funcionalidad según lo que prometieron los proveedores.
MOBILIARIO	T. Determinación del mobiliario	Se determina la cantidad de mobiliario y equipo auxiliar y equipo administrativo que será necesario.
	U. Buscar proveedores mobiliario	Búsqueda y generación de una cartera de posibles proveedores del mobiliario de oficina.
	V. Evaluación y selección de proveedores de mobiliario	Selección de los mejores proveedores de mobiliario en base a costo, calidad, garantía, etc.
	W. Compra de mobiliario	Se confirma con el proveedor y se realiza la compra del mobiliario, se lleva a cabo todo el papeleo necesario. El mobiliario es trasladado a su lugar de destino.
	X. Prueba del mobiliario	Se procede a la distribución e instalación del mobiliario en las oficinas.
	Y. Informe de adquisiciones	Se elabora un informe consolidado de los resultados de la compra del equipo y mobiliario (especificaciones técnicas, manipulación, cuidados especiales, precauciones, usos, etc.).
RECURSO HUMANO		
ORGANIZACION	Z. Aprobación del Comité Municipal de Turismo	El Consejo Municipal de Alegría aprueba la consolidación del Comité Municipal de Turismo para el municipio de Alegría.
	AA. Notificación de representantes	El Consejo Municipal de Alegría hace notificar a las distintas Asociaciones Gremiales del municipio y a trabajadores actuales de la municipalidad (Consejales, etc.). la Conformación del Comité Municipal de Turismo.
	AB. Elección de representantes.	Las distintas entidades que formaran parte del Comité Municipal de Turismo hacen las respectivas elecciones de los representantes ante dicho comité para su conformación.
	AC. Reunión y atribuciones.	Se convoca a los diferentes miembros que conforman el Comité Municipal de Turismo y se les explica sus roles, atribuciones, funciones.
CONTRATACION	AD. Requisición de personal	Se recibirán y revisaran cada una de las peticiones de puestos a cubrir (con el organigrama de la organización turística) con el objeto de analizar su fehaciente necesidad y evaluar el tipo de perfil que se requerirá para el trabajo.

	AE. Convocatoria	Se realizaran los anuncios de manera pública a través redes sociales, prensa escrita, etc., con el objeto de informar sobre las plazas requeridas.
	AF. Recepción de currículos	Se hará recepción de currículos y revisión de los mismos siendo este un primer filtro y análisis de que tanto se ajusten al perfil requerido de los puestos de trabajo.
	AG. Realización de entrevistas	Se realizara en fechas establecidas las entrevistas de trabajo a perfiles seleccionados, así mismo pruebas psicológicas.
	AH. Verificar referencias de candidatos y visitas domiciliars	Esta actividad incluye jornadas de consulta a fuentes proporcionadas por candidatos, los cuales han sido reportados en calidad de referencias personales y laborales, para corroborar la veracidad de los mismos; así mismo se realizaran las visitas domiciliars a las residencias de candidatos posibles a contratar para corroborar veracidad de lo dicho en entrevistas y tomar referencias personales de vecinos.
	AI. Selección de candidatos	Se seleccionan a los mejores candidatos que optaron por las plazas ofertadas, así mismo se les hace informar a los candidatos que han sido seleccionados.
	AJ. Recepción de documentos de personal seleccionado	Se les informa a los seleccionados sobre la documentación necesaria a presentar, así como documentos personales, chequeos médicos sobre su salud, cuenta bancarias de depósitos de sueldo, etc.
	AK. Contratación	Se firma el contrato con las personas seleccionadas para las plazas y se fijan fechas de inicio de capacitaciones e inicio de labores.
CAPACITACION	AL. Inducción general	Se realizara un proceso rápido de inducción en la organización para mostrarles el funcionamiento y estructura general, al tiempo que se presentarán con los demás empelados.
	AM. Planificación y programación de capacitaciones	El gerente del proyecto será el encargado de planificar y armar la información que se brindara en las capacitaciones al nuevo personal así como de programarlos días en que se ejecutaran dichas capacitaciones; en ellas, se les explicara sus funciones, el uso de equipo y mobiliario.

	AN. Ejecución de las capacitaciones	Realización de las capacitaciones. Explicarle a los empleados el trabajo que ellos realizarán, que debe realizar en su puestos de trabajo, como deben de utilizar el equipo, las herramientas, etc.
	AO. Informe de organización, contratación y capacitaciones	Se elabora un informe detallado sobre las contrataciones hechas, el cual incluyen a todos los aspirantes que participaron del proceso de contratación, los mecanismos de selección y evaluación de los aspirantes y la justificación de los seleccionados. Así mismo se tendrá que realizar el informe de la ejecución de las capacitaciones y se registrará la participación de los nuevos empleados.
CIERRE		
PRUEBA PILOTO	AP. Programación de la prueba piloto	Se programa la fecha exacta en la que se realizara la prueba piloto del funcionamiento del plan, y se les comunica a los empleados de dicha prueba piloto. La fecha de realización de la prueba piloto debe corresponder a un día de poca afluencia turística.
	AQ. Chequeo	Se verifica la correcta instalación y funcionamiento de las infraestructuras, equipo, herramientas, mobiliario.
	AR. Realización de la prueba piloto inicial	Se realiza la prueba piloto. Esta es una forma que el empleado se familiarice con la tarea que realizara y solvete sus dudas, preguntas, etc.
	AS. Evaluación de la prueba piloto	Se evaluará la realización de la prueba piloto inicial y se tomaran acciones correctivas en caso sea necesario.
	AT. Informe de prueba piloto	Se realizara un informe en el cual se notifique los resultados obtenidos en la realización de la prueba piloto.
INFORMES	AU. Consolidación de informes	Se elabora un documento integrado en el que se consolidan los informes que se entreguen sobre infraestructura, adquisiciones, recurso humano y la prueba piloto llevada a cabo.
	AV. Evaluación del proyecto	Se realiza la evaluación integrada del proyecto y se realizan las conclusiones pertinentes con un enfoque comparativo entre los recursos consumidos (tiempo y dinero) y adquiridos y los programados.
	AW. Revisión de cumplimiento de entrega	Revisión del cumplimiento de los entregables versus lo visto en físico y con

		base en lo documentado en paquetes anteriores.
	AX. Tratamiento de información generada	Que se archive de manera segura: <ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de los informes • Documentación interna del proyecto • Documentación generada durante la realización del proyecto • La documentación obtenida de terceros
	AY. Firmar de cierre	Celebración de firma de acta de cierre de proyecto.

Tabla 218 - Diccionario de actividades del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.6. PRECEDENCIAS

A continuación, se presenta la precedencia de cada una de las actividades a realizar en la implementación del proyecto.

PAQUETES	N°	COD.	PRECED.	ACTIVIDAD
INFRAESTRUCTURA				
PERMISOS	1	A	---	Presentación del proyecto
	2	B	A	Aprobación del proyecto
	3	C	B	Preparar y presentar el Formulario ambiental y subsanar observaciones.
	4	D	C	Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA)
	5	E	D	Consulta pública del EIA y observaciones
	6	F	E	Presentación de fianza de cumplimiento y recepción de permiso ambiental
OBRA CIVIL	7	G	B	Establecimiento de los requerimientos del parque ecoturístico.
	8	H	F, G	Búsqueda y cotización de constructoras
	9	I	H	Evaluar y seleccionar constructora
	10	J	I	Contratar empresa seleccionada
	11	K	J	Obras de construcción
	12	L	K	Entrega de las obras civiles
	13	M	L	Verificación de obra ya finalizada
	14	N	M	Informe de obras civiles
ADQUISICIONES				
EQUIPO	15	O	G	Definición del equipo
	16	P	O	Búsqueda de proveedores equipo
	17	Q	P	Evaluación y selección de proveedores de equipo
	18	R	N, Q	Compra de equipo
	19	S	R	Prueba del equipo
MOBILIARIO	20	T	G	Determinación del mobiliario
	21	U	T	Buscar proveedores mobiliario

	22	V	U	Evaluación y selección de proveedores de mobiliario
	23	W	R, V	Compra de mobiliario
	24	X	W	Prueba del mobiliario
	25	Y	S, X	Informe de adquisiciones
RECURSO HUMANO				
ORGANIZACION	26	Z	B	Aprobación del Comité Municipal de Turismo
	27	AA	Z	Notificación de representantes
	28	AB	AA	Elección de representantes.
	29	AC	AB	Reunión y atribuciones.
CONTRATACION	30	AD	AC	Requisición de personal
	31	AE	AD	Convocatoria
	32	AF	AE	Recepción de currículos
	33	AG	AF	Realización de entrevistas
	34	AH	AG	Verificar referencias de candidatos y visitas domiciliarias
	35	AI	AH	Selección de candidatos
	36	AJ	AI	Recepción de documentos de personal seleccionado
	37	AK	AJ	Contratación
CAPACITACION	38	AL	AK	Inducción general
	39	AM	Y, AL	Planificación y programación de capacitaciones
	40	AN	AM	Ejecución de las capacitaciones
	41	AO	AN	Informe de organización, contratación y capacitaciones
CIERRE				
PRUEBA PILOTO	42	AP	AN	Programación de la prueba piloto
	43	AQ	AP	Chequeo
	44	AR	AQ	Realización de la prueba piloto inicial
	45	AS	AR	Evaluación de la prueba piloto
	46	AT	AS	Informe de prueba piloto
INFORME	47	AU	AO, AT	Consolidación de informes
	48	AV	AU	Evaluación del proyecto
	49	AW	AV	Revisión de cumplimiento de entrega
	50	AX	AW	Tratamiento de información generada
	51	AY	AX	Firmar de cierre

Tabla 219 - Actividades del proyecto y sus precedencias

Fuente: Elaboración propia

14.1.7. POLITICAS Y ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACION

14.1.7.1. POLITICAS DE IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

A continuación, se presentan las políticas generales, así como también las específicas por entregables del proyecto:

POLITICAS GENERALES	
POLITICAS	DESCRIPCION
Jornada de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> La jornada de trabajo será de lunes a sábado de 8:00 AM a 5:00 PM con un descanso de 1 hora de 12:00 PM a 1:00 PM. Si es necesaria la contratación de horas extras, se realizará el pago de estas según la ley establecida en el Código de Trabajo. La empresa constructora dispondrá del horario para la obra civil, ya que son ellos los que harán la contratación del personal de obra, en caso que se incumpla con el tiempo establecido por parte de la constructora esta deberá pagar una multa a la Alcaldía Municipal, un 12% por cada día atrasado, todo esto se dispondrá el contrato a realizar.
Pago de salarios	<ul style="list-style-type: none"> El pago de los salarios se hará apegándose al Código de Trabajo, dependiendo del contrato pactado con el empleado y se realizara cada mes hasta que el proyecto termine.
Registro de Egresos	<ul style="list-style-type: none"> Cada coordinador, así como el Gerente General del proyecto deberá llevar un registro de egresos para el control del efectivo durante la implementación del proyecto.
Aspectos Financieros	<ul style="list-style-type: none"> Todos los desembolsos serán aprobados mediante la utilización de un formato que especifique de forma clara y precisa el monto y la razón de ser del mismo. Este deberá ser validado mediante la firma del gerente del proyecto quien deberá mantener un registro del mismo. Los fondos correspondientes a la ejecución del proyecto serán gestionados por el gerente del proyecto con 2 días de anticipación; así como también lo referente a materia de desembolsos, para así evitar atrasos por espera de aprobación de cada uno de los desembolsos. El único responsable para entregar dinero del proyecto será el gerente del mismo, ningún otro miembro del equipo tendrá autorización para entregar dinero, sin previa autorización firmada por parte del coordinador. Todos los ingresos y egresos que se realicen deben quedar registrados en sus respectivos controles.

Tabla 220 - Descripción de políticas generales de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

POLITICAS POR ENTREGABLE	
ENTREGABLE	DESCRIPCION
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> Los permisos los gestionara el gerente del proyecto, con el apoyo de las autoridades de la Alcaldía Municipal. Para la contratación de la constructora para la obra civil se deberá de cotizar como mínimo 3 empresas, esto con el objetivo de seleccionar la mejor oferta. La empresa contratada de la obra civil será la responsable de la entrega de la misma, según lo pactado y será responsable de la contratación del personal que trabajará en la construcción de dicha obra. La entrega de dinero a los encargados de la construcción se hará con una previa supervisión y seguimiento de avance de construcción

	y este pago será entregado por el gerente del proyecto.
Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Se cotizará como mínimo 3 proveedores para la compra del equipo y mobiliario. • Se seleccionará el proveedor en base a las especificaciones acordadas, la vida útil, costos, así como facilidades de pago y/o servicios pos venta que ofrezcan. • El equipo y mobiliario debe ser inventariado y contabilizado antes y después de ser trasladado a las instalaciones. • Se inspeccionara todo el equipo y mobiliario que se reciba por parte del proveedor.
Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none"> • La contratación del personal se hará exclusivamente por la administración, ningún otro subsistema está autorizado para la contratación de personal. • Contratación tomando en cuenta la igualdad de género. • Para la contratación del personal se realizara un perfil, en base a esto se procederá a la búsqueda y selección del mismo.
Cierre	<ul style="list-style-type: none"> • La prueba piloto se realizará únicamente cuando se cuente con las instalaciones, equipo, mobiliario y todo el personal debidamente capacitado en sus funciones “puestos a punto”. • Para el cierre del proyecto debe realizarse una evaluación que defina los logros alcanzados durante la administración, así como también las deficiencias que este pueda tener y que servirán como lecciones para prácticas futuras. En esto participaran los 3 involucrados en el proyecto. • Si se encuentra alguna incongruencia en el proyecto el responsable será el Gerente del Proyecto.

Tabla 221 - Descripción de las políticas por entregable del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.7.2. ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

A continuación, se describen las estrategias generales de la implementación del proyecto:

ESTRATEGIAS GENERALES	
ESTRATEGIA	DESCRIPCION
Efectivo	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el efectivo necesario para la implantación de la obra será manejado por el gerente del proyecto y este se encargara de dividir el dinero según lo planteado en la programación de avance financiero del proyecto, así como su división. • Los pagos se realizaran según programación de avance físico.
Aspectos Financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar control de movimiento de egresos de los fondos monetarios para el proyecto. • Manejar indicadores financieros para la toma de decisiones con respecto a desembolsos que se requieran.

Tabla 222 - Descripción de las estrategias generales de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se describen las estrategias por entregable de la implementación del proyecto:

POLITICAS POR ENTREGABLE	
ENTREGABLE	DESCRIPCION
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar una constructora que asegure la mejor calidad en materiales, mano de obra, manteniendo los montos esperados de inversión en obra civil. • El seguimiento de la obra civil deberá ser parte vital de las actividades del coordinador técnico, quien deberá pasar informes de los avances de la obra al gerente del proyecto. • Acordar el presupuesto de asignado para la obra civil con la empresa constructora para que no se sobrepasen los montos esperados para la misma en cada punto de avance. • Se asignara un encargado de verificación de obra civil el cual será el coordinador técnico, esto para evitar futuros problemas con la empresa constructora por falta de especificaciones de diseño de la obra ya finalizada y en construcción.
Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Se evaluarán diferentes proveedores para seleccionar los que cumplan con los requisitos establecidos. • Se inspeccionará el mobiliario y equipo que se adquiera antes de instalarse en sus respectivos lugares en base a lo que se acordó. • Se buscarán proveedores que lleven el mobiliario y que brinden la instalación y capacitación del uso de las mismas. • Se tomarán en cuenta solo las cotizaciones que cumplan con las especificaciones técnicas del equipo y mobiliario, así como también el servicio post venta como lo es la instalación y transporte. • Deberá de respetarse los espacios para el equipo y mobiliario asignados según la distribución de las áreas físicas, establecidas en el estudio técnico.
Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de pruebas de desempeño al final de las capacitaciones para medir el nivel de aprendizaje.
Cierre	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez finalizado el proyecto, el equipo encargado de la administración debe celebrar una reunión en donde se especifique el cierre de las actividades y sus resultados el cual debe hacerse con todos los miembros participantes del proyecto.

Tabla 223 - Descripción de las estrategias por entregable del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.8. DURACION, COSTO, Y RRHH DE LA IMPLEMENTACION

Para la determinación de los costos en las actividades de la implementación del proyecto, será necesario auxiliarnos de la tabla que se nos presenta a continuación; la cual resume los posibles gastos que se pueden incurrir al momento de desarrollar una actividad. En la tabla posterior, en cada actividad se muestra el costo que tiene dicha actividad (de implementación del proyecto), tomando en cuenta uno, varios o todos los posibles gastos que se muestran en la tabla de costos de implementación.

COSTOS DE IMPLEMENTACION	\$
Telefonía/internet	\$7.00
Transporte	\$15.00
Papeles/copias	\$10.00

Tabla 224 - Posibles costos a incurrir en actividades de implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra la duración de cada una de las actividades las cuales se han estimado en base a la experiencia mostrada por empresas constructoras de obra civil, contratación de personal, compra de equipo y mobiliario, etc.

ESTIMACIÓN DE LOS TIEMPOS, RRHH Y COSTOS DEL PROYECTO					
PAQUETES	COD	ACTIVIDAD	TIEMPO (días)	COSTO (\$)	RRHH
INFRAESTRUCTURA					
PERMISOS	A	Presentación del proyecto	1	\$10.00	1
	B	Aprobación del proyecto	7	\$27.00	1
	C	Preparar y presentar el Formulario ambiental y subsanar observaciones.	30	\$54.00	3
	D	Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA)	7	\$54.00	3
	E	Consulta pública del EIA y observaciones	13	\$27.00	1
	F	Presentación de fianza de cumplimiento y recepción de permiso ambiental	10	\$27.00	1
OBRA CIVIL	G	Establecimiento de los requerimientos del parque ecoturístico.	2	\$24.00	3
	H	Búsqueda y cotización de constructoras	5	\$47.00	2
	I	Evaluar y seleccionar constructora	2	\$10.00	3
	J	Contratar empresa seleccionada	1	\$17.00	1
	K	Obras de construcción	30	\$17.00	3

	L	Entrega de las obras civiles	1	\$10.00	1	
	M	Verificación de obra ya finalizada	1	\$10.00	2	
	N	Informe de obras civiles	2	\$20.00	1	
ADQUISICIONES						
EQUIPO	O	Definición del equipo	3	\$20.00	2	
	P	Búsqueda de proveedores equipo	5	\$47.00	2	
	Q	Evaluación y selección de proveedores de equipo	2	\$17.00	2	
	R	Compra de equipo	3	\$17.00	2	
	S	Prueba del equipo	1	\$10.00	2	
MOBILIARIO	T	Determinación del mobiliario	3	\$20.00	2	
	U	Buscar proveedores Mobiliario	5	\$47.00	2	
	V	Evaluación y selección de proveedores de mobiliario	2	\$17.00	2	
	W	Compra de mobiliario	3	\$17.00	2	
	X	Prueba del mobiliario	1	\$10.00	2	
	Y	Informe de adquisiciones	2	\$20.00	1	
PERSONAL						
ORGANIZACION	Z	Aprobación del Comité Municipal de Turismo	1	\$10.00	1	
	AA	Notificación de representantes	3	\$10.00	1	
	AB	Elección de representantes.	7	\$20.00	1	
	AC	Reunión y atribuciones.	5	\$20.00	1	
CONTRATACION	AD	Requisición de personal	3	\$10.00	1	
	AE	Convocatoria	10	\$30.00	1	
	AF	Recepción de currículos	5	\$10.00	1	
	AG	Realización de entrevistas	5	\$30.00	2	
	AH	Verificar referencias de candidatos y visitas domiciliarias	3	\$25.00	2	
	AI	Selección de candidatos	2	\$10.00	2	
	AJ	Recepción de documentos de personal seleccionado	5	\$10.00	1	
	AK	Contratación	1	\$10.00	1	
	CAPACITACION	AL	Inducción general	2	\$20.00	2
		AM	Planificación y programación de capacitaciones	7	\$50.00	2
AN		Ejecución de las capacitaciones	1	\$20.00	2	
AO		Informe de organización, contratación y capacitaciones	2	\$20.00	1	
CIERRE						
PRUEBA PILOTO	AP	Programación de la prueba piloto	2	\$17.00	2	

	AQ	Chequeo	1	\$10.00	1
	AR	Realización de la prueba piloto inicial	7	\$30.00	3
	AS	Evaluación de prueba piloto	2	\$20.00	3
	AT	Informe de prueba piloto	2	\$20.00	3
INFORMES	AU	Consolidación de informes	4	\$40.00	3
	AV	Evaluación del proyecto	2	\$20.00	3
	AW	Revisión de cumplimiento de entrega	1	\$10.00	1
	AX	Tratamiento de información generada	3	\$30.00	3
	AY	Firmar de cierre	1	\$10.00	3

Tabla 225 - Determinación de la duración, RRHH y costos de las actividades

Fuente: Elaboración propia

14.1.9. PRESUPUESTACION DE LA IMPLEMENTACION

Para la implementación del proyecto se necesitarán los siguientes desembolsos por entregable:

ENTREGABLE	PAQUETE	MONTO POR PAQUETES	TOTAL POR ENTREGABLE
INFRAESTRUCTURA	PERMISOS	\$199.00	\$354.00
	OBRA CIVIL	\$155.00	
ADQUISICIONES	EQUIPO	\$131.00	\$262.00
	MOBILIARIO	\$131.00	
RECURSO HUMANO	ORGANIZACION	\$60.00	\$305.00
	CONTRATACION	\$135.00	
	CAPACITACIONES	\$110.00	
CIERRE	PRUEBA PILOTO	\$97.00	\$207.00
	INFORMES	\$110.00	
TOTAL			\$1128.00

Tabla 226 - Presupuesto en la implementación del proyecto por entregable

Fuente: Elaboración propia

Para el proyecto se ha estimado que el monto de los salarios devengados por los implantadores será:

Administrador	\$/Día	Duración del proyecto	Monto
Gerente	\$20.00	152 días	\$3040.00
Coordinador Técnico	\$15.00		\$2280.00
Coordinador Administrativo	\$15.00		\$2280.00
TOTAL			\$7600.00

Tabla 227 - Presupuesto de salarios en la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Entonces, consolidado del presupuesto de la implementación del proyecto será:

RUBRO	Monto
Gastos de implementación del proyecto	\$1128.00
Salario por administración	\$7600.00
TOTAL	\$8728.00

Tabla 228 - Presupuesto consolidado de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.1.10. RED DEL PROYECTO

VER ANEXO 12: RED DEL PROYECTO

14.1.11. DURACION DEL PROYECTO

Como se logró apreciar anteriormente en la red del proyecto, la duración total del proyecto es de 152 días, ya que se identifica una sola ruta crítica en el diagrama de red, la cual culmina con dicha duración, dicha ruta crítica está compuesta por las siguientes actividades:

COD.	ACTIVIDAD	Tiempo Normal
A	Presentación del proyecto	1
B	Aprobación del proyecto	7
C	Preparar y presentar el Formulario ambiental	30
D	Preparar y presentar el Estudio de Impacto Ambiental (EIA)	7
E	Consulta pública del EIA y observaciones	13
F	Presentación de fianza y recepción de permiso ambiental	10
H	Búsqueda y cotización de constructoras	5
I	Evaluar y seleccionar constructora	2
J	Contratar empresa seleccionada	1
K	Obras de construcción	30
L	Entrega de las obras civiles	1
M	Verificación de obra ya finalizada	1
N	Informe de obras civiles	2
R	Compra de equipo	3
S	Prueba del equipo	1
Y	Informe de adquisiciones	2
AM	Planificación y programación de capacitaciones	7
AN	Ejecución de las capacitaciones	1
AP	Programación de la prueba piloto	2
AQ	Chequeo	1
AR	Realización de la prueba piloto inicial	7
AS	Evaluación de la prueba piloto	2
AT	Informe de prueba piloto	2
AU	Consolidación de informes	4

AV	Evaluación del proyecto	2
AW	Revisión de cumplimiento de entrega	1
AX	Tratamiento de información generada	3
AY	Firmar de cierre	1
TOTAL		152

Tabla 229 - Actividades de la ruta crítica y duración del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.2. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLEMENTACION

14.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Hay varias formas en que las personas pueden organizarse para trabajar en proyectos, los tipos más comunes de estructuras de organización son las siguientes:

- 1- **Estructura organizativa funcional:** En este tipo de estructuras jerárquicas cada empleado tiene un superior y las personas se agrupan por especialidades: ingeniería, marketing, producción, etc.
- 2- **Estructura organizativa matricial:** Se mantiene la estructura funcional, pero se crea una estructura orientada a proyectos que utiliza recursos del resto de la organización.
- 3- **Estructura organizativa por proyecto:** En las organizaciones orientadas a proyectos, los miembros del equipo suelen estar trabajando en el mismo lugar físico con directores de proyecto con gran independencia y autoridad. Este tipo de estructuras se observa en empresas que obtienen sus ingresos principalmente de proyectos. Por ejemplo, grandes empresas de consultoría suelen adoptar este tipo de estructura.
 - o **Matricial fuerte:** si el Director de Proyecto tiene más poder que el gerente funcional.
 - o **Matricial débil:** si el gerente funcional tiene más poder que el Director de Proyecto.
 - o **Matricial equilibrada:** cuando el Director de Proyecto y el gerente funcional comparten el poder y las decisiones.

14.2.1.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS

TIPO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
FUNCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • No hay duplicidad de actividades. • Encargados de una misma área funcional que pueden ser empleados en distintos proyectos. • Máxima especialización. • Mejor suspensión técnica. • Comunicación directa más rápida. • Cada órgano realiza únicamente su actividad específica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Respuestas lentas • Carencia de enfoque al cliente • Baja motivación del personal asignado al proyecto
POR PROYECTOS	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los recursos • Sensibilidad hacia los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de transferencia de conocimientos entre proyectos • Incertidumbre respecto al futuro de las personas una vez terminado el proyecto

MATRICIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Uso eficiente de los recursos. • Experiencia funcional disponible para todos los proyectos. • Enfoque al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de equilibrio de poder. • Complejidad respecto a las responsabilidades y su comportamiento • Relaciones de dependencia dobles
------------------	--	---

Tabla 230 - Ventajas y desventajas de los tipos de estructuras organizativas

Fuente: Elaboración propia

14.2.1.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Los criterios a utilizar para la selección del tipo de organización más adecuado para la implementación del proyecto son los siguientes:

FACTOR	DESCRIPCIÓN
Inversión	Se refiere al monto total que se invertirá en el proyecto para su puesta en marcha.
Complejidad	Está enmarcado en el grado de dificultad que el proyecto presenta, es decir, que tan difícil es llevarlo a cabo con los recursos disponibles. Puede ser baja, mediana o alta.
Duración	Se refiere al tiempo requerido antes de entregar la obra ya finalizada. Puede ser breve, mediana o prolongada.
Importancia	Se trata del grado de importancia del proyecto en cuanto a los beneficios que se genera.
Cliente	Se refiere a los tipos de usuarios que dispondrán de las instalaciones del lugar, si serán diversos, medianos o únicos.
Tecnología	Se refiere al grado tecnológico utilizado durante todo el proyecto, si es común, compleja o nueva.
Ubicación	Lugar en que está localizado el proyecto.
Carácter crítico en la duración	Se refiere a la posibilidad que existe en que se dé un retraso en la duración calculada para realizar el proyecto.

Tabla 231 - Factores para evaluación del tipo de estructura organizativa

Fuente: Elaboración propia

14.2.1.3. EVALUACION DE FACTORES

En la selección de la mejor organización del proyecto se utilizará la técnica de evaluación por puntos, para lo cual se asignará una ponderación o peso a cada uno de los factores que se describieron anteriormente.

JUSTIFICACIÓN DEL PESO DE CADA UNO DE LOS FACTORES

Inversión: Se considera la inversión como el factor que tiene mayor peso, ya que la cantidad a desembolsar es de miles de dólares, por lo tanto, la organización de la administración de proyectos tiene que ir orientada a la adecuada administración de los miles de dólares, no

puede haber cabida a errores en el desembolso del dinero. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.20.

Complejidad: Se considera que el proyecto conlleva un medio grado de complejidad, debido a su inversión y el cumplimiento de los tiempos de las actividades. Pueden presentarse dificultades en las actividades que no dependen mucho del administrador del proyecto, como la aprobación de los permisos ambientales, o la realización de la obra civil. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.10.

Duración: La duración del proyecto es de 152 días, por lo tanto, se considera un proyecto de duración media-baja. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.10.

Importancia: La importancia es un factor que se considera más relevante que la duración tan crítica como la inversión que conlleva el proyecto, debido a que la importancia del proyecto radica en que representa una oportunidad para la Alcaldía Municipal de Alegría de invertir en el aumento de la calidad de vida de su población por medio de la inversión turística, aprovechando al máximo los recursos turísticos con los que cuenta el municipio. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.20.

Cliente: El cliente en este caso es la Alcaldía Municipal de Alegría, por lo que se deben respetar los requerimientos y especificaciones dictados por ellos, ya que el proyecto es reflejo de las inversiones que realiza la municipalidad en su población. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.15.

Tecnología: El grado tecnológico que se requiere para la implementación del proyecto no es tan sofisticado. La tecnología empleada es importante ya que se requiere del manejo de un sistema de información que pueda ser manejado por los involucrados en la ejecución del proyecto, pero no es necesario hacer una gran inversión para disponer de él, ya que, con programas como Microsoft Excel, la creación de un sistema que contenga la información básica para el proyecto, se simplifica. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.05.

Ubicación: La localización del proyecto para su implementación es de fácil accesibilidad; así que este factor no es muy relevante. Por lo tanto, el peso asignado es de 0.05.

Carácter crítico en la duración: La posibilidad que en algunas de las actividades exista algún retraso es muy probable debido a la naturaleza de estas, el peso asignado es de 0.15.

FACTOR	PESO
Inversión	0.2
Complejidad	0.1
Duración	0.1
Importancia	0.2
Cliente	0.15
Tecnología	0.05
Ubicación	0.05
Criticidad duración	0.15
TOTAL	1.00

Tabla 232 - Ponderación de factores para estructura organizativa de la implementación

Fuente: Elaboración propia

Tomando las ponderaciones como base de estos factores, se procede a evaluar de acuerdo a una escala previamente establecida, la cual se muestra a continuación. Además, cabe recalcar que la nota asignada a cada criterio indica el nivel de correspondencia que tiene el factor hacia las circunstancias del proyecto.

CRITERIO	NOTA	INTERPRETACION
MALO	0	No cumple con el factor
REGULAR	3.3	Cumple con un mínimo el factor
BUENO	6.7	Cumple con un nivel aceptable el factor
EXCELENTE	10	Cumple satisfactoriamente el factor

Tabla 233 - Criterios para estructura organizativa de la implementación

Fuente: Elaboración propia

FACTOR	Peso	FUNCIONAL		MATRICIAL		POR PROYECTO	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Inversión	0.25	10.0	2.0	6.7	1.3	10.0	2.0
Complejidad	0.20	10.0	1.0	3.3	0.3	6.7	0.7
Duración	0.10	3.3	0.3	10.0	1.0	10.0	1.0
Importancia	0.15	6.7	1.3	0.0	0.0	3.3	0.7
Cliente	0.05	6.7	1.0	0.0	0.0	3.3	0.5
Tecnología	0.05	10.0	0.5	3.3	0.2	3.3	0.2
Ubicación	0.05	6.7	0.3	3.3	0.2	3.3	0.2
Criticidad	0.15	10.0	1.5	3.3	0.5	6.7	1.0
TOTAL	1.00		8.0		3.5		6.2

Tabla 234 - Evaluación de criterios de la estructura organizativa de la implementación

Fuente: Elaboración propia

En la implantación del proyecto Plan de desarrollo turístico para el municipio de Alegría, la organización será de **Tipo Funcional**, es decir, se contratará personal que solo administre la implantación del proyecto; estableciendo principalmente el cargo de Gerente del Proyecto, con los conocimientos necesarios para efectuar la labor demandada por el proyecto.

14.2.1.4. DEFINICION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para la implantación del Plan de desarrollo turístico para el municipio de Alegría, se establece la siguiente estructura organizativa:

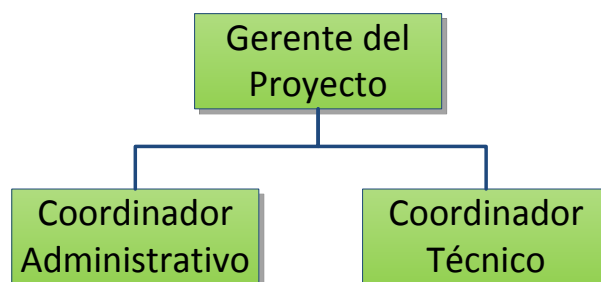


Diagrama 15 - Organización preliminar del proyecto

14.2.1.5. ASIGNACION DE RECURSOS

RESPONSABLE	TIEMPO	DINERO	RRHH	OBRA CIVIL, MQ, EQ y MOBILIARIO	DOCUMENTOS
Gerente del Proyecto	X	X	X	X	X
Coordinador Técnico	X			X	
Coordinador Administrativo	X		X		X

Tabla 235 - Asignación de recursos a encargados de la implementación del proyecto

Fuente: Elaboración propia

14.2.1.6. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

La matriz de la asignación de responsabilidades se utiliza generalmente en la gestión de proyectos para relacionar actividades con recursos (individuos o equipos de trabajo). De esta manera se logra asegurar que cada uno de los componentes del alcance esté asignado a un individuo o a un equipo.

SÍMBOLO	ROL	DESCRIPCIÓN
R	Responsable	Este rol realiza el trabajo y es responsable directo por su realización, de la obtención de los recursos y los resultados. Es quien debe ejecutar las tareas.
A	Aprobador	Este rol se encarga de aprobar el trabajo finalizado y a partir de ese momento, se vuelve responsable por él. Es quien debe asegurar que se ejecutan las tareas.
S	Soporte	Este rol proporciona recursos adicionales para realizar el trabajo.
C	Consultado	Este rol posee alguna información o capacidad necesaria para terminar el trabajo. Se le informa y se le consulta información. La comunicación es bidireccional.
I	Informado	Este rol debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo. A diferencia del Consultado, la comunicación es unidireccional.
V	Verificador	Se encarga de comprobar si lo elaborado concuerda con los criterios de aceptación establecidos en la descripción previa realizada.

Tabla 236 - Criterios para establecimiento de responsabilidades de la implementación

Fuente: Elaboración propia

PAQUETES DE TRABAJO	GERENTE DEL PROYECTO	COORDINADOR TECNICO	COORDINADOR ADMINISTRATIVO
INFRAESTRUCTURA			
PERMISOS	R, A, V	S, C, I	S, C, I
OBRA CIVIL	A, S, C	R, V, C	S, I, C
ADQUISICIONES			
EQUIPO	R, A	R, V	S, I
MOBILIARIO	R, A	R, V	S, I
PERSONAL			
ORGANIZACION	R, C	S, I	S, I
CONTRATACION	A, S, C	I	R, V
CAPACITACIONES	A, S, C	I	R, V
CIERRE			
PRUEBA PILOTO	R, V, S	R, V, S	R, V, S
INFORME	R, V	I, C	I, C

Tabla 237 - Matriz de Responsabilidades de la implementación del plan

Fuente: Elaboración propia

14.2.2. MANUALES DE LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

A continuación, se presentan el manual de organización y funciones que se utilizarán como herramientas de guía y consulta durante la implementación del proyecto.

14.2.2.1. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

ELABORADO POR:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 1/16

INDICE

Contenido	Página
INTRODUCCION	2
OBJETIVOS	3
PRINCIPIOS ADMINISTRATIVOS	4
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	7
GERENCIA GENERAL	
Funciones y relaciones funcionales	8
Descripción del puesto	9
COORDINACION TECNICA	
Funciones y relaciones funcionales	11
Descripción del puesto	12
COORDINACION ADMINISTRATIVA	
Funciones y relaciones funcionales	14
Descripción del puesto	15

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 2/16

INTRODUCCION

El presente manual organización refleja la estructura organizativa formal que regirá la implementación del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría”; el cual ha sido estructurado para responder a las exigencias que como unidad gerencial debe asumir, así como también su ámbito de atribuciones y responsabilidades que coadyuven al logro de los objetivos del proyecto.

Dentro del contenido del manual se encuentran incluidos y descritos cada una de las áreas y departamentos de la organización de la implementación del proyecto, en la cual se detalla una pequeña descripción general con sus respectivas funciones, así como también los involucrados internamente y externamente en las secciones del proyecto en cuestión. Posteriormente se especifican los puestos de trabajo que contienen cada una de las áreas describiendo las habilidades, cualidades, funciones y responsabilidades que debe de tener la persona encargada del puesto en el proyecto.

En este contexto y en razón de la importancia que reviste el contar con una herramienta de apoyo administrativo que permita desarrollar con eficiencia las funciones para cumplir con los objetivos del proyecto de manera eficaz, se ha formulado el manual de organización y funciones a partir de las atribuciones que se le han conferido.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	FECHA: 06/03/2017
	PÁGINA: 3/16

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un manual de organización y funciones que describa de forma clara, sencilla y sistemática la organización del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría”, las responsabilidades y funciones que cada área debe desempeñar para cumplir con el proyecto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir la estructura organizativa del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio.
- Describir las funciones de cada una de las áreas que componen la estructura organizativa del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio.
- Determinar las características requeridas de la persona que desempeñara un determinado puesto dentro del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio.
- Identificar claramente las actividades que corresponden a cada puesto en la organización del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

PRINCIPIOS ADMINISTRATIVOS

En la definición de la estructura de organización administrativa que muestra el presente manual, se han tomado en cuenta principios administrativos de uso más generalizado como elementos prácticos para estructurar la organización del proyecto “Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría” elaborado para la Alcaldía Municipal de dicho municipio, por lo que a continuación se consideran los principios administrativos siguientes:

1. Unidad o Línea de Mando

Debe existir una sola autoridad formal que dé las órdenes, tome decisiones y reciba los informes acerca del cumplimiento de los deberes de una persona o de una dependencia; por lo que ésta no debe tener más que una sola jefatura. Ello evita que dos o más jefaturas tengan autoridad sobre un área de menor jerarquía.

La línea de mando, se encuentra relacionada con la jerarquización y representa el enlace entre las unidades o delegación de autoridad e indica también, las líneas de comunicación e información gráficamente representadas en el organigrama. En consecuencia y siguiendo este principio, varios Departamentos (unidades de supervisión inmediata) deben ser manejados por una Dirección (supervisión intermedia).

2. Jerarquización

Se refiere al establecimiento de líneas de autoridad –de arriba abajo- a través de los diversos niveles de organización, delimitando la responsabilidad de cada funcionario/a o empleado/a ante un solo superior inmediato. Esto permite ubicar a las dependencias en relación con las que son subordinadas en el ejercicio de la autoridad.

3. Autoridad

Es la facultad de dirigir las acciones, tomar decisiones, dar las órdenes para que se realice alguna actividad o bien, para que se acate una decisión. Sintéticamente, se dice que autoridad es la capacidad que tiene el/la responsable de una Unidad, Dependencia e Institución para lograr que sus subalternos hagan o dejen de hacer alguna acción o actividad; y necesariamente implica el ejercicio del mando.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 5/16

4. Responsabilidad

Es la exigencia que tiene todo individuo, dependencia o Institución de dar cumplimiento a las acciones encomendadas y de rendir cuentas de su ejecución a la autoridad correspondiente.

La responsabilidad implica que toda dependencia y sus miembros deben responder por los efectos y resultados derivados del ejercicio de la autoridad. Se dice que a determinado grado de autoridad corresponde en proporción la misma responsabilidad; ya que la necesaria adecuación, equilibrio y correspondencia entre estos factores es primordial y no puede ejercerse ninguna autoridad sin responsabilidad, o viceversa.

5. Delegación, Descentralización y Desconcentración

Uno de los elementos clave que se tienen que considerar en una dinámica de cambio organizacional es la delegación, la cual se puede definir como el acto de facultar y responsabilizar a un subalterno para tomar decisiones, emitir instrucciones y hacer que se cumplan. Esta mecánica implica: a) determinar los resultados esperados de un puesto, b) asignar actividades al puesto, c) delegar autoridad para cumplir esas actividades y d) responsabilizar a la persona que ocupa ese puesto por el cumplimiento de las actividades.

La administración centralizada delega poco y conserva en los niveles de decisión el máximo control. La administración descentralizada delega en mayor grado la facultad de decidir y conserva en los niveles de decisión sólo los controles necesarios. Depende en qué medida de las características de las atribuciones asignadas a una determinada dependencia y al marco normativo que la regula.

La desconcentración puede considerarse como un recurso intermedio de descentralización o una manera limitada de la misma, ya que es una forma mediante la cual se transfieren funciones de ejecución y operación, delegando facultades de decisión a una unidad técnico-administrativa, con ámbito territorial determinado, mientras que los órganos centrales se reservan las funciones normativas, manteniendo la relación jerárquica aunque las unidades desconcentradas se encuentren a distancia.

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 6/16

6. Especialización

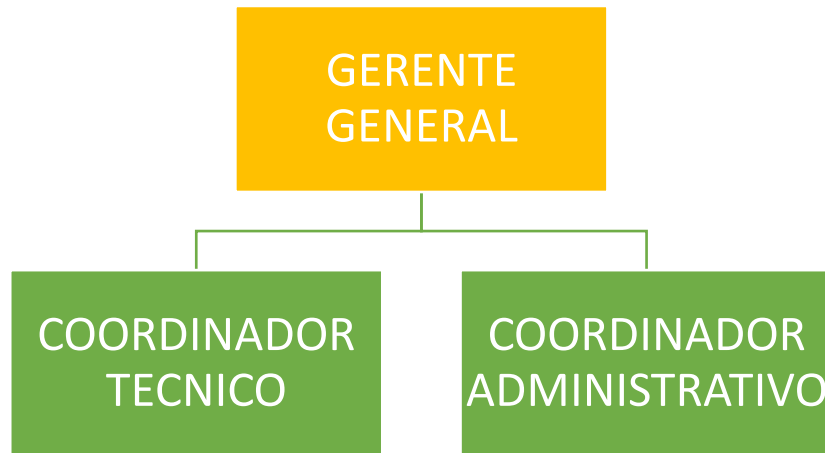
Grado en que las tareas de una organización se dividen en trabajos separados y cada paso es completado por una persona diferente. Se entiende como el proceso de departamentalización del trabajo de acuerdo con la función, lugar, producto, clientela o proceso que resulta de una división o combinación del personal y de las operaciones, así como de sus actividades en grupos o unidades especializadas entre sí. Las tareas, actividades y funciones constituyen los elementos principales de la departamentalización.

7. De Excepción

El control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo, delimitando adecuadamente que funciones estratégicas requieren el control. Es el principio gerencial que afirma que el control aumenta al concentrarse en las excepciones o en desviaciones importantes del resultado o estándar esperado.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

**ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL PROYECTO PLAN DE DESARROLLO
TURISTICO INTEGRAL PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA.**



Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 8/16

GERENCIA GENERAL

Funciones Generales de Gerencia General:

- Aplicar las políticas de la implementación del proyecto
- Verificar y asegurar que se cumplan con los establecimientos del proyecto.
- Organizar de la mejor manera el proyecto a fin de crear un ambiente armonioso.
- Verificar que la gestión monetaria se realice según lo programado.
- Planear, coordinar y supervisar de la mejor manera los recursos para cumplir con la entrega del mismo sin demoras.
- Verificar la calidad de la realización de cada uno de los paquetes de trabajo.
- Administrar y organizar cada uno de los recursos de forma eficaz y eficiente.
- Mantener contacto con los interesados en el proyecto.
- Monitorear los avances que se presenten en el proyecto.
- Comprobar el cumplimiento y delegar autoridad.
- Recomendar se introduzcan las modificaciones que se consideren convenientes.
- Tomar decisiones sobre correcciones en el proyecto.

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Coordinador Técnico
Coordinador Administrativo

b) Externas:

Fuentes de financiamiento
Proveedores de equipo, mobiliario
Aspirantes a una plaza
Empresas constructoras
Con otras organizaciones que competan

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

PUESTO: GERENTE GENERAL DEL PROYECTO

FUNCIÓN BÁSICA: Encargado de planeación, organización, dirección y control de manera general del proyecto.

CUALIDADES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Honradez

HABILIDADES

- Liderazgo
- Capacidad de trabajo en equipo
- Habilidades para administrar el tiempo
- Manejo de personal
- Toma de decisiones
- Manejo de paquetes de software
- Conocimiento y manejo de herramientas para resolución de problemas.

REQUISITOS DEL PUESTO

- Nivel Académico: Graduado de Administración de empresas, Ingeniería industrial o carreras afines.
- Experiencia: 5 años en puestos similares
- Género y Edad: Masculino o Femenino mayor a 28 años

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	FECHA: 06/03/2017
	PÁGINA: 10/16

RESPONSABILIDADES

- Responsable de la implementación, de coordinar y dirigir cada uno de los subsistemas a través del Coordinador Técnico y Administrativo, los cuales son los responsables directos del desarrollo de los subsistemas.
- Es responsable de darle seguimiento al cumplimiento de los objetivos de los subsistemas, que contribuirán al cumplimiento del objetivo general.
- Es responsable del cierre del proyecto, al reunir la información pertinente y elaborar el informe de terminación del proyecto.

FUNCIONES DE LA UNIDAD

- Aplicar las políticas de la implementación del proyecto.
- Evaluar y dirigir la unidad técnica y administrativa del proyecto.
- Verificar y asegurar que se cumplan con los establecimientos del proyecto
- Organizar de la mejor manera el proyecto a fin de crear un ambiente armonioso
- Verificar que la gestión monetaria se realice según lo programado.
- Planear, coordinar y supervisar de la mejor manera los recursos para cumplir con la entrega del mismo sin demoras.
- Verificar la calidad de la realización de cada uno de los paquetes de trabajo.
- Administrar y organizar cada uno de los recursos de forma eficaz y eficiente.
- Mantener contacto con los interesados en el proyecto como son: clientes, proveedores, contratistas, subcontratistas, consultores, etc.
- Monitorear los avances que se presenten el proyecto.
- Comprobar el cumplimiento de metas.
- Asignar responsabilidades y delegar autoridad
- Recomendar se introduzcan las modificaciones que se consideren convenientes.
- Tomar decisiones sobre correcciones en el proyecto.

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

COORDINACION TECNICA

Funciones Generales de la Coordinación Técnica.

- Realizar negociaciones con empresa encargada de la obra civil
- Cotizar cada uno de los equipos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- Cotizar, evaluar y seleccionar el equipo y mobiliario a adquirir.
- Seleccionar el personal necesario para la ejecución del proyecto.
- Capacitar de la mejor manera al personal contratado según las necesidades del mismo.
- Elaborar los informes requeridos de gastos y desembolsos realizados.
- Realizar un control de inventario tanto del equipo como para el personal.
- Elaborar informes sobre avances del proyecto y entregarlos al jefe del proyecto.
- Controlar y supervisar los avances de construcción.

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Gerente del proyecto
Coordinador administrativo

b) Externas:

Constructoras
Proveedores de maquinaria, materia prima, equipo, mobiliario

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO	FECHA: 06/03/2017
	PÁGINA: 12/16

PUESTO: COORDINADOR TECNICO

FUNCIÓN BÁSICA: Responsable de velar y verificar por el funcionamiento de toda el área técnica operativa del proyecto; que se lleven a cabo todas las actividades concernientes a la obra civil y equipamiento apegadas a los objetivos iniciales trazados, también se encarga de la búsqueda y selección de proveedores de equipo y mobiliario.

CUALIDADES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Honradez

HABILIDADES

- Liderazgo
- Capacidad de trabajo en equipo
- Habilidades para administrar el tiempo
- Manejo de personal
- Toma de decisiones
- Manejo de paquetes de software

REQUISITOS DEL PUESTO

- Nivel Académico: Graduado de Ingeniería Industrial.
- Experiencia: de 3 a 5 años en puestos similares
- Género y Edad: Masculino o Femenino mayor a 25 años

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO**

FECHA: 06/03/2017

PÁGINA: 13/16

RESPONSABILIDADES

- Responsable de velar y verificar por el funcionamiento de toda el área técnica operativa del proyecto.
- Es responsable de que se lleven a cabo todas las actividades concernientes a la obra civil y equipamiento apegadas a los objetivos inicialmente trazados.
- Es responsable de buscar y seleccionar proveedores de equipo y mobiliario.

FUNCIONES DE LA UNIDAD

- Supervisión de construcción de infraestructura.
- Verificación de cumplimientos y requerimientos de obra ya finalizada.
- Determinación del equipo y mobiliario a adquirir.
- Recepción del equipo y mobiliario
- Supervisión de pruebas y buen funcionamiento de la maquinaria y equipo adquirido.
- Elaboración de reportes de adquisiciones y obra civil junto con el gerente del proyecto.
- Verificación de instalación de equipo y mobiliario.
- Búsqueda y evaluación de proveedores.
- Instalación y pruebas de equipo.
- Recepción y evaluación de insumos comprados.
- Realización de la prueba piloto del proyecto junto con su respectivo informe.

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

COORDINACION ADMINISTRATIVA

Funciones Generales de la Coordinación Administrativa:

- Determinar la planificación de cada uno de los desembolsos necesarios durante la ejecución del proyecto.
- Dirigir la selección, capacitación y evaluación del personal
- Gestionar la documentación necesaria dentro del proyecto.
- Tramitar compras e instalaciones de servicios necesarios dentro del proyecto.
- Reportar sobre cada uno de los gastos realizados dentro del proyecto con el fin de avalarlos, y demostrar todo uso de efectivo con su facturación respectiva

Relaciones Funcionales.

a) Internas:

Gerente del proyecto
Coordinador Técnico

b) Externas:

Personas interesadas en trabajar en la planta

Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

PUESTO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO

FUNCIÓN BÁSICA: Responsable de otorgarle a la empresa el recurso humano para su operación, así como llevar documentado todo lo realizado en el proyecto.

CUALIDADES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Honradez

HABILIDADES

- Liderazgo
- Capacidad de trabajo en equipo
- Habilidades para administrar el tiempo
- Manejo de personal
- Toma de decisiones

REQUISITOS DEL PUESTO

- Nivel Académico: Graduado de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial o ramas afines.
- Experiencia: de 3 año en puestos similares
- Género y Edad: Masculino o Femenino mayor a 25 años

Elaborado por:

CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE
BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE
TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO

Revisado por:

CONSEJO MUNICIPAL DE
ALEGRIA, USULUTAN

Lugar:

ALEGRIA, USULUTAN

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO		FECHA: 06/03/2017
		PÁGINA: 16/16
<p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de los bienes adquiridos durante el proyecto. • Coordinar con otras áreas el desembolso del presupuesto para la implantación. • Responsable de la cotización y evaluación de proveedores de mobiliario y equipo. <p>FUNCIONES DE LA UNIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la planificación de cada uno de los desembolsos necesarios durante la ejecución del proyecto. • Dirigir la selección, capacitación y evaluación del personal • Gestionar la documentación necesaria dentro del proyecto. • Tramitar compras e instalaciones de servicios necesarios dentro del proyecto • Reportar sobre cada uno de los gastos realizados dentro del proyecto con el fin de avalarlos, y demostrar todo uso de efectivo con su facturación respectiva. 		
Elaborado por:	Revisado por:	Lugar:
CAMPOS QUINTANILLA, ALVARO BALMORE BATLLE MITJAVILA, ORLANDO JOSE TOLEDO PALACIOS, ULISES RICARDO	CONSEJO MUNICIPAL DE ALEGRIA, USULUTAN	ALEGRIA, USULUTAN

CONCLUSIONES

- El municipio de Alegría tiene una gran variedad recursos turísticos en los que están incluidos 2 atractivos que son la Laguna de Alegría y el casco urbano del municipio; los cuales que se pueden potenciar con el presente plan para aumentar el flujo de turistas en el municipio, generar ingresos a las familias por medio del gasto que realizan los turistas en los negocios de la localidad y aumentar la calidad de vida de los habitantes del municipio.
- Los principales hallazgos encontrados en el estudio de mercado consumidor, competidor, distribuidor y abastecer son elementos claves e importantes que se consideraron al momento del diseño del plan de desarrollo turístico; ya que las directrices y líneas de acción del plan van orientadas en el fortalecimiento de los potenciales y oportunidades del municipio y en las mejorar de las debilidades.
- Por medio del análisis del marco lógico se determinó que problema a resolver en materia turística del municipio de Alegría es el desaprovechamiento del potencial turístico con el que cuenta el municipio.
- El diseño de del plan contiene 5 directrices estratégicas, las cuales son mejora de la oferta turística, promoción y publicidad, servicio de información, gestión y seguimiento y control, cada uno con sus respectivas líneas estratégicas. Con estas directrices y líneas de acción se pretende solventar la problemática definida en el marco lógico.
- El monto de la inversión del plan es de \$74,818.20, la duración de su implementación es de 152 días hábiles.
- El financiamiento de la inversión del plan se debe realizar con fondos propios de la Alcaldía, ya que es un recurso con el que se dispone en su totalidad y representa mayor seguridad y manejo del mismo.
- El plan muestra cierta factibilidad desde el punto de vista económico, ya que tiene $TMAR=6.15\%$, $VAN=\$7,633.86$, $TIR=9\%$ y $B/C= 1.1024$. Estos valores en otro tipo de proyectos fuesen muy bajos; y éste a duras penas tendría rentabilidad, pero hay que recordar que la finalidad del presente plan no es el lucro, sino más bien el impacto social que tendría en los habitantes del municipio de Alegría, por lo que esto justifica los valores de rentabilidad bajos.
- Desde el punto de vista social, el plan genera aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el municipio, aumento del flujo turístico, mejora de ingresos en los negocios de la localidad, generación de empleos directos e indirectos, mayor oportunidad de educación, salud y seguridad en los habitantes del municipio e involucramiento de la mujer en el desarrollo turístico del municipio.

RECOMENDACIONES

- En el documento se ha levantado un inventario de recursos turísticos el cual incluye los atractivos y servicios ofertados en el municipio, por lo cual se recomienda actualizarlo a la Alcaldía darle seguimiento y actualizarlo constantemente con el objetivo de facilitar estudios posteriores.
- En el presente documento se ha elaborado un exhaustivo estudio de mercado de consumo, por lo cual se recomienda considerar los resultados de dicho estudio como información verídica, válida y valiosa al momento de la formulación del diseño de la solución.
- A la alcaldía se le recomienda desarrollar e implementar alguna metodología para cuantificar a ciencia cierta el número de turista que visitan el municipio de Alegría, esto para tomarlo como punto de partida en futuros estudios.
- En futuros estudios, se recomienda seguirle la pista a los competidores, abastecedores y distribuidores de servicios turísticos del municipio de Alegría con la intención de la formulación de estrategias encaminadas a ofrecer mejor servicio con respecto a la competencia e incluir a los distribuidores y abastecedores.
- Al implementar el presente plan, se recomienda que se adopte el logotipo de la marca municipio y los diseños de vallas publicitarias, mupis y dípticos tal y como se exponen en el presente trabajo, ya que todo lo anterior fue elaborado por un diseñador gráfico, quien tomo en cuenta todos los elementos necesarios para la elaboración de estos.
- Al implementar el presente plan, se recomienda que se adopte la misma línea gráfica expuesta en la publicidad en el presente trabajo para la elaboración del catálogo, afiches, volantes y cualquier otra forma de publicidad, esto con el objetivo que todos los elementos gráficos que identifican al municipio estén en armonía y el turista se forme una imagen de la marca municipio que posteriormente podrá identificar con facilidad.
- Al implementar el presente plan, se recomienda al Consejo Municipal la aprobación y conformación lo más rápido posible de Comité Municipal de Turismo y que este sea la entidad encargada de velar todo lo referente a materia de turismo, esto con el objetivo que la Alcaldía tenga un brazo sólido articulado que vele por los intereses de dicha materia.
- Es necesario tomar en cuenta el concepto de calidad, dado que, el hecho de que la calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las organizaciones a través de la búsqueda de eficiencia.
- Para el seguimiento y control de la satisfacción del turista, es necesaria la elaboración de formatos que incluya criterios relacionados con el tema de Calidad.
- Se recomienda que, para la implementación del plan, no se busque fuente de financiamiento por medio de créditos bancarios, ya que esto encarecería en cierta medida la inversión del plan y los costos de operación (debido a que estos últimos no están contemplados en el plan debido a que la fuente de financiamiento es con fondos propios y no hay interés alguno).
- Se recomienda la actualización del presente plan de desarrollo turístico a mediano plazo, o sea en los próximos 5 años, esto debido a que las proyecciones del presente documento están dadas para 5 años y es un tiempo prudencial para formular o reformular estrategias, esto con el objetivo de que el municipio siempre sea competitivo turísticamente. La actualización del plan debe ser responsabilidad del Comité Municipal de Turismo y la Alcaldía municipal.

BIBLIOGRAFIA

- Alvarado Portillo Victoria Estela, Diaz Alvarado Norma Iliana, Marroquin Saleh Patricia Guadalupe, Perez Flores Daniel Armando. (2015). Plan de Desarrollo Turístico Sostenible aplicado en la microregion Cumbres del Mar en las playas: El Obispo, El Majahual, San Blas, El Palmarcito, El Sunzal y El Zonte. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad de El Salvador.
- Anaya Rosales Miriam Ivette, Cruz Chanta Karen Vanessa, Reyes Ruiz Juan Enrique. (2015). Estrategia de Desarrollo en turismo rural comunitario para el municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Maestro(o) en Consultoría Empresarial. Universidad de El Salvador. p 18-53.
- Aparicio Coto Yanira Elizabeth, Orellana Hércules Julia Marta, Ramírez Murcia Juana, Orellana Hércules Julia Marta. (2010). Herramientas Metodológicas para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico en la Ciudad de Santa Tecla. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Maestro en Consultoría Empresarial. Universidad de El Salvador. p 9-49.
- Aquino Henríquez Hermes Antonio Leonel, Flores Abrego José Rigoberto, Villanueva Guillén Alicia del Carmen. (2011). Plan de Desarrollo Turístico para la zona sur-este de Ahuachapán y oeste de Sonsonate. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad de El Salvador.
- Asociación de Desarrollo Turístico de Alegría, Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local. (2008). Plan de Desarrollo Turístico de Alegría. p.15-38.
- Berrios Reyes Wendy Roxana, Laura Violeta Cordero Barahona, Monrroy Cesar Salvador. (2010). Plan de Desarrollo Turístico para el departamento de Sonsonate. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Arquitecto. Universidad de El Salvador. p 19-313.
- Blanco M. Marvin. (2008). Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio. San José, Costa Rica. p. 11-42.
- Borja Pacheco César Gerardo, Parada Bonilla Manuel Alejandro. (2014). Plan de Desarrollo Sustentable de Turismo para la zona costera del municipio de Intipucá, La Unión. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad de El Salvador.
- Canter. L. Manual de Evaluación de Impacto Ambiental, Técnica para la elaboración de estudios de impacto, Segunda Edición, McGraw Hill, Colombia,1996.
- Castro Bruno Janie Esther, García Galeas Diana Marianela, González Morales José Manuel. Proyecto para el parque ecoturístico en la cordillera del bálsamo a la altura de la residencial Utila, sobre el bulevar sur, municipio de Santa Tecla, La Libertad. Universidad de El Salvador.
- Centro Nacional de Registro. La propiedad intelectual de El Salvador. El Salvador noviembre 2010.
- Chávez Molina Patricia Maribel, Gómez Peralta Glenda Patricia, Yaneth Ramos Verónica. (2015). Estudio de factibilidad para productos turísticos en el municipio de Tamanique, departamento de La Libertad. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad de El Salvador. p 24-228.
- Corporación Salvadoreña de Turismo. (2015). Suchitoto Plan Maestro para el Desarrollo Turístico Municipal. Primera Publicación. San Salvador, El Salvador. p 38-52.
- Diego Navarro. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación y Valoración. N° 35, Argentina. p. 335-357.

- Dirección General de Estadística y Censos. (2014). Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2013. p. 534.
- Dirección General de Estadística y Censos. (2009). VI Censo de Población y V de Vivienda 2007. Tomo IV Municipios. Volumen I Características Generales de la población. p. 297.
- Flores Ramos Alberto Josué, Landaverde Deras María Erlinda, Montoya Serrano Karla Geraldina. (2012). Propuesta de un plan de marketing relacional para incrementar la competitividad de los restaurantes de la zona turística de Jayaque, departamento de La Libertad. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Mercadotecnia y Publicidad. Universidad Francisco Gavidia.
- Fundación Nacional para el Desarrollo. (2012). Plan de Competitividad Municipal de Alegría 2012-2016. p.12-24
- Fundación Nacional para el Desarrollo. (2012). Plan de Competitividad Municipal de Suchitoto 2012-2016. p.12-24
- Grupo de Trabajo Técnico Intersectorial, MINCETUR - Viceministerio de Turismo, MTC-DGTT - Dirección General de Transporte Terrestre, CNSV - Consejo Nacional de Seguridad Vial. Manual de Señalización Turística del Perú. 2011
- Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. (2010). Metodología de la Investigación. Quinta edición. Mexico. McGraw-Hill. p. 196-389.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2014). Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales. San José, Costa Rica. p. 82.
- Ley de marcas y otros signos distintivos. Diario Oficial N°125. 8 de julio 2002. El Salvador.
- Ley de Medio Ambiente. Diario Oficial TOMO No. 339, NUMERO 79. El Salvador.
- Martínez Gutiérrez Raúl Eduardo. (2014). Diseño de Circuitos Turísticos del Municipio de Nahuizalco. San Salvador. p. 10-44.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. Manual de Señalización Turística.2013.
- Orellana, José Mauricio, Menjivar Erazo, Pedro Napoleón, Mejía Montalvo, Víctor Emanuel. (2011). Elaboración de un Plan Estratégico de marketing para el Fomento y Desarrollo Turístico de los municipios de Berlín, Alegría y Santiago de María del departamento de Usulután. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas. Universidad de El Salvador. p 6-36.
- Padilla Torres Andrea Mercedes, Ramirez Orellana Jonathan David, Repreza Rivera Laura Elizabeth. (2014). Plan de Desarrollo Turístico rural comunitario sostenible para el municipio de San Luis del Carmen, departamento de Chalatenango. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad de El Salvador. p 31-267.
- P.C.A Ingenieros Consultores S.A. Estudio de Consultoría para la Elaboración del Manual Ambiental para Carreteras, Proposición de Metodologías de Evaluación de Impactos Ambientales.
- Páez Román Eduardo José, Jmagishi Suárez Amy Patricia, Zelaya Marticorena Ana Adelaida. (2004). Plan Promocional de Turismo para la Ciudad de Apaneca. Trabajo de Graduación para obtener el Título de Licenciado en mercadotecnia. Universidad Dr. José Matías Delgado.
- REDES (Fundación Salvadoreña Para La Reconstrucción Y El Desarrollo Redes, El Salvador). 2014. Atlas geográfico y temático municipio de Alegría Usulután, El Salvador. 1Ed. 56p.

- Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local. (2006). Estudio de Oferta y Demanda Turística Suchitoto. San Salvador. p. 1-58.
- Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local. (2004). Plan de Desarrollo Turístico del Circuito de la Bahía de Jiquilisco y Sierra Tecapa Chinameca p. 16-33.
- Trigueros José Luis. (2012). Plan de competitividad municipal del municipio de Nahuizalco – Sonsonate. San Salvador. p. 27-109.
- Viceministerio de Turismo - Perú. (2006). Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional Fase I. Perú. p. 3-25.
- Viceministerio de Turismo - Perú. (2007). Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional Fase II. Perú. p. 6-19.

ANEXOS

ANEXO 1: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Nombre del recurso turístico (*): _____

Ubicación (*): Departamento: _____ **Municipio:** _____

Categoría (*): _____ **Tipo (*):** _____ **Subtipo (*):** _____

GPS X: _____ **Y:** _____ **Elevación:** _____

Descripción del recurso (*): _____

Particularidades del recurso (*): _____

Estado actual del recurso:

Conservado En proceso de deterioro Deteriorado

Observaciones: _____

Tipo de visitante (*): Indicar el grado de afluencia de 0 a 4, siendo 4 mayor nivel y 0 menor nivel de afluencia. Puede indicar más de una opción.

Extranjero Nacional Regional Local

Vías de acceso al recurso:

a) Considerando como referencia la capital, San Salvador.

Calle principal al municipio: _____

Distancia: _____ Tiempo: _____

Condiciones: Buenas Regulares Malas Otras: _____

b) Considerando como referencia el municipio.

Vía principal al recurso: _____

Distancia: _____ Tiempo: _____

Condiciones: Buenas Regulares Malas Otras: _____

c) Considerando como referencia el municipio.

Vía alterna al recurso: _____

Distancia: _____ Tiempo: _____

Condiciones: Buenas Regulares Malas Otras: _____

Medios de acceso hacia el recurso: Puede indicar más de una opción.

A caballo A pie Carro Bus publico

Bus turístico Camioneta 4x4 Moto taxi Otro: _____

Tipo de ingreso:

Libre Boleto o ticket Previo permiso Otro: _____

Época propicia de visita al recurso: Puede indicar más de una opción.

Todo el año

Esporádicamente – algunos meses: _____

Fines de semana: _____

Feriados: _____

Horario de visita: _____

Infraestructura: Puede indicar más de una opción.

Agua Desagüe Luz Teléfono

Alcantarillado Señalización turística Otra: _____

Actividades desarrolladas dentro del recurso turístico (*): Puede indicar más de una opción.

Naturaleza:

Observación de flora Observación de fauna

Especificar: _____

Deportes/aventura:

Caminata Ciclismo Camping Escala en roca

Motocross Parapente Canopy

Paseos:

Caballo Carruaje Excursiones

Folclore:

Act. Religiosas Degustación platos típicos Ferias Rituales místicos

Otros:

Act. Culturales Compra artesanías Act. Sociales Estudios e Inv.

Toma fotografías y filmaciones Realización eventos Otro: _____

Servicios actuales dentro del recurso: Puede indicar más de una opción

Alojamiento:

Hoteles Casas de huéspedes Hostales Eco-lodges

Otro: _____

Alimentación:

Restaurantes Bares Cafeterías Comida rápida

Kioskos de venta de comida Otro: _____

Otros servicios:

Agencia de viajes Alquiler de caballos Alquiler biciletas Escala en roca

Museos de sitio Alquiler equipo turismo de aventura Oficina de info.

Estacionamiento Seguridad/POLTUR Servicios de guiados

Internet Venta de material informativo (libros, revistas, videos, postales, etc.)

Venta de artesanías Venta fotografías Otro: _____

Miradores turísticos

Naturales Artificiales

Especificar y describir: _____

Estructuras

Arqueológicas Históricas Culturales Tecnológicas

Especificar y describir: _____

Datos complementarios

Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines: _____

Propiedad del recurso turístico: _____

Administrado por: _____

Contacto (teléfono/e-mail): _____

Fuentes bibliográficas: _____

Institución encargada de llenado de ficha: _____

Persona encargada de llenado de ficha: _____

Fecha de inspección y llenado: _____

(*) En el caso de categoría Folclore y Acontecimientos Programados solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

ANEXO 2: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA SERVICIOS TURISTICOS DE ALIMENTACION

Ficha N°: _____

Nombre del establecimiento: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

Nombre de contacto: _____

GPS X: _____ Y: _____ Elevación: _____

Restaurante/Bar:

Capacidad instalada

Cantidad de mesas: _____ Cantidad de sillas: _____ Cantidad de Baños: _____

Especialidad en comida: _____

Horarios: _____

Precios promedio de alimentación para 1 persona: _____

- () Desayuno () Almuerzo () Cena () Menú a la carta
 () Bufete () Menú para niños () Comida nacional () Comida internacional
 () Aire acondicionado () Ventiladores () Música ambiental () TV
 () TV con cable () Bar () Meseros () Silla para bebé
 () Reservacion/event. () Área de juegos () Área de fumadores
 () Servicio a domicilio () Otro: _____

Bar:

- () Licor nacional () Licor extranjero () Música en vivo () Música ambiental
 () Karaoke () Pista de baile () Bebidas preparadas () Barman
 () Cigarros () Descorche () Carta vinos/licores () Otros: _____

Servicios complementarios:

- () Salón ejecutivo () Cajeros automáticos
 () Boutique () Cafetería () Teléfono público () Floristería
 () Sanitarios públicos () Sanitarios pers/esp () Salón de belleza () Tour operador
 () Internet () Personal bilingüe () Tienda artesanías () Otros: _____

Seguridad:

- () Salida emergencia () Extintores () Botiquín () Alarma de emergencias
 () Señaliz. Emergen. () Vigilantes () Otros: _____

Recurso Humano:

Formación	Fijos	Eventual	Total
Profesional			
Básica			
Total			

Certificaciones:

Acreditado: () Si () No

Certificaciones de calidad nacional o internacional		
Empresa acreditadora	Tipo de certificación	Vigencia

Información adicional

Observaciones: _____ Fecha de inspección: _____

ANEXO 3: FICHA DE RECOLECCION DE INFORMACION PARA SERVICIOS TURISTICOS DE ALOJAMIENTO

Ficha N°: _____

Nombre del establecimiento: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Correo Electrónico: _____

Nombre de contacto: _____

GPS X: _____ Y: _____ Elevación: _____

Tipo de alojamiento:

- Hotel de ciudad Hotel de Montaña Hotel de playa Apart-hotel
 Sitio de campar Casa de Huéspedes Hostal Cabañas
 Albergue Otro: _____

Localización:

- Urbano Rural Puerto Otro: _____

Parqueo:

N° de espacios: _____

- Parqueo embarazadas Parqueo capacidades especiales Valet parking
 Caseta de seguridad

Formas de pago:

- Tarjeta de crédito Cheque de viajero Efectivo
 Cheque personal Cheque empresarial Otro: _____

Tarifas:

- Corporativas Individuales Grupales Otro: _____

Precios de habitaciones (promedio): _____**Servicios protocolarios:**

- Portero Valet parking Consejería Recepción
 Lobby Reservaciones Bodega equipaje Portamaletas
 Libro de quejas Buzón de sugerencias Caja de seguridad Botones
 Otro: _____

Capacidad:

Total de habitaciones: _____ Camas disponibles: _____

Hora de entrada: _____ Hora de salida: _____

Tipos de habitaciones: (Indicar con NÚMERO)

- Sencilla Dobles Triples Suite
 Presidencial Personas con cap. Especiales Otros: _____

Tipos de camas: (Indicar con NÚMERO)

- Sencillas Matrimoniales Queen King
 Cunas Otros: _____

Servicios generales

- Aire acondicionado Ventilador de techo Calefacción Ventilador pedestal
 Ventilador pared TV c/cable TV/sin cable Closet
 Escritorio/silla Lámpara de mesa Despertador Periódicos/revistas
 Desayuno RoomService 24 horas Mucama Otros: _____

Servicios de telefonía

- Teléfono habitación Llamadas internacionales Llamadas Nacionales
 Internet Llamada para despertar

Baños

- Privado Compartido General Personas cap. Esp.
 Extractor de aire Agua caliente Tina o bañera Bidet

Recreación

- Gimnasio Sauna Spa Masajes
 Piscina Canchas de deportes Hamacas Otros: _____

Servicios de salones para eventos

Número de salones: _____

Nombre: _____ Capacidad: _____

Servicios

- Aire acondicionado Computadoras Internet Pizzara
 Proyector Micrófono Pantalla Podium
 Asistencia técnica Asistencia meseros Otros: _____

Recurso Humano:

Formación	Fijos	Eventual	Total
Profesional			
Básica			
Total			

Información adicional

Observaciones: _____ Fecha de inspección: _____

- 13- ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría? (Seleccione una o varias opciones)
- No he consumido ningún servicio turístico
- Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes
- Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bares
- Otros servicios: Viveros, tiendas de artesanías.
- 14- ¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría? Si indica "Si" continúe el cuestionario sin contestar la pregunta 15, si indica "No", continúe el cuestionario sin contestar la pregunta 16.
- Sí No
- 15- ¿Por qué no conoce o no ha hecho uso de los servicio Oficina de Turismo? (Seleccione una opción)
- No me interesa Desconocía la existencia de la Oficina de Turismo
- No sé su ubicación Otro (especifique): _____
- 16- ¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo?
- Si
- No (especifique ¿Por qué?): _____
- 17- ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio? (Seleccione una opción)
- Muy buena Buena Regular
- Mala Pésima
- 18- ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría? (Seleccione una opción)
- Muy buena Buena Regular
- Mala Pésima
- 19- ¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría? (Seleccione 1 opción)
- La Laguna de Alegría La iglesia de Alegría Casco urbano de Alegría
- Miradores turísticos Museo municipal Casa Alberto Masferrer
- Gastronomía El café Rutas turísticas
- 20- ¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado, de los que usted conoce actualmente, y se pudiese potencializar más de alguna forma en el municipio de Alegría? (Seleccione 1 o 2 opciones como máximo)
- La Laguna de Alegría La iglesia de Alegría Casco urbano de Alegría
- Miradores turísticos Museo municipal Casa Alberto Masferrer
- Gastronomía El café Rutas turísticas
- 21- Para el/los atractivos seleccionados en la pregunta anterior, ¿Qué propondría para potencializarlo?
- _____
- _____
- 22- ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría? (Seleccione una o varias opciones)
- Servicio de información o guías turísticos en c/u de los atractivos turísticos
- Vida nocturna (discotecas, bares)
- Servicio de cuatrimotos o bicicletas hacia la Laguna de Alegría
- Tuors enfocado al café
- Camping en la Laguna de Alegría
- Cicloturismo, con ciclovías en la carretera a Alegría
- Senderismo y caminatas ecológicas volcán Tecapa y la Laguna de Alegría
- Canopy o tirolesa en la Laguna de Alegría
- Escalada o rapel en la Laguna de Alegría
- Otro tipo de servicios de alimentación (especifique): _____
- Otros (especifique): _____

23- ¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía?

24- ¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Completamente satisfecho | <input type="checkbox"/> Muy satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Bastante satisfecho | <input type="checkbox"/> Regularmente Satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Poco satisfecho | <input type="checkbox"/> Nada Satisfecho |

25- ¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- Si lo recomendaría
- No lo recomendaría (especifique ¿Por qué?): _____

26- ¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- Si
- No (especifique ¿Por qué?): _____

ANEXO 5: ENCUESTA AL MERCADO CONSUMIDOR POTENCIAL

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
TRABAJO DE GRADUACION
PLAN DE DESARROLLO TURISTICO INTEGRAL PARA EL MUNICIPIO DE ALEGRIA

**ENCUESTA AL MERCADO DE CONSUMO TURISTICO POTENCIAL EN EL MUNICIPIO DE ALEGRIA,
 USULUTAN**

Objetivo: Recolectar información acerca de las preferencias turísticas de las personas del Área Metropolitana de San Salvador y evaluar si estas han hecho actividad turística en el municipio de Alegría para posteriormente realizar un diagnóstico respectivo.

Indicaciones: Estimado encuestado, le agradecemos que nos dedique parte de su tiempo para contestar la siguiente encuesta. Le pedimos responder con objetividad a cada una de las preguntas que se le plantean, marcando con una "X" al lado de la respuesta que usted considere o complementando según sea la interrogante.

PARTE A: DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

Edad
 De 16 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a 45 años
 De 46 a 55 años De 56 a 65 años Mayor de 65 años

Sexo
 Masculino Femenino

Nivel de Estudios Alcanzado
 Educación Básica Bachillerato Universitario
 Maestría Doctorado

Ocupación
 Estudiante Empleado Jubilado Desempleado
 Otro (especifique): _____

Ingresos económicos
 Menor a \$250.00 De \$250.00 a \$499.99 De \$500.00 a \$749.99
 De \$750.00 a \$999.99 De \$1000.00 a \$1249.99 De \$1250.00 o más

Procedencia:
 Departamento: _____ Municipio: _____

PARTE B: CUESTIONARIO

- 1- ¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas? (Seleccione una opción) Si indica "Nunca he practicado turismo", fin del cuestionario, de lo contrario continúe.
 Nunca he practicado turismo Semanalmente Cada 2 semanas
 Cada mes Cada 2 meses Cada 3 meses
 Cada 6 meses Anualmente
 Otra (especifique): _____
- 2- ¿En qué época del año prefiere realizar actividades turísticas? (Seleccione una o varias opciones)
 Vacaciones de Semana Santa Vacaciones Agostinas
 Vacaciones de Fin de Año Fines de semana
 Otra (especifique): _____
- 3- ¿Cuánto tiempo utiliza para realizar una actividad turística? (Seleccione una opción)
 1 día 2-3 días 4-5 días
 6-7 días Mayor a 7 días

- 4- ¿Con quienes acostumbra a practicar actividades turísticas? (Seleccione una o varias opciones)
 Solo Amigos Novio/a Grupos guiados
 Pareja e hijos Padres, abuelos, hermanos, tíos, etc.
 Otros (especifique): _____
- 5- ¿Qué medio de transporte utiliza y prefiere al momento de visitar algún sitio turístico? (Seleccione una opción)
 Vehículo propio Transporte público (buses) Vehículo alquilado
 Tour Operadores Otros (especifique): _____
- 6- ¿Cuánto dinero en promedio gasta cada vez que realiza alguna actividad turística? (Seleccione una opción)
 Menor a \$20.00 \$20.00 - \$40.00 \$40.01 - \$60.00
 \$60.01 - \$80.00 \$80.01 - \$120.00 \$120.01 - \$160.00
 \$160.01 - \$200.00 Mayor a \$200.00
- 7- ¿Por qué medio se informa usted acerca de la actividad turística y los sitios que puede visitar en el país? (Seleccione una o varias opciones)
 Periódicos Radio Televisión Brochures
 Internet (Sitios web y redes sociales) Revistas o guías turísticas
 Recomendado por conocidos
 Otros (especifique): _____
- 8- ¿Qué tipos de turismo ha realizado? (Seleccione una o varias opciones)
 Turismo de sol y playa Turismo de aventura Turismo cultural
 Turismo histórico Turismo ecológico Turismo religioso
 Turismo gastronómico Turismo arqueológico Turismo de negocios
 Turismo de salud Turismo agropecuario
 Turismo rural comunitario Otro (especifique): _____
- 9- ¿Cuáles son los principales motivos que lo llevan a desarrollar turismo? (Seleccione una o varias opciones)
 Descanso Ocio Diversión
 Disfrute del paisaje, naturaleza Clima
 Visitar a familiares o amigos Negocios o estudio
 Trabajo Otros (especifique): _____
- 10- ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Alegría? Si indica "Sí", siga contestando el cuestionario hasta la pregunta 27. Si indica "No", pase a la pregunta 28.
 Sí No
- 11- ¿Cuántas veces ha visitado el municipio de Alegría? (Seleccione una opción)
 1 vez 2-3 veces 4-5 veces Mayor a 5 veces
- 12- De los siguientes factores, ¿Cuáles de ellos influyeron positivamente al decidirse en visitar Alegría? (Seleccione o varias opciones)
 Riqueza natural (paisajes, flora, fauna etc.) Riqueza en historia y cultura
 Tranquilidad y seguridad policial Precios accesibles
 Servicios de alojamiento y alimentación Cercanía
 Variedad en gastronomía Ninguno en particular
 Otro (especifique): _____

13- De los siguientes sitios turísticos con los que cuenta Alegría, ¿Cuáles visitó? (Seleccione una o varias opciones)

- La Laguna de Alegría Mirador de las 100 gradas Iglesia Alegría
 Casa de Alberto Masferrer Museo municipal
 Miradores municipales Santiago de María – Alegría y Berlín – Alegría
 Parque y casco urbano de Alegría
 Rutas turísticas (caminos y senderos)

14- ¿Qué servicios turísticos ha consumido en su/s visita/s a Alegría? (Seleccione 1 o varias opciones)

- No he consumido ningún servicio turístico
 Alojamiento: Hostales y casa de huéspedes
 Alimentación: Restaurantes, pupuserías, cafeterías y bares
 Otros servicios: Viveros, tiendas de artesanías.

15- ¿Conoce y ha hecho uso de los servicios de la Oficina de Turismo de Alegría? Si indica "Si" continúe el cuestionario sin contestar la pregunta 16, si indica "No", continúe el cuestionario sin contestar la pregunta 17.

- Sí No

16- ¿Por qué no conoce o no ha hecho uso de los servicio Oficina de Turismo? (Seleccione una opción)

- No me interesa Desconocía la existencia de la Oficina de Turismo
 No sé su ubicación Otro (especifique): _____

17- ¿Está satisfecho con el servicio que brinda la Oficina de Turismo?

- Si
 No (especifique ¿Por qué?): _____

18- ¿Cómo considera usted que se encuentra la infraestructura vial del municipio? (Seleccione una opción)

- Muy buena Buena Regular
 Mala Pésima

19- ¿Cómo considera usted que es señalización turística con la que cuenta el municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- Muy buena Buena Regular
 Mala Pésima

20- ¿Cuál es el principal atractivo con el cual se puede identificar al municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- La Laguna de Alegría La iglesia de Alegría Casco urbano de Alegría
 Miradores turísticos Museo municipal Casa Alberto Masferrer
 Gastronomía El café Rutas turísticas

21- ¿Cuál considera usted que es un atractivo poco aprovechado y se pudiese potencializarse más en el municipio de Alegría? (Seleccione una o varias opciones)

- La Laguna de Alegría La iglesia de Alegría Casco urbano de Alegría
 Miradores turísticos Museo municipal Casa Alberto Masferrer
 Gastronomía El café Rutas turísticas

22- Para el/los atractivos seleccionados en la pregunta anterior, ¿Qué propondría para potencializarlo?

23- ¿Qué otro tipo de actividades o servicios le gustaría encontrar y disfrutar en el municipio de Alegría?
(Seleccione una o varias opciones)

- Servicio de información o guías turísticos en c/u de los atractivos turísticos
- Vida nocturna (discotecas, bares)
- Servicio de cuatrimotos o bicicletas hacia la Laguna de Alegría
- Tuors enfocado al café
- Camping en la Laguna de Alegría
- Cicloturismo, con ciclovías en la carretera a Alegría
- Senderismo y caminatas ecológicas volcán Tecapa y la Laguna de Alegría
- Canopy o tirolesa en la Laguna de Alegría
- Escalada o rapel en la Laguna de Alegría
- Otro tipo de servicios de alimentación (especifique): _____
- Otros (especifique): _____

24- ¿Qué cosas serían necesarias implementar en el municipio de Alegría por parte de la municipalidad para mejorar su estadía?

25- ¿Qué tan satisfecho está con su/s visitas al municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Completamente satisfecho | <input type="checkbox"/> Muy satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Bastante satisfecho | <input type="checkbox"/> Regularmente Satisfecho |
| <input type="checkbox"/> Poco satisfecho | <input type="checkbox"/> Nada Satisfecho |

26- ¿Recomendaría a sus conocidos realizar una visita al municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- Sí lo recomendaría
- No lo recomendaría (especifique ¿Por qué?): _____

27- ¿Visitaría nuevamente el municipio de Alegría? (Seleccione una opción)

- Sí
- No (especifique ¿Por qué?): _____

28- ¿Por qué motivos no ha visitado el municipio de Alegría? (Seleccione una o varias opciones)

- No conozco para nada el municipio de Alegría
- Queda muy lejos de mi lugar de residencia
- No me llama la atención por el momento
- No sé cómo llegar
- No estoy suficientemente informado de los atractivos y servicios turísticos
- Hay otros lugares que me son más atractivos que Alegría (especifique): _____
- Otro (especifique): _____

29- ¿Sabía usted que el municipio de Alegría está ubicado en el departamento de Usulután; cuenta con atractivos turísticos como La Laguna de color verde esmeralda, 3 miradores turísticos, clima fresco de altura, un pintoresco casco urbano, una iglesia colonial, rutas turísticas ecológicas, etc. y además con servicios turísticos como lo son hostales y restaurantes?

- Sí
- No

30- ¿Le gustaría visitar el municipio de Alegría?

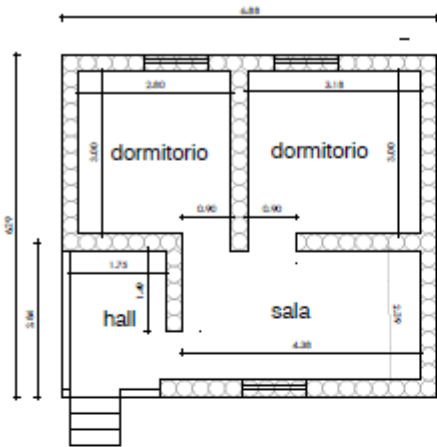
- Sí
- No

ANEXO 6: PLANOS DEL PROYECTO

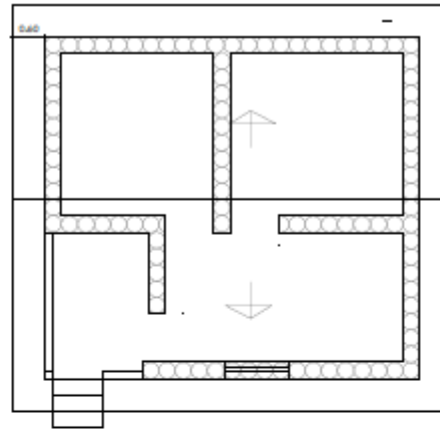
PLANOS

A continuación se enlistan los planos de los diferentes elementos diseñados para el presente plan:

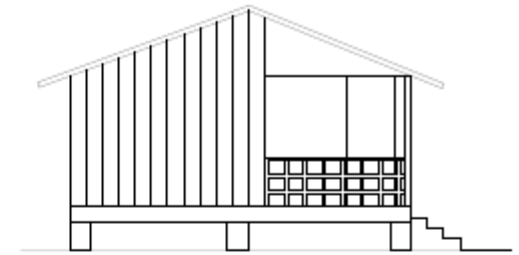
- 1) Plano de planta tipo de cabañas
- 2) Plano de área administrativa de LDA
- 3) Plano de área recreativa de LDA
- 4) Plano de área de camping de LDA
- 5) Plano de propuesta de captación de agua pluvial de LDA
- 6) Plano de planta de propuesta de Parque Ecoturístico LDA
- 7) Plano del plan maestro Parque Ecoturístico LDA
- 8) Plano de distribución actual de calles en uso del casco urbano del municipio de Alegría
- 9) Plano de distribución propuesta de calles en uso del casco urbano del municipio de Alegría



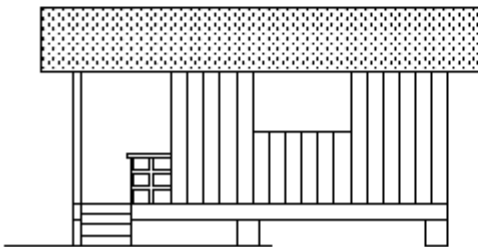
Planta arquitectónica 1er nivel



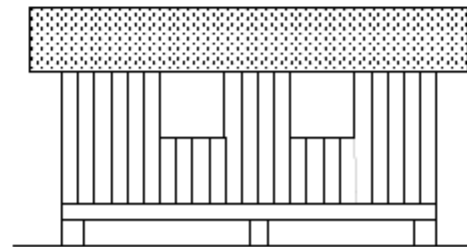
Planta arquitectónica de techo



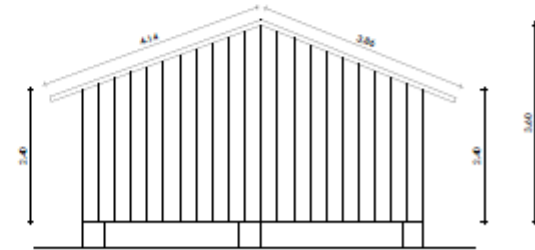
Elevación lat. Derecha



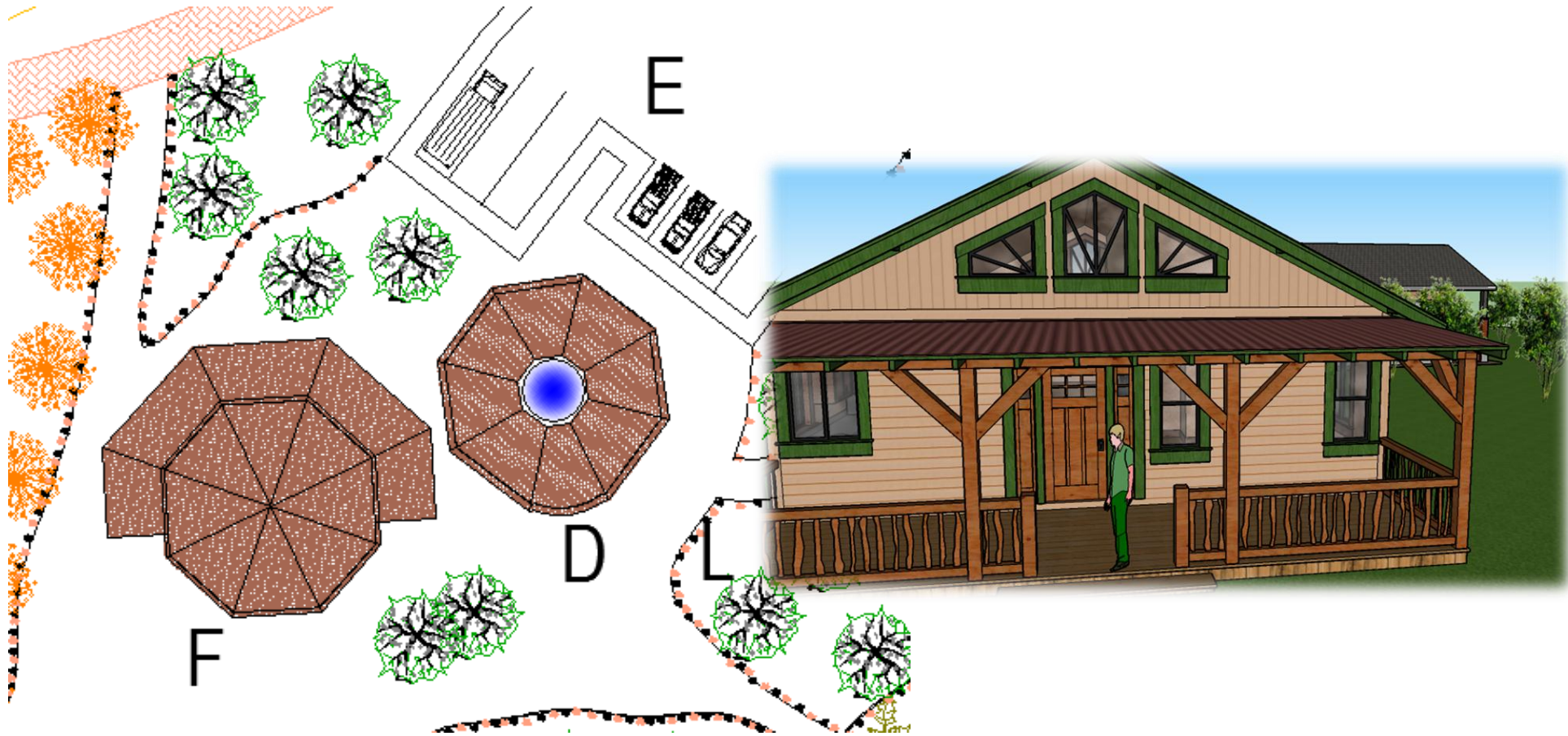
Elevación Frontal



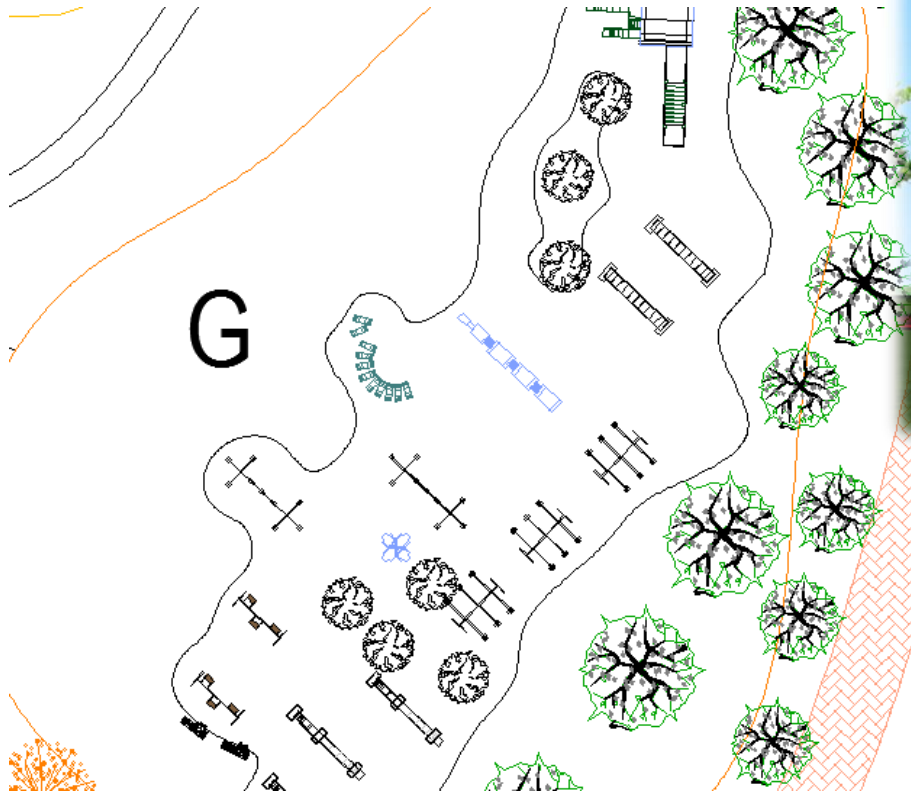
Elevación Posterior



Elevación lat. Derecha



ÁREA DE ADMINISTRATIVA= 42 m²



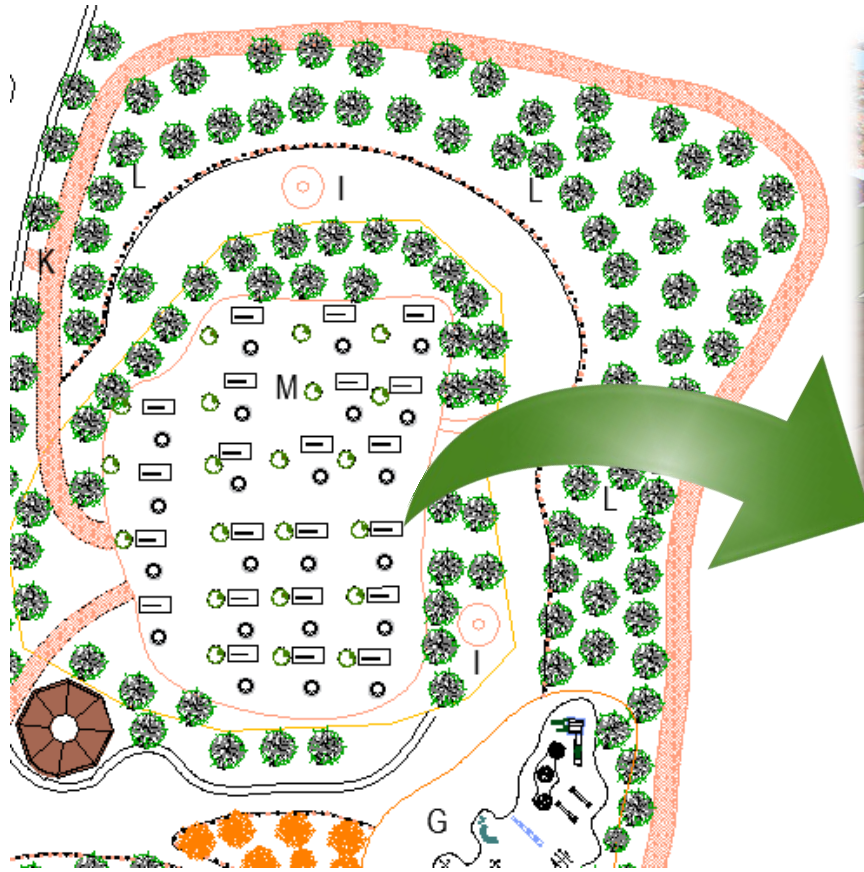
ÁREA RECREATIVA= 355 m2



JUEGOS INFANTILES

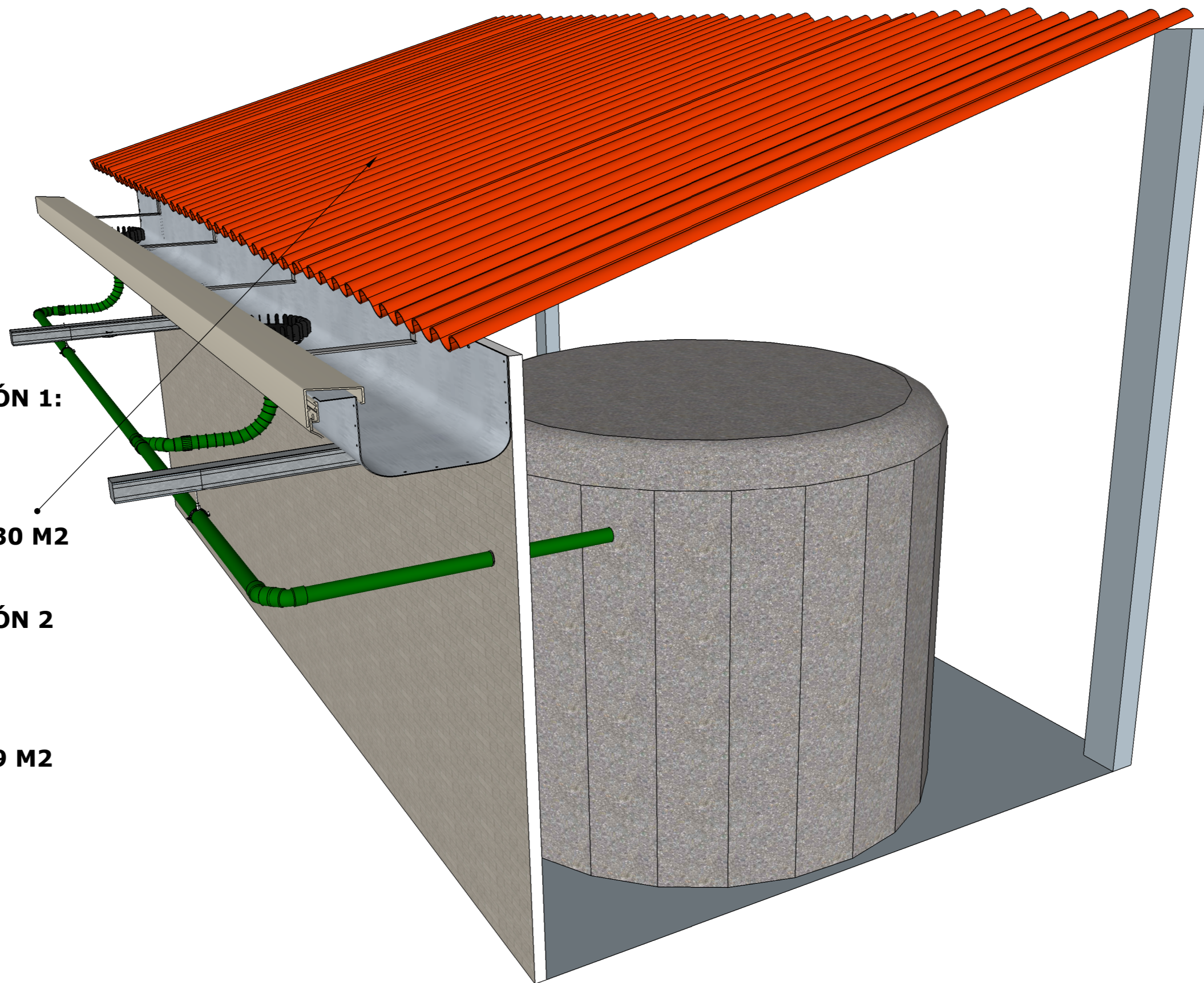


SENDEROS



ÁREA DE CAMPING= 668 m²





SISTEMA DE CAPTACIÓN 1:
2 TANQUES
3 M DIAMETRO
3.52 M ALTO

ÁREA DE CAPTACIÓN 30 M²

SISTEMA DE CAPTACIÓN 2
1 TANQUE
2.24 M DIAMETRO
3.10 M DE ALTO

ÁREA DE CAPTACIÓN 9 M²

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FIA- ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

PARQUE ECOTURÍSTICO "LA LAGUNA DE ALEGRÍA" SISTEMA DE CAPTACIÓN DE AGUA



VISTA DE PLANTA SIN ESCALA

SIMBOLOGIA

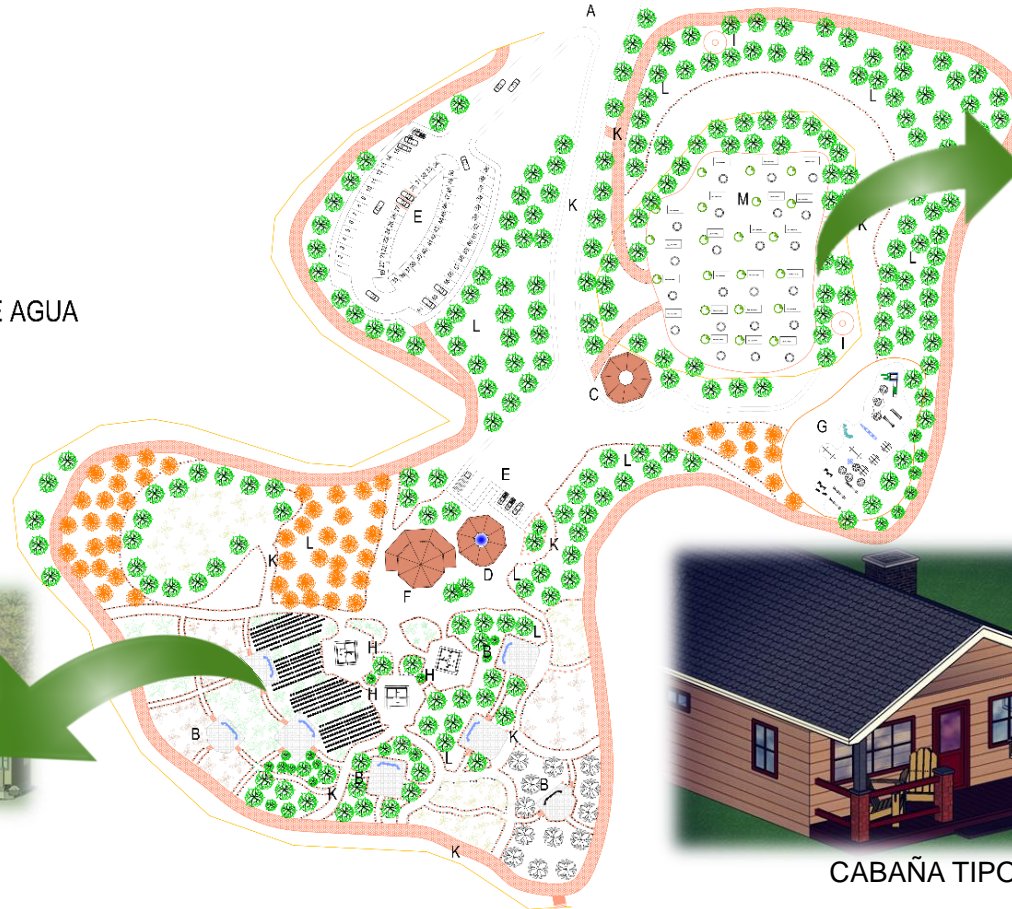
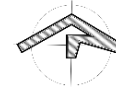
- A INGRESO
- B MIRADOR
- C SERVICIOS SANITARIOS (Ver Detalle)
- D CAFETERÍA
- E ESTACIONAMIENTOS
- F ADMINISTRACION
- G JUEGOS INFANTILES
- H CABAÑAS
- I TANQUE DE CAPTACIÓN DE AGUA (Ver Detalle)
- K SENDEROS
- L AREA DE PICNIC
- M AREA DE CAMPING



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FIA- ESCUELA DE ING INDUSTRIAL PARQUE ECOTURISTICO LAGUNA DE ALEGRÍA PLANO DE PLANTA

SIMBOLOGIA

- A INGRESO
- B MIRADOR
- C SERVICIOS SANITARIOS (Ver Detalle)
- D CAFETERÍA
- E ESTACIONAMIENTOS
- F ADMINISTRACION
- G JUEGOS INFANTILES
- H CABAÑAS
- I TANQUE DE CAPTACIÓN DE AGUA
- K SENDEROS
- L AREA DE PICNIC
- M AREA DE CAMPING



ÁREA DE CAMPING



ÁREA DE CABAÑAS



CABAÑA TIPO

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR- FIA – ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

PROPUESTA: PARQUE ECOTURÍSTICO LAGUNA DE ALEGRÍA “PLAN MAESTRO” Sin Escala





DETALLE CALLES USADAS HABITUALMENTE COMO PARQUEO MUNICIPIO DE ALEGRÍA .



DETALLE DE PROPUESTA CALLES HABILITADAS PARA PARQUEO MUNICIPIO DE ALEGRIA USULUTAN.

ANEXO 7: CONDICIONES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO EN TURISMO

Para que el negocio del Turismo tenga éxito deben cumplirse cuatro condiciones básicas:

- **Interesar al mercado (que el Destino interese).** Para interesar al mercado resulta esencial conocer las motivaciones subjetivas que impulsan a los potenciales turistas, de otra manera, se comenzaría a trabajar sobre bases falsas o supuestos inexistentes que atentarían contra la constitución misma del destino y su llegada al mercado.
- **Vender (¿qué hacer para vender nuestro Destino?).** Sería erróneo creer que sólo se trata de vender alojamiento, gastronomía, actividades y demás prestaciones, con el valor agregado de la identidad turística, los atractivos, el entorno y el intercambio socio-cultural y ambiental. El Destino debe tener capacidad para satisfacer las expectativas de los turistas, siendo esto primordial en el momento de definir los parámetros de la calidad.
- **Satisfacer al turista que llega al Destino.** Para hacer negocio se requiere, además de interesar al mercado y de vender el Destino como algo atractivo y de calidad, satisfacer al turista que llega. Un turista insatisfecho se transforma en un difusor de abandono para la elección del Destino por parte de otros posibles turistas, generando una forma de reacción en cadena, por lo que una vez más la gestión de la calidad se torna relevante en la consideración integral del turismo.
- **Retener al turista.** Para que el turista retorne al destino, es necesario retenerlo como cliente, transformarlo en cliente fiel, para que desee volver y consumir los productos del destino y convencer a otros potenciales clientes para que también visiten el destino y, a su vez se marchen con el deseo de regresar.

Estas dos últimas condiciones constituyen la esencia de la rentabilidad y la sustentabilidad del Destino Turístico y son la consecuencia de la calidad integral del mismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define a la calidad como: “El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad”. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

Bajo la conceptualización anterior, es que se propone el presente plan de Gestión de la Calidad Turística para el desarrollo del turismo en Alegría.

ANEXO 8: INSTRUMENTOS DE GESTION DE CALIDAD Y NIVELES DE SATISFACCION DEL TURISTA

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRÍA					
SATISFACCION DEL TURISTA					
Fecha: ____/____/____		Encargado: _____			
Paquete turistico: <input type="checkbox"/> Paquete N° <input type="checkbox"/>					
Actividades individuales: <input type="checkbox"/> Actividades que realizo el turista: _____					
ATRIBUTOS DE CALIDAD	IMPORTANCIA DE ATRIBUTO				
	Muy importante	Importante	Poco importante	No importante	
Comodidad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Confianza _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Atencion al cliente _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Seguridad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Higiene _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Acceso a la zona _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Diversificación _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Protección de turistas en actividades _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Transporte _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Variedad de alimentos y comida preparada local _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sabor de comida _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
GRADO DE SATISFACCIÓN					
	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Comodidad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confianza _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atencion al cliente _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Higiene _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a la zona _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversificación _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección de turistas en actividades _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporte _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad de alimentos y comida preparada local _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sabor de comida _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRÍA
FORMATO DE CONTROL INTERNO

Fecha:

Encargado:

1. ¿Se entregaron todas los formatos de encuestas y quejas a los turistas?

Sí No

Si su respuesta fue Si pasar a 2, de lo contrario pasar a 3.

2. ¿Cuántos formatos se entregaron?

3. ¿Por qué no se entregaron todos los formatos?

4. De los formatos entregados, ¿Cuántos se recibieron completados por los turistas?

5. ¿Se procesaron todos los formatos recibidos?

Sí No

Si su respuesta fue Si pasar a 6, luego a 8 y 10; de lo contrario pasar a 7 y luego a 9 y 10.

6. ¿Cuántos formatos se procesaron?

7. ¿Por qué no se procesaron todos los formatos?

8. Medidas a Tomar para los resultados de los formatos procesados:

9. Medidas a Tomar para los formatos que no fueron procesados

10. Observaciones finales:

Calificación	Explicación
Malo	Significa que el atributo no cumplió con las expectativas del cliente por lo tanto no fue satisfactorio si se obtiene una respuesta que aumenta a partir del 10 % deberán buscarse medidas rápidas que mejore la situación.
Regular	Significa que el atributo fue percibido positivamente por el turista, pero no fue lo suficiente para cumplir su satisfacción. Si el porcentaje de estas opiniones es mayor a 30% deberá tomarse medidas de solución para bajar estas expectativas.
Bueno	Significa que, al turista, el atributo le pareció que satisfacía de forma general su expectativa, pero no es la mejor calidad que ha visto en comparación a otros lugares u otras experiencias. Si esta es mayor al 40% significa que hay que seguir buscando mejores formas para brindar mayor calidad en estos atributos.
Muy bueno	Esto da a conocer que el turista le parece que satisface sus expectativas y que podría regresar a el destino, pero aun así no sobrepasa al de otros lugares que han visitados o conocido. Si el porcentaje es mayor a 50 % significa que se tienen buenos resultados, pero hay que seguir mejorando
Excelente	Significa que los atributos cumplen con la calidad y pasa las expectativas de los turistas por lo que debe de seguirse trabajando de esta manera con la calidad de estos. Si este es mayor o igual al 50 % es un porcentaje satisfactorio e indica que debe de seguirse ofreciendo esa calidad y si es posible mejorar.

Gestión de Quejas

Serán las acciones sistemáticas y estructuradas que llevará a cabo el comité para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de los clientes, esta se hará a través de un buzón de quejas, sugerencias y opinión del servicio ofrecido.

El procedimiento será:

- 1) Recepción de queja reclamo o sugerencia en el buzón de cada iniciativa
- 2) Recolección de información de los buzones
- 3) Procesamiento de la información
- 4) Reunión para análisis de la información en el comité
- 5) Retroalimentación a iniciativas y personal para erradicar los problemas percibidos por los turistas

ANEXO 9: PUNTOS CLAVE EN LA CALIDAD TURISTICA

- PUNTOS CLAVES.

Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto, serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona. Estos se definen de la siguiente manera:

- ✓ Seguridad: cada uno de los productos o servicios turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades, así como también deberán contar con los medios de señalización correspondientes a cada actividad para representar las zonas de peligro que se encuentren en la zona. La seguridad contempla todos aquellos elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivo y los accidentes en las operaciones turísticas.
- ✓ Higiene: Cada una de las actividades deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto, cada alojamiento y restaurante deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades agropecuarias, agroindustriales, eco turísticas, de aventura y de turismo cultural deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.
- ✓ Accesibilidad: Cada uno de las actividades turísticas deberán contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.
- ✓ Información clara sobre contenido de actividades: para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, el contenido de paquetes o rutas que se ofrezcan y con un precio definido, con el fin de que el turista este consciente del pago de cada uno de los servicios que desee experimentar. Esta información tendrá que ser coordinada entre el comité y cada una de las iniciativas miembros del comité que este prestando un servicio turístico.
- ✓ Novedad: el servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

ANEXO 10: RANGOS PARA LA EVALUACION DE LA CALIDAD

Para definir estos rangos se considerará lo siguiente:

- ✓ Un promedio de 10 encuestas realizadas a los turistas cuando se realice la evaluación.
- ✓ Las preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas que se refieren al cumplimiento de expectativas del turista y a los puntos claves que ayudan a determinar el cumplimiento de la calidad en el servicio turístico.
- ✓ Calificación de preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas calificados como Buenas o Excelentes

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRÍA <i>CALIFICACIÓN PARA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DE CALIDAD</i>				
Rango	Calificadas como Buenas o Excelentes (Promedio de 10 encuestas)	Se necesitan:	De qué forma atacar:	Simbología
1	De 1 a 4 encuestas	Acciones Correctivas	Drásticamente	Alerta 
2	De 5 a 7 encuestas	Mejoras	A largo plazo	Necesita mejorar 
3	De 8 a 10 encuestas	Aceptable	—	Aceptable 

ANEXO 11: EVALUACION INTERNA Y EXTERNA EN CALIDAD

- **EVALUACIÓN INTERNA**

Es necesario conocer como se está brindando el servicio turístico desde el punto de vista interno, es decir como Comité Turístico, el cual deberá estar pendiente con las evaluaciones que se realicen a cada una de las actividades y de esta manera controlar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen.

Lista de chequeo de calidad: Para poder verificar si se están poniendo en práctica los puntos claves o factores que determinan si se está cumpliendo con la calidad en los productos o servicios turísticos que se esperan ofrecer, es necesario hacer uso de una lista de chequeo que permita comprobar que se está ofreciendo un servicio de calidad.

- **EVALUACION EXTERNA**

Lo primordial es comprometerse a asegurar la satisfacción de los clientes en todo el proceso en el que se esté desarrollando las actividades, por lo que es muy importante conocer la opinión de los turistas de acuerdo a la prestación del servicio. Para esto es necesario realizar encuestas dirigidas a los turistas que ayudaran a identificar los problemas que se encuentran, sugerencias, etc., y permitir mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen.

A continuación, se presenta un instrumento que se puede tomar como base para identificar las fallas y mejoras que puede necesitar el servicio turístico que se espera ofrecer:

COMITÉ MUNICIPAL DE TURISMO DE ALEGRÍA
ENCUESTA AL TURISTA

1. ¿Qué actividades realizó?

.....

2. ¿Qué le pareció?

Actividad	Bueno	Malo	Excelente

3. Cómo califica el lugar donde realizó la actividad, en los siguientes aspectos:

Nota: Si la califico como MALO o BUENO, conteste ¿por qué?

	Bueno	Malo	Excelente	¿Por qué?
Seguridad				
Higiene				
Accesibilidad				
Información clara				
Atención recibida				

4. ¿Qué novedades observó en las actividades que realizó?

Actividad	Novedad

5. ¿Qué no le gustó de las actividades que realizó?

.....

6. ¿Qué otras actividades cree usted que se pueden realizar en los lugares que usted visito?

.....

7. ¿En qué aspectos considera usted que se necesita mejorar?

.....

ANEXO 12: RED DEL PROYECTO

En el plano que se muestra a continuación, se presenta la red del plan de implementación del plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría.

RED DEL PROYECTO

Proyecto: Plan de desarrollo turístico integral para el municipio de Alegría

Elaborado por: Batlle, Campos y Toledo

Fecha: Mayo de 2017

Código del proyecto: PDTIMALEGRIA007

Reviso: Ing. Andrés Omar Aguilar Menéndez

